

**Ο εκπαιδευτικός και ο πολιτιστικός ρόλος των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων στη σύγχρονη κοινωνία**

Ευθύμιος Μπάδας

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση «Μάνατζμεντ Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη  
(2022)**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπων: Κωνσταντίνος Γεωργιάδης, Καθηγητής

---

2<sup>ο</sup> Μέλος: Ουρανία Βρόντου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

---

3<sup>ο</sup> Μέλος: Αντώνιος Τραυλός, Καθηγητής

## Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 18 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 17 / 04 / 2022

Ο Δηλών  
Μπάδας Ευθύμιος



(Υπογραφή)

**Copyright © Ευθύμιος Μπάδας, 2022**

**Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.**

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ευθύμιος Μπάδας: Ο εκπαιδευτικός και ο πολιτιστικός ρόλος των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων στη σύγχρονη κοινωνία.

(Με την επίβλεψη του Κωνσταντίνου Γεωργιάδη, Καθηγητής)

Τα μουσεία αποδεικνύεται πως έχουν αποδεχθεί το νέο ρόλο τους στη σύγχρονη κοινωνία και έχουν αφήσει πίσω τους την ξεπερασμένη αντίληψη της απλής διατήρησης ή συντήρησης των εκθεμάτων τους και της μνήμης γενικότερα. Εκπαιδευτικά προγράμματα τρέχουν ανελλιπώς και μάλιστα και σε παγκόσμιας κλίμακας συντονισμένες δράσεις ενώ η τεχνολογία φαίνεται πως και μέσω της πρόσφατης πανδημίας ήρθε για να μείνει και έχει πολλά να δώσει σε όλα τα επίπεδα. Θέματα που άπτονται της ειδικής αγωγής δείχνουν να υστερούν σε κάποιους τομείς και είναι ένα φάσμα δραστηριοτήτων στο οποίο χρειάζονται ακόμα αρκετές βελτιώσεις.

Λέξεις κλειδιά: *Ολυμπισμός, Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία, Εκπαίδευση, Πολιτισμός, Σύγχρονη Κοινωνία, Ειδική Αγωγή*

## **ABSTRACT**

Efthymios Badas: The educational and cultural role of the Olympic Sports Museums in modern society

(With the supervision of Konstantinos Georgiadis, Professor)

Museums seems to have accepted their new role in modern society and have left behind the outdated perception of the simple preservation of their exhibits and memory in general. Educational programs exist and run in a world-wide coordinated actions, while technology seems to have come to stay through the recent pandemic and has a lot to offer at all levels. Issues related to special education seem to lag behind in some areas and it's a range of activities that still need a lot of improvements.

*Keywords: Olympism, Olympic Sports Museums, Education, Culture, Modern Society, Special Education.*

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ τον κύριο Κωνσταντίνο Γεωργιάδη, τον δάσκαλο μου όπως τον αποκαλώ για την πολύτιμη στήριξη αλλά και τη βοήθεια που μου πρόσφερε ώστε να ολοκληρωθεί η έρευνά μου. Θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω και τα υπόλοιπα μέλη της εξεταστικής επιτροπής δηλαδή την κυρία Ουρανία Βρόντου και τον κύριο Αντώνιο Τραυλό για τις παρατηρήσεις και τις διορθώσεις τους.

Ευχαριστώ τον κύριο Γρηγόρη Κονδύλη (Μεταφραστή), για τη βοήθεια στη μετάφραση του ερωτηματολογίου της έρευνάς μου καθώς και τη Διεθνή Ολυμπιακή Ακαδημία για τις τελικές πολύτιμες διορθώσεις της.

Ευχαριστώ ιδιαιτέρως την κυρία Δρ. Κυριακή Ουδατζή, Διευθύντρια του Ολυμπιακού Μουσείου Θεσσαλονίκης για τις άμεσες απαντήσεις, καθώς και την πολύτιμη βοήθεια που μου πρόσφερε ώστε να κατασταλάξω στο θέμα της έρευνάς μου.

Θερμές ευχαριστίες στα Ολυμπιακά Μουσεία Θεσσαλονίκης, Λευκωσίας, Τελ Αβίβ και Μπρατισλάβας και τους υπεύθυνούς τους που αφιέρωσαν χρόνο και απάντησαν το ερωτηματολόγιο που τους στάλθηκε αποδεικνύοντας ότι είναι κοντά σε κάθε νέα έρευνα που τους αφορά. Πραγματικά, η βοήθεια τους ήταν πολύτιμη για την ολοκλήρωση της μελέτης μου.

Κλείνοντας, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την οικογένεια μου πατέρα, μητέρα και αδερφό (Αλέξανδρο, Ευσταθία και Δημήτρη), καθώς και τη σύντροφό μου (Κωνσταντίνα), για την υπομονή και τη στήριξή τους.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	VI
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	IX
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	X
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	XI
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	XII
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	4
Πολιτιστικό αγαθό, Μουσείο και Μουσικολογία.....	4
Πολιτιστικό αγαθό.....	4
Η ιστορία του όρου Μουσείο.....	4
Μουσειολογία.....	6
Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία - Ολυμπισμός - Ολυμπιακή Παιδεία.....	8
Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.....	8
Ιστορικά στοιχεία.....	8
Ολυμπισμός.....	9
Ολυμπιακή παιδεία.....	10
Ολυμπιακά μουσεία στην Ελλάδα - σύντομη παρουσίαση της κατάστασης στον Ελλαδικό χώρο.....	10
Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων.....	11
Ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός ρόλος των μουσείων και ειδικότερα των Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων.....	14
Μουσεία και οικογένεια.....	14
Εικονικά μουσεία και εκπαίδευση.....	15
Αθλητικά Μουσεία και Εκπαίδευση.....	15
Μουσεία που προωθούν την υγεία.....	16
Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Ειδική Αγωγή.....	17
Η Ειδική αγωγή.....	18
Ειδική Εκπαίδευση και Μουσείο.....	19
Εικονικά μουσεία.....	21
Οι Παραολυμπιακοί αγώνες.....	21
Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Οικονομική ανάπτυξη - τουρισμός.....	22
Αθλητικός τουρισμός.....	23
Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Τεχνολογία - Διαδίκτυο.....	24
Το εικονικό μουσείο.....	25
III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	28
Δείγμα.....	28
Ερωτηματολόγιο.....	29
Μέθοδος χορήγησης.....	30
Συνοδευτική επιστολή.....	31

Συγκέντρωση των δεδομένων .....	31
IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....	32
V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ .....	36
VI. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....	48
Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	51
Α1: ΕΞΩΦΥΛΛΟ .....	63
Α2: ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ .....	64
Α3: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ .....	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΜΟΥΣΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	73
Β1: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (Ελλάδα).....	74
Β2: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΣΛΟΒΑΚΙΑΣ (Μπρατισλάβα) .....	76
Β3: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ ΙΣΡΑΗΛ (Τελ Αβίβ).....	77
Β4: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ (Λευκωσία).....	79
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (%) .....	80



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

<b>Εικόνα 1.</b> Ο Απόλλων Μουσαγέτης και οι εννέα Μούσες.....	5
<b>Εικόνα 2.</b> Χαρτογράφηση των Ελληνικών επίσημων Ολυμπιακών Μουσείων.....	11
<b>Εικόνα 3.</b> Χαρτογράφηση Παγκόσμιου Δικτύου των 32 Ολυμπιακών Μουσείων.....	13
<b>Εικόνα 4.</b> Το Ολυμπιακό Μουσείο της Θεσσαλονίκης.....	74
<b>Εικόνα 5.</b> Το Ολυμπιακό Μουσείο της Σλοβακίας.....	76
<b>Εικόνα 6.</b> Το Ολυμπιακό Μουσείο του Ισραήλ.....	78
<b>Εικόνα 7.</b> Το Ολυμπιακό Μουσείο της Κύπρου.....	79

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα	Τίτλος	Σελίδα
1	Αμφίδρομη σχέση Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων, Εκπαίδευσης, Πολιτισμού, και Σύγχρονης Κοινωνίας	2
2	Ολυμπισμός και ευ αγωνίζεσθαι	9

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.</b> Συγκεντρωτικά αποτελέσματα όλων των ερωτήσεων της έρευνας.....	32
--	----

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

<b>Γράφημα 1.</b> Παροχή εκπαίδευσης από τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.....	80
<b>Γράφημα 2.</b> Παροχή γνώσεων από τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.....	80
<b>Γράφημα 3.</b> Δυνατότητα εμπειρίας και εξερεύνησης από την επίσκεψή σε ένα Ολυμπιακό μουσείο.....	81
<b>Γράφημα 4.</b> Παροχή Χαλάρωσης και Ψυχαγωγίας από τα Ολυμπιακά μουσεία.....	81
<b>Γράφημα 5.</b> Διατήρηση μνήμης και ιστορίας από τα Ολυμπιακά μουσεία.....	81
<b>Γράφημα 6.</b> Συντήρηση και προστασία εκθεμάτων.....	82
<b>Γράφημα 7.</b> Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής κοινωνίας μέσω των Ολυμπιακών μουσείων.....	82
<b>Γράφημα 8.</b> Αθλητική – κοινωνική και ηθική αγωγή των νέων μέσω των Ολυμπιακών μουσείων.....	82
<b>Γράφημα 9.</b> Ολυμπιακά μουσεία και προώθηση της έρευνας.....	83
<b>Γράφημα 10.</b> Επάρκεια εκπαίδευσης του προσωπικού των Ολυμπιακών μουσείων για την ολοκλήρωση του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού τους ρόλου.....	84
<b>Γράφημα 11.</b> Προφίλ επισκεπτών Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.....	84
<b>Γράφημα 12.</b> Προφίλ επισκεπτών Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.....	84
<b>Γράφημα 13.</b> Προφίλ επισκεπτών Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.....	85
<b>Γράφημα 14.</b> Προφίλ επισκεπτών ως οικογένειες.....	85
<b>Γράφημα 15.</b> Ενήλικες επισκέπτες.....	85
<b>Γράφημα 16.</b> Προφίλ επισκεπτών Αμέα.....	86
<b>Γράφημα 17.</b> Προφίλ ξένων τουριστών.....	86
<b>Γράφημα 18.</b> Ποσοστά ικανοποίησης επισκεψιμότητας.....	86
<b>Γράφημα 19.</b> Χρήση προγραμμάτων Προσχολικής ηλικίας.....	87
<b>Γράφημα 20.</b> Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Δημοτικού.....	87
<b>Γράφημα 21.</b> Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Γυμνασίου.....	87
<b>Γράφημα 22.</b> Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Λυκείου.....	88
<b>Γράφημα 23.</b> Χρήση προγραμμάτων για φοιτητές.....	88
<b>Γράφημα 24.</b> Χρήση προγραμμάτων για ενήλικες.....	88
<b>Γράφημα 25.</b> Χρήση προγραμμάτων για Αμέα.....	89
<b>Γράφημα 26.</b> Χρήση σεμιναρίων.....	89

<b>Γράφημα 27.</b> Χρήση ημερίδων.....	89
<b>Γράφημα 28.</b> Χρήση βραβεύσεων.....	90
<b>Γράφημα 29.</b> Χρήση αθλητικών, φιλανθρωπικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων.....	90
<b>Γράφημα 30.</b> Ύπαρξη και εφαρμογή διαδραστικών δραστηριοτήτων.....	90
<b>Γράφημα 31.</b> Επάρκεια προσβασιμότητας για άτομα Αμέα.....	91
<b>Γράφημα 32.</b> Κινητικές ιδιαιτερότητες και επίσκεψη στο μουσείο.....	91
<b>Γράφημα 33.</b> Νοητικές ιδιαιτερότητες και επισκεψιμότητα.....	91
<b>Γράφημα 34.</b> Μουσεία και επισκέπτες χωρίς όραση.....	92
<b>Γράφημα 35.</b> Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ακοή.....	92
<b>Γράφημα 36.</b> Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ομιλία.....	92
<b>Γράφημα 37.</b> Ολυμπιακά μουσεία και κωφάλαλοι επισκέπτες.....	93
<b>Γράφημα 38.</b> Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες με αυτισμό.....	93
<b>Γράφημα 39.</b> Συμβολή διαδικτύου και ψηφιακής τεχνολογίας στο έργο ενός μουσείου...	93
<b>Γράφημα 40.</b> Ολυμπιακά Μουσεία και κεντρικό δίκτυο λειτουργιών (NOC).....	94
<b>Γράφημα 41.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω email.....	94
<b>Γράφημα 42.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω Facebook.....	94
<b>Γράφημα 43.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω twitter.....	95
<b>Γράφημα 44.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω Instagram.....	95
<b>Γράφημα 45.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω skype.....	95
<b>Γράφημα 46.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω viber.....	96
<b>Γράφημα 47.</b> Προσέλκυση επισκεπτών μέσω της επίσημης ιστοσελίδας.....	96
<b>Γράφημα 48.</b> Παροχή εικονικής περιήγησης.....	96
<b>Γράφημα 49.</b> Χρηματοδότηση από Κρατικά κονδύλια.....	97
<b>Γράφημα 50.</b> Χρηματοδότηση από ιδιωτικά κονδύλια.....	97
<b>Γράφημα 51.</b> Χρηματοδότηση από ιδιωτικά και κρατικά κονδύλια.....	97
<b>Γράφημα 52.</b> Χρηματοδότηση από εισιτήρια εισόδου.....	98
<b>Γράφημα 53.</b> Προβλήματα οικονομικής φύσεως.....	98
<b>Γράφημα 54.</b> Προβλήματα κτιριακών υποδομών.....	98
<b>Γράφημα 55.</b> Προβλήματα ανθρώπινου δυναμικού.....	99
<b>Γράφημα 56.</b> Έλλειψη επισκεπτών.....	99
<b>Γράφημα 57.</b> Προβλήματα συντήρησης υλικού.....	99

<b>Γράφημα 58.</b> Προβλήματα αποθήκευσης υλικού.....	100
<b>Γράφημα 59.</b> Προβλήματα εκπαίδευσης προσωπικού.....	100
<b>Γράφημα 60.</b> Προβλήματα έλλειψης εκπαιδευτικών προγραμμάτων.....	100
<b>Γράφημα 61.</b> Προβλήματα διαφήμισης.....	101
<b>Γράφημα 62.</b> Προβλήματα συνεργασίας με άλλα μουσεία.....	101
<b>Γράφημα 63.</b> Σημαντικότητα κανονισμών ICOM/ACOM και κώδικα δεοντολογίας Μουσείων.....	102
<b>Γράφημα 64.</b> Ύπαρξη έλλειψης Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων στην Ελλάδα.....	103
<b>Γράφημα 65.</b> Ύπαρξη έλλειψης εθνικού προγραμματισμού για την ανάπτυξη του πολιτισμού και της πολιτιστικής διαχείρισης στην Ελλάδα.....	103

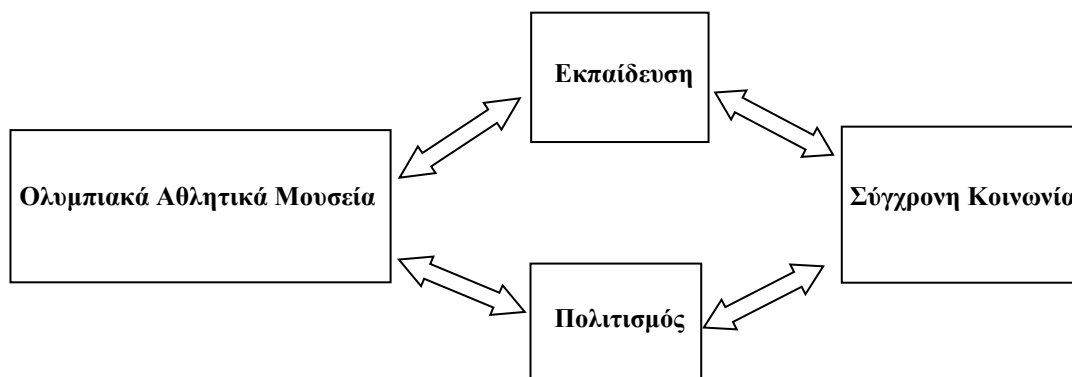
## I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι Ολυμπιακοί αγώνες είναι ένα παγκόσμιο γεγονός που κάθε τέσσερα χρόνια καθλώνει εκατομμύρια θεατές σε όλο τον κόσμο. Ως θεσμός πλέον αφορά όχι μόνο τους αθλητές, τους προπονητές και τους λάτρεις των σπορ, αλλά και εταιρείες, τηλεοπτικά κανάλια, ομοσπονδίες, χώρες ολόκληρες. Ο συγκεκριμένος γιγαντισμός αλλά και η άμετρη εμπορευματοποίηση των αγώνων έχει με τα χρόνια αλλοιώσει των χαρακτήρα τους και έχει θολώσει το στίγμα που θα έπρεπε να αφήνουν στη σύγχρονη κοινωνία. Η μαγεία όμως των συγκεκριμένων αγώνων κρύβεται στις οικουμενικές αξίες που πρεσβεύουν και όχι τόσο στα ρεκόρ, τα μετάλλια, ή τις φανταχτερές τελετές έναρξης και λήξης.

Τα Ολυμπιακά μουσεία ως μη κερδοσκοπικοί φορείς και ως θεματοφύλακες του Ολυμπισμού επηρεάζονται άμεσα από κοινωνικοπολιτικές, οικονομικές αλλά και πολιτιστικές συνθήκες και καταστάσεις. Ο ρόλος τους στην κοινωνία ποικίλει και σε βάθος χρόνων ύπαρξης και δράσης τους έχει αποκτήσει έναν πολυδιάστατο χαρακτήρα (Ουδατζή, 2018). Πως μπορούν τέτοιοι φορείς να επηρεάσουν με τη σειρά τους την κοινωνία και τις νέες γενιές; Τί δυναμική μπορεί να έχει η εκάστοτε λειτουργία τους; Βοηθούν στην όποια εξισορρόπηση ή και εξομάλυνση κοινωνικών αποκλεισμών μεταξύ των μελών της κοινωνίας μας; Υπάρχει λόγος ύπαρξης τους σε μια εποχή που κατακλύζεται από την τεχνολογία και το διαδίκτυο; Κατά πόσο μπορούν να ενδυναμώσουν τις τοπικές οικονομίες και τον τουρισμό; Μπορούν δηλαδή να αποτελέσουν μοχλούς ανάπτυξης στη φαρέτρα της κεντρική διοίκησης κάθε κράτους; Αυτά τα ερωτήματα και άλλα τόσα παραπλήσια και αλληλοσυμπληρούμενα καλείται η παρούσα μελέτη με τίτλο: «*Ο Εκπαιδευτικός και ο Πολιτιστικός ρόλος των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων στη σύγχρονη κοινωνία*» να αντιμετωπίσει.

Στο θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας, αναφέρονται οι γενικές κατηγορίες (ή μεταβλητές) που θα εξεταστούν, καθώς και οι σχέσεις που θεωρείται ότι υπάρχουν μεταξύ τους. Τα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία μπορούν να παράγουν πολιτισμό και μέσω της εκπαίδευσης να βοηθήσουν τη σύγχρονη κοινωνία να γίνει καλύτερη και να βελτιωθεί. Στο Σχεδιάγραμμα 1 φαίνεται η αμφίδρομη σχέση που υπάρχει. Έτσι προσπαθήσαμε να παρουσιάσουμε τα εκπαιδευτικά προγράμματα που υπάρχουν στα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία, ποιες ηλικίες αυτά αφορούν και πώς εντέλει εκπληρώνουν τον πολιτιστικό και εκπαιδευτικό τους ρόλο.

Η έρευνα ασχολείται και με αρκετά πιο λειτουργικά ζητήματα των συγκεκριμένων χώρων και γίνεται προσπάθεια να αναδυθούν τα βασικά προβλήματα που δημιουργούν εμπόδια στην ομαλή λειτουργία τους παραγκωνίζοντας έτσι το έργο τους και την προσφορά τους στην κοινωνία. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση και οι προγενέστερες θεωρητικές προσεγγίσεις του συγκεκριμένου θέματος έβγαλαν στην επιφάνεια την έλλειψη ενός αξιόπιστου και ήδη δοκιμασμένου ερωτηματολογίου, ως εργαλείου έρευνας. Γι' αυτόν τον λόγο κρίθηκε σκόπιμη η δημιουργία ενός πρωτότυπου και καλά σχεδιασμένου ερωτηματολογίου που θα αφορά τα Ολυμπιακά μουσεία αυτά καθαυτά για τη διερεύνηση όλων των παραπάνω ερωτημάτων. Παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον η λήψη και η μελέτη των απαντήσεων των υπεύθυνων λειτουργίας των Ολυμπιακών μουσείων όπως και η συγκριτική ανάλυσή των αποτελεσμάτων της έρευνας. Οι μόνοι περιορισμοί που παρατηρήθηκαν κατά την εκπόνηση της παρούσης ήταν οι δυσκολίες μετακίνησης, άμεσης επικοινωνίας και δια ζώσης έρευνας λόγω της πανδημίας. Δύσκολες και πρωτόγνωρες καταστάσεις που άλλαξαν την καθημερινότητα της κοινωνίας σε παγκόσμια κλίμακα επηρέασαν αναπόφευκτα και το μικρόκοσμο της συγκεκριμένης μελέτης και με τον τρόπο τους καθοδήγησαν τη μεθοδολογία για να μπορέσει η έρευνα να ολοκληρωθεί.



**Σχεδιάγραμμα 1.** Αμφίδρομη σχέση Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων, Εκπαίδευσης, Πολιτισμού, και Σύγχρονης Κοινωνίας.

Ως προς τη δομή της η παρούσα εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη. Το ένα σκέλος της είναι το θεωρητικό και το άλλο το πρακτικό. Πιο αναλυτικά, στο πρώτο μέρος αναλύονται όλοι οι απαραίτητοι ορισμοί και ξεκαθαρίζονται οι βασικές έννοιες πάνω στις οποίες θα βασιστεί η ανάλυση του πρακτικού - δευτέρου μέρους. Παρουσιάζεται ο όρος Ολυμπιακό μουσείο και επιπλέον η κατάσταση που επικρατεί στον Ελλαδικό χώρο αλλά



και μία χαρτογράφηση όλων των υφισταμένων Ολυμπιακών μουσείων ανά τον κόσμο μέσα από το επίσημο Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων. Διαχωρίζονται επισταμένα και αναλύονται οι ρόλοι που ένα Ολυμπιακό μουσείο καλείται να εξυπηρετήσει στη σύγχρονη κοινωνία ενώ αναλύονται και θέματα που άπτονται της Ειδικής Αγωγής αλλά και της όποιας οικονομικής/ τουριστικής ανάπτυξης μπορούν τα Μουσεία να προσφέρουν ως αποτέλεσμα της λειτουργίας τους. Τέλος παρουσιάζεται και αναλύεται βιβλιογραφικά ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της σύγχρονης εποχής που είναι η χρήση της τεχνολογίας και του διαδικτύου στην υπηρεσία των Ολυμπιακών Μουσείων καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν πλέον ή θα μπορούσαν να παίζουν πρωτεύοντα ρόλο σε αρκετές εκφάνσεις της.

Το πρακτικό κομμάτι της εργασίας αποτελείται από Κεφάλαια στα οποία και παρουσιάζονται η μεθοδολογία της έρευνας (κεφ. III) με το ερωτηματολόγιο (βλέπε Παράρτημα Α) που δημιουργήθηκε και χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας καθώς και τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα της έρευνας (κεφ. IV - πίνακας 1) μέσω των απαντήσεων που λήφθηκαν από τα συμμετέχοντα μουσεία (βλέπε Παράρτημα Β). Στο κεφ. V γίνεται η ανάλυση και ο σχολιασμός των ευρημάτων μας. Παράλληλα, στο παρόν κεφάλαιο, συσχετίζονται οι σχολιασμοί με τα γραφήματα του Παραρτήματος Γ (πίτες αποτελεσμάτων %) με τη μέθοδο των παραπομπών ώστε να μην κουράσει τον αναγνώστη αλλά να υπάρχει και αυτή η πιο άμεση απεικόνιση των ευρημάτων της παρούσης. Τέλος, στα Γενικά Συμπεράσματα – Προτάσεις γίνεται μια προσπάθεια τα δύο μέρη της εργασίας (θεωρητικό και πρακτικό) να αλληλοσυμπληρωθούν και να καταλήξει η έρευνα σε συγκεκριμένες θέσεις για τα θέματα που μας απασχόλησαν και αποτέλεσαν άλλωστε και τα εναρκτήρια ερευνητικά μας ερωτήματα. Δίνονται επίσης προτάσεις για μελλοντικές αντίστοιχες έρευνες που δεν ήταν εφικτό να ερευνηθούν στα πλαίσια της παρούσης.

## II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν όλες οι βασικές έννοιες που κρίνεται απαραίτητο να επεξηγηθούν και θα αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία θα γίνει η ανάλυση του Β μέρους. Η ανάλυση των εννοιών δεν θα είναι ενδελεχής για λόγους οικονομίας της έκτασης αλλά λακωνική και όσο το δυνατόν πιο διαφωτιστική.

### **Πολιτιστικό αγαθό, Μουσείο και Μουσικολογία**

#### ***Πολιτιστικό αγαθό***

Ο νόμος 3028/2002, για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς στο άρθρο 2 εξηγεί: «*Ως πολιτιστικά αγαθά νοούνται οι μαρτυρίες της ύπαρξης και της ατομικής και συλλογικής δραστηριότητας του ανθρώπου*» (σελ. 3003). Στη διεθνή πραγματικότητα, ο πολιτισμός αποκτά μια ευρύτερη έννοια και καθορίζεται από την UNESCO ως εξής: «*Ο πολιτισμός είναι το σύνολο των διακριτών πνευματικών, συναισθηματικών και υλικών στοιχείων που χαρακτηρίζουν μια κοινωνία ή ένα κοινωνικό σύνολο. Ο πολιτισμός περιλαμβάνει, εκτός από τις τέχνες και τα γράμματα, τους τρόπους συμβίωσης, τα συστήματα αξιών, τις παραδόσεις και τα πιστεύω. Ο σεβασμός του πολιτισμού σημαίνει σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων*» (Unesco, 2006, σελ. 9). Η άυλη πολιτιστική κληρονομιά αποτελείται από όλες τις άυλες εκδηλώσεις του πολιτισμού για περισσότερες πληροφορίες δείτε στον Lenzerini (2011) ενώ για την πολιτιστική κληρονομιά δείτε στην Blake (2000).

#### ***Η ιστορία του όρου Μουσείο***

Τα μουσεία του 21ου αιώνα έχουν μια μακρόχρονη και διαρκώς εξελισσόμενη ιστορική πορεία που ξεκίνησε από την αρχαία Ελλάδα. Αν και ετυμολογικά η λέξη μουσείο προέρχεται από το τη λατινική λέξη «*museum*», που έχει τις ρίζες της στο αρχαίο ελληνικό «*Μουσειόν*», ένα τέμενος (ναός) αφιερωμένο στη λατρεία των Μουσών. Στην αρχαία ελληνική μυθολογία οι Μούσες ήταν εννέα αρχαίες θεότητες, κόρες του Δία και της Μνημοσύνης. Τα ονόματά τους ήταν: Κλειώ, Ευτέρπη, Θάλεια, Μελομένη, Τερψιχόρη, Ερατώ, Πολυμνία, Ουρανία και Καλλιόπη. Η καθεμία τους ήταν μούσα αντίστοιχα της Ιστορίας, της Αυλητικής τέχνης (της τέχνης του αυλού, ο αυλός ήταν πνευστό μουσικό όργανο της Ελληνικής αρχαιότητας, περισσότερες πληροφορίες Landels, 2002), της Κωμωδίας, της Τραγωδίας, της Λυρικής Ποίησης (αρχικά ήταν η Μούσα του Χορού), του υμεναίου του γάμου επομένως της Ερωτικής Ποίησης, της

Μιμικής (παντομίμας), της Αστρονομίας και τέλος η πιο μεγάλη και σεβαστή (Καλλιόπη) της Επικής και ηρωικής ποίησης. Ο θεός Απόλλωνας ήταν ο ηγέτης τους που διεύθυνε τη χορωδία τους, γι' αυτό και ονομαζόταν Μουσαγέτης (Εικόνα 1), ενώ η μητέρα τους η Μνημοσύνη θεωρείτο πως αποτελεί τη μήτρα του πολιτισμού (Βουδούρη, 2003; Murray, 2020). Οι εννέα Μούσες λοιπόν, ήταν αυτές που πρόσφεραν στους ανθρώπους τη δημιουργία και την ευχαρίστηση της ψυχής μέσα από τις τέχνες, τα γράμματα, τη μουσική, την ποίηση, τη φιλοσοφία και το χορό.



**Εικόνα 1.** Πίνακας του Ιταλού ζωγράφου και αρχιτέκτονα Baldassare Peruzzi, Σιένα 1481 – Ρώμη 1536.

Στην εποχή μας, η μορφές και τα αντικείμενα που εκτίθενται στα σύγχρονα μουσεία είναι πάρα πολλά. Υπάρχει έξαρση δημιουργίας τέτοιων χώρων που καλούν όλους τους πολίτες να τα επισκεφθούν. Τί είναι λοιπόν ένα Μουσείο; Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (International Council of Museums, ICOM) με τον όρο Μουσείο εννοείται: «ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοικτό στο κοινό, που έχει ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία» (Κώδικας Δεοντολογίας, 2009, σελ. 44). Ο νόμος 3028<sup>1</sup> του 2002 ορίζει: «ως μουσείο νοείται η υπηρεσία ή ο οργανισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με ή χωρίς ίδια νομική προσωπικότητα, που αποκτά, δέχεται,

<sup>1</sup> Νόμος: 3028/2002 (ΦΕΚ Α 153/28-06-2002) Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς (Άρθρο 45 παράγραφος 1).

φυλάσσει, συντηρεί, καταγράφει, τεκμηριώνει, ερευνά, ερμηνεύει και κυρίως εκθέτει και προβάλλει στο κοινό συλλογές αρχαιολογικών, καλλιτεχνικών, εθνολογικών ή άλλων υλικών μαρτυριών του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του, με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία» (σελ. 3020). Το μουσείο σε κάθε εποχή λαμβάνει μία διαφορετική σημασία ανάλογα με τις εκάστοτε κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές συνθήκες.

Στην αντίληψη των περισσότερων ανθρώπων, όταν ακουστεί η λέξη «μουσείο», έχει αποτυπωθεί πώς είναι ένα οίκημα στο οποίο φυλάσσονται και εκτίθενται έργα τέχνης ή άλλες συλλογές που απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο και εκλεκτό κοινό. Όπως φαίνεται και από ορισμένες έρευνες (Δασκαλάκης και συνεργάτες, 2019; Höge, 2016; Vaughan, 2001) οι περισσότεροι θεωρούν τα μουσεία μη προσιτά και χώρους αποκλειστικά για λίγους. Στην ερώτηση του τι προσφέρουν τα μουσεία, οι περισσότεροι ίσως δεν θα απαντούσαν με σιγουριά, καθώς η επίσκεψη σε τέτοιους χώρους είναι ελάχιστη ή μηδαμινή, χωρίς να έχουν τα απαραίτητα εφόδια (μουσειακή αγωγή), την κουλτούρα και το ενδιαφέρον που χρειάζεται ώστε να καταλάβουν την πολύπλευρή, ψυχαγωγική και διδακτική εμπειρία αυτών των χώρων. Ο Höge (2016) αναφέρει ότι τα μουσεία θα πρέπει να αγωνιστούν αρκετά, για να έχουν την ευκαιρία να είναι μία από τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων. Συμπληρώνοντας ότι ένα εξωτερικό κίνητρο αν μπορούσε να μετατραπεί σε «εγγενές», τότε μια επίσκεψη στο μουσείο θα είχε καθιερωθεί ως μόνιμο είδος συμπεριφοράς.

### ***Μουσειολογία***

Η Μουσειολογία ξεκίνησε ως ένα επάγγελμα που μελετούσε, ανέλυε και περιέγραφε τη δομή και τη λειτουργία, προσπαθώντας να δώσει λύσεις σε όλα τα θεωρητικά αλλά και πρακτικά θέματα των μουσείων. Πολλοί ερευνητές την αναφέρουν ως την «*επιστήμη των μουσείων*» (Ambrose & Paine, 2006; Costa, 2018; Mayrand, 2014; van der Duin, 2007). Η Μουσειολογία τα τελευταία χρόνια εξελίχθηκε μαζί με τα μουσεία, αναπροσαρμόζοντας και εκσυγχρονίζοντας τον ρόλο και τη δυναμική της πλέον ως ολοκληρωμένος διεπιστημονικός κλάδος. Ο Vergo (1989) αναγνωρίζει τη διαφορά μεταξύ αυτής της «*παλιάς μουσειολογίας*», όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, στοχαζόμενος πώς τα ιδρύματα κληρονομιάς πρέπει να εκπληρώσουν τα καθήκοντά τους, αντιπαραβάλλοντας τη «*νέα μουσειολογία*». Η Ross (2004) συμπληρώνει ότι οι πολιτικές και οικονομικές πιέσεις ανάγκασαν τους επαγγελματίες των μουσείων να στρέψουν την προσοχή τους από τις συλλογές τους, προς τους επισκέπτες. Ένα κλίμα

αυξανόμενης αντανακλαστικότητας όπως χαρακτηριστικά αναφέρει στο επάγγελμα χαρακτηρίζεται ως η «*νέα μουσειολογία*». Οι Kotler και Kotler (2000) αντίστοιχα συμπεραίνουν ότι, τα μουσεία πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του κοινού τους, καλλιεργώντας παράλληλα νέες ομάδες επισκεπτών και οδηγώντας το κοινό τους σε ακόμη μεγαλύτερες εμπειρίες και οφέλη.

Η Μουσειολογία, ταξινομεί τα μουσεία σε διάφορες κατηγορίες και μπορεί να χωριστεί σε δύο μέρη. Το πρώτο, ασχολείται με την έρευνα και τη διδασκαλία και το δεύτερο με την εφαρμογή της στην αγορά, δηλαδή στον χώρο των μουσείων (Latham & Simmons, 2019; Σκαλτσά, 2014). Οι McCall και Gray (2014) αναφέρουν ότι οι υπηρεσίες μουσείων αντιμετωπίζουν πολλαπλές εξωγενείς και ενδογενείς προσδοκίες, ευκαιρίες, πιέσεις αλλά και απειλές. Η πρακτική εφαρμογή της «*νέας μουσειολογίας*», θα δώσει τις λύσεις και συνδέεται με τις αξίες που κατέχουν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι των μουσείων και με το πώς συνδέονται με τις δραστηριότητες τους. Η Kreps (2008) αναφέρει πώς η κατάλληλη μουσειολογία είναι μια προσέγγιση για την ανάπτυξη και την εκπαίδευση των μουσείων που προσαρμόζει τις πρακτικές και τις στρατηγικές τους για τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε τοπικά πολιτιστικά πλαίσια και κοινωνικοοικονομικές συνθήκες. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, πρόκειται για μια προσέγγιση από τη βάση προς την κορυφή. Ο Costa (2018) περιγράφοντας τις διεπιστημονικές σχέσεις που έχει η περιοχή της Μουσειολογίας και του Τουρισμού, συμπέρανε ότι μπορούν να φέρουν επέκταση της γνώσης για την επαγγελματική κατάρτιση την έρευνα και την ανάπτυξη αυτών των περιοχών, αλλά και για κοινωνική πρόοδο, διατήρηση, και αναγνώριση της ταυτότητας, της κοινωνικής μνήμης, της ιστορίας και της πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Ο Mayrand (2014) επισημαίνει πώς θα πρέπει η Μουσειολογία να έχει όλο και μεγαλύτερη προσφυγή στη διεπιστημονικότητα, τις σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται σε όλες τις πολιτιστικές δράσεις και τις σύγχρονες μεθόδους διαχείρισης που αφορούν τον καταναλωτή.

Όλο και περισσότερο λοιπόν, γίνεται κατανοητό ότι τα σύγχρονα μουσεία χρειάζονται ανθρώπους στον χώρο τους με σπουδές, εξειδίκευση και κατάρτιση όχι μόνο στις επιστήμες που σχετίζονται με τα αντικείμενα και τις συλλογές τους αλλά και στην επιστήμη της μουσειολογίας, η οποία όπως είδαμε πιο πάνω βασίζεται πλέον στην ιδέα ότι το μουσείο έχει έναν εκπαιδευτικό ρόλο να υπηρετήσει στην σύγχρονη κοινωνία με επίκεντρο τον επισκέπτη και όχι τα εκθέματα. Η Μουσειολογία λοιπόν δίνει στους επαγγελματίες των μουσείων τις απαραίτητες γνώσεις, εμπειρίες και δεξιότητες για να

μπορέσουν να ερμηνεύσουν, αναλύσουν, προγραμματίσουν, οργανώσουν, σχεδιάσουν, επικοινωνήσουν, διοικήσουν, προωθήσουν και γενικά να λειτουργήσουν με καλύτερο και ασφαλέστερο τρόπο τον κόσμο των μουσείων. Τους βοηθά επίσης να δημιουργήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα, τους μαθαίνει τεχνικές συντήρησης και πώς να προωθούν την έρευνα.

## **Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία - Ολυμπισμός - Ολυμπιακή Παιδεία**

### ***Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία***

Ευτυχώς κάποια αθλητικά μουσεία έχουν ξεπεράσει τα συμβατικά όρια ενός αθλήματος και μπορούν να ισχυριστούν ότι είναι πραγματικά διεθνή, ένα από αυτά με πρωταρχική αποστολή «να ευαισθητοποιήσει τους επισκέπτες» για το εύρος και τη σημασία του Ολυμπιακού Κινήματος, είναι το Ολυμπιακό μουσείο της Λοζάνης στην Ελβετία (Vamplew, 1998). Ο Bianchi (2002) συμφωνεί και συμπληρώνει πώς προωθεί έργα έρευνας, διδασκαλίας αλλά και εκδώσεις για τον Ολυμπισμό, ενώ ο Adair (2004) αναφέρει πως το συγκεκριμένο Ολυμπιακό μουσείο αποτελεί τη «βιτρίνα του Ολυμπιακού κινήματος», καθώς κατάφερε να γίνει ένας παγκόσμιος τουριστικός προορισμός και ένα αρχαιακό αποθετήριο και εκθεσιακό κέντρο για τους Ολυμπιακούς αγώνες και ότι αυτοί αντιπροσωπεύουν. Αυτό φυσικά θα έπρεπε να ισχύει και για όλα τα Ολυμπιακά μουσεία του Δικτύου (δείτε υποκεφάλαιο Δίκτυο Ολυμπιακών μουσείων, σελίδα 11 της παρούσης) ή τα επίσημα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία ανά τον κόσμο.

### ***Ιστορικά στοιχεία***

Ολυμπία, ένας τόπος ιερός που χρησιμοποιούνταν τακτικά για θρησκευτικές τελετές, καθώς και η οικοδέσποινα των Αρχαίων Αγώνων. Η Ολυμπία ήταν και είναι στο επίκεντρο του ελληνικού πολιτισμού ειδικά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων. Γνωστή στον αρχαίο κόσμο για το σπουδαίο Ιερό της, το οποίο ήταν αφιερωμένο στον πατέρα των θεών και των ανθρώπων τον Ζεус ή Δία (Βαλάση, 1999; Γεραλής, 2000; Γιαννάκης, 1998).

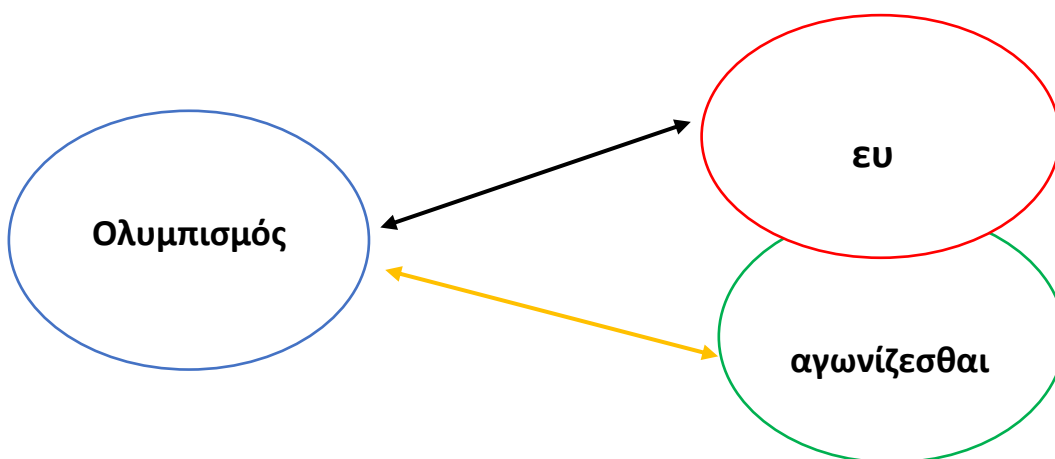
Ο Liponski (2008) αναφέρει ότι η λέξη Ολυμπία έγινε ένα σπουδαίο σύμβολο μίας «ανώτερης σκηνής» της ανθρώπινης ανάπτυξης, εξοπλισμένη με όλα τα πνευματικά σημάδια και εμφανίσεις μιας «εκλεπτυσμένης ευγένειας». Ένας λοιπόν, ιερός αρχαίος τόπος, που συμβολίζει υψηλές ανθρώπινες φιλοδοξίες, και το σημείο όπου γεννήθηκαν οι πρώτοι τακτικοί αθλητικοί αγώνες.

## Ολυμπισμός

«Ο Ολυμπισμός τείνει να συγκεντρώσει σαν δέσμη φωτός, όλες εκείνες τις ηθικές αρχές, που προάγουν την ανθρώπινη τελειότητα» (Τα λόγια του Pierre de Coubertin είναι από την επίσημη σελίδα της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας, για περισσότερες πληροφορίες ανατρέξτε στο: [www.ioa.org.gr](http://www.ioa.org.gr)).

Δυστυχώς στη σύγχρονη κοινωνία οι αξίες του Ολυμπισμού παρακμάζουν, αν και σε πολλές περιπτώσεις ίσως απουσιάζουν και τελείως. Η εποχή μας δίνει μεγάλη σημασία μόνο στη νίκη, στα ρεκόρ, στην αναγνωσιμότητα και όλα αυτά με κάθε κόστος. Προβάλλεται έτσι μόνο το εγώ, ξεχνώντας ότι με αυτόν τον τρόπο υποχωρούν όλες οι έννοιες που αφορούν την αλληλεπίδραση των ανθρώπων, έννοιες υψίστης σημασίας, όπως ο αλληλοσεβασμός, το ήθος, η αλληλεγγύη και η φιλία.

Ο Ολυμπισμός συνδυάζει τον αθλητισμό με τον πολιτισμό και την εκπαίδευση. Οδηγεί στο «ευ αγωνίζεσθαι» αλλά και το «ευ αγωνίζεσθαι» οδηγεί σε αυτόν (Σχεδιάγραμμα 2). Ο Ολυμπισμός είναι μια φιλοσοφία ζωής που περικλείει αξίες όπως αυτές, της ισότητας, της ειρήνης, της ελευθερίας, της συναδέλφωσης, της ευγενούς άμιλλας, της απλής συμμετοχής, του δίκαιου παιχνιδιού, της αξιοπρέπειας, της αποφασιστικότητας, του θάρρους, της προσπάθειας, του κουράγιου, του αγώνα, του σεβασμού, της φιλίας. Προβάλλοντας και διδάσκοντας τον Ολυμπισμό, μπορούμε να κάνουμε την κοινωνία μας συνολικά καλύτερη, πιο δυνατή, πιο υγιή, ειρηνική και γεμάτη σεβασμό στις ηθικές αρχές που τόσο λείπουν στη σύγχρονη εποχή μας.



Σχεδιάγραμμα 2. Ολυμπισμός και ευ αγωνίζεσθαι.

Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το μοναδικό αθλητικό ιδεώδες δηλαδή, «το να αγωνίζεται ο αθλητής για τη νίκη, προτάσσοντας τον σεβασμό στον αντίπαλο, και την αρμονική ανάπτυξη σώματος και ψυχής». Ας μην ξεχνάμε αυτό που οι αρχαίοι ημών

πρόγονοι πάντα έλεγαν «Νους υγιής εν σώματι υγιεί». Με αυτό το απόφθεγμα εννοούσαν φυσικά «Να έχεις ένα υγιές πνεύμα μέσα σε ένα υγιές σώμα» μιας και ο άνθρωπος, αποτελείται από ένα σύμπλεγμα των δύο. Έτσι νους, πνεύμα ή ψυχή μαζί με το σώμα είναι ένα και αλληλοεπιδρούν πάντα μεταξύ τους προσφέροντας την Υγεία.

Στην έννοια Αθλητισμός ακούγεται η έννοια Άθλος που σημαίνει υπέρβαση, δηλαδή μια πολύ σπουδαία πράξη, ένα κατόρθωμα, η ένα επίτευγμα, που απαιτεί υπέρβαση των σωματικών, αλλά και των πνευματικών/ψυχικών δυνατοτήτων ενός ανθρώπου. Επίσης απαιτεί καλλιέργεια, δύναμη, σθένος, θέληση, ήθος, αρετή και τόλμη. Συνοψίζοντας, σε μια κοινωνία με ετερογενή προβλήματα και διάφορες μορφές παθογένειας όπως, έξαρση βίας, υπέρμετρος καταναλωτισμός, αθέμητος ανταγωνισμός, ντόπινγκ, αναξιοκρατία η είσοδος των ολυμπιακών αξιών στην καθημερινότητα μας θα μπορούσε να είναι το φωτεινό παράδειγμα μιας γενικότερης ανασυγκρότησης, όπου επιτυχία θα βασίζεται στη χαρά της προσπάθειας, την εκπαιδευτική αξία του καλού παραδείγματος, την κοινωνική ευθύνη και τον σεβασμό των καθολικών θεμελιωδών ηθικών αρχών. Όλα τα παραπάνω θα μπορούσαν να γίνουν πράξη μέσω της Ολυμπιακής παιδείας.

### ***Ολυμπιακή παιδεία***

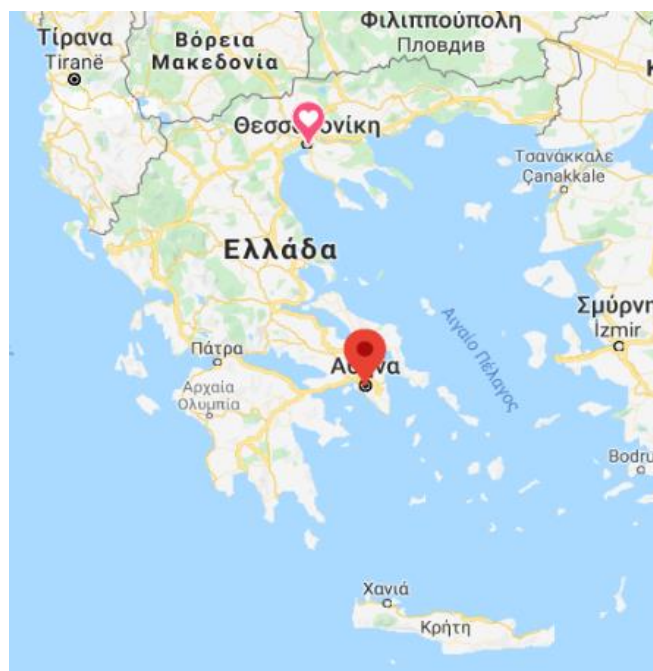
Ο κύριος σκοπός του προγράμματος Ολυμπιακής παιδείας είναι να αποκτήσουν τα παιδιά αθλητική και κοινωνική αγωγή. Ο Georgiadis (2010) συμπέρανε ότι αυτή η καινοτόμος εκπαιδευτική δραστηριότητα χαίρει διεθνούς αναγνώρισης. Η Τζαχρίστα (2013) αναφέρει πώς το Πρόγραμμα Ολυμπιακής Παιδείας ατόνησε και τελικώς σταμάτησε μετά τη λήξη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Περισσότερες πληροφορίες για την Ολυμπιακή Παιδεία και τα θετικά που μπορεί να δώσει στην εκπαίδευση όλων των βαθμίδων, ο αναγνώστης μπορεί να ανατρέξει στους Μακρής (2013), Μακρής και συνεργάτες (2016), Μακρής και συνεργάτες (2017), Τραυλός (2000).

### **Ολυμπιακά μουσεία στην Ελλάδα - σύντομη παρουσίαση της κατάστασης στον Ελλαδικό χώρο**

Μέχρι και πρότινος (2021) στην Ελλάδα υπήρχε ένα Ολυμπιακό μουσείο, πραγματικό στολίδι, στη Θεσσαλονίκη. Πρόσφατα άνοιξε τις πύλες του και ο αντίστοιχος χώρος στην Αθήνα (Εικόνα 2). Ουσιαστικά τα επίσημα Ολυμπιακά μουσεία της χώρας είναι αυτά τα δύο και από εκεί και πέρα η κατάσταση είναι αρκετά χαοτική. Υπάρχουν διάσπαρτα και σε μικρότερες πόλεις διάφορες συλλογές (αρκετές αξιοσημείωτες) ή



διάφοροι χώροι που αυτοαποκαλούνται Ολυμπιακά μουσεία ή μουσεία του αθλητισμού, χωρίς να υπάρχει μία κεντρική οργάνωση ή κάποιος φορέας που να ορίζει κάποιες αρχές λειτουργίας ή να δίνει κάποιες κατευθυντήριες γραμμές ή τις απαραίτητες πιστοποιήσεις. Είναι προσπάθειες ανθρώπων και τοπικών παραγόντων που μπορεί να αγαπούν μεν τον αθλητισμό, αλλά ίσως και να δημιουργούν τελικά ένα θολό τοπίο στον μουσειακό κόσμο που μπερδεύει τους επισκέπτες.



**Εικόνα 2.** Χαρτογράφηση επίσημων Μουσείων στην Ελλάδα.

### ***Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων.***

Το Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων (Olympic Museums Network, OMN) ιδρύθηκε το 2006 (7 Σεπτέμβρη) στη Λοζάνη με πρωτοβουλία του Ολυμπιακού Μουσείου της πόλης, υπό την ηγεσία των Προέδρων της ΔΟΕ Rogge και Samaranch. Ξεκίνησε με 11 ιδρυτικά μέλη ενώ σήμερα αριθμοί 32 μουσεία-μέλη σε όλο τον κόσμο. Ο σκοπός δημιουργίας του ήταν, η αύξηση της ποιότητας μέσω των συνεργασιών και των κοινών έργων, με επιμερισμό του κόστους. Δημιουργήθηκε έτσι μια ομάδα ιδρυμάτων με την ίδια θεματολογία, με απώτερο στόχο να αναπτυχθούν περαιτέρω, να ενωθούν ουσιαστικά και έτσι να αλληλοβοηθηθούν, όπου φυσικά είναι αυτό δυνατόν, προκειμένου να γίνουν ισχυρότερα και πιο αποτελεσματικά, δημιουργώντας μια μοναδική πλατφόρμα για το παγκόσμιο Ολυμπιακό Κίνημα.

Ο κύριος στόχος και η αποστολή ενός Ολυμπιακού Μουσείου είναι να προωθήσει τις αξίες του Αθλητισμού και του Ολυμπισμού. Μεταξύ των μελών του Δικτύου υπάρχει κοινή χρήση πληροφοριών και βέλτιστων πρακτικών. Ενθαρρύνεται ιδιαίτερα η συνεργασία σε κοινά θέματα που αντιμετωπίζουν τα μέλη/μουσεία όπως και οι εργασίες για κοινά έργα, ιδίως σε σχέση με εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, εκδηλώσεις, διαχείριση συλλογών, επικοινωνίας και εμπορικής ανάπτυξης με σκοπό να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας προς όφελος όλων.

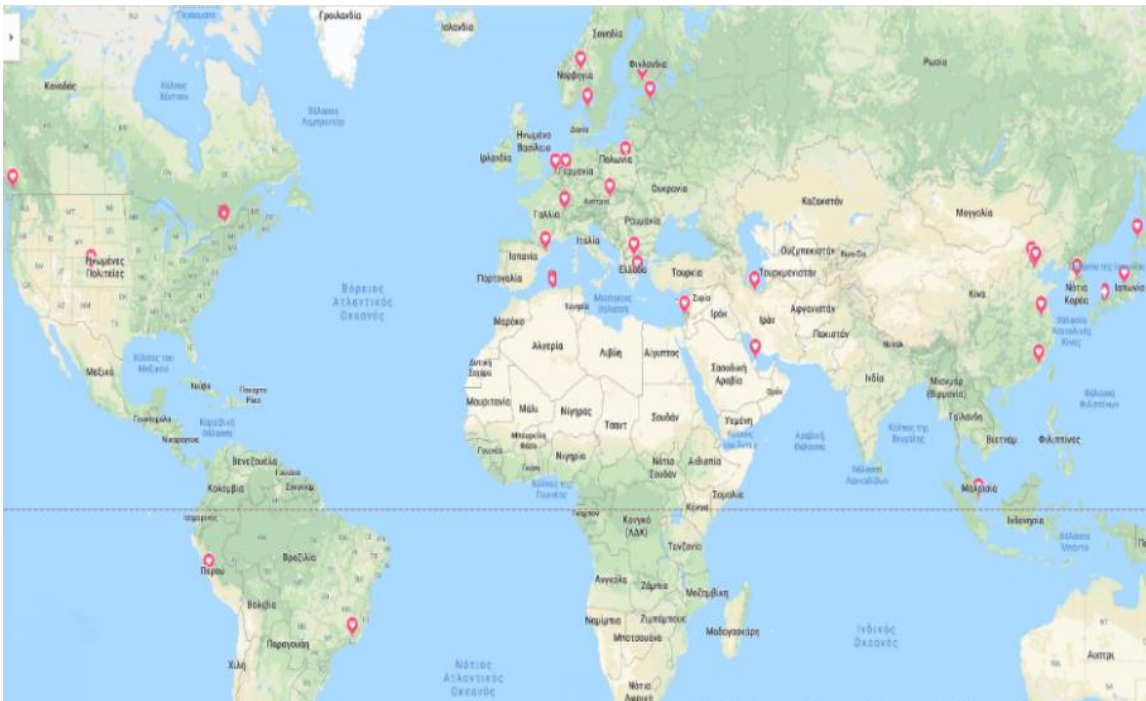
Τα 32 πλέον<sup>2</sup> Ολυμπιακά Μουσεία του Δικτύου (Εικόνα 3) περιλαμβάνουν και τα δύο επίσημα Ολυμπιακά Μουσεία της Ελλάδας. Το Ολυμπιακό Μουσείο της Θεσσαλονίκης αλλά και αυτό της Αθήνας. Αναλυτικά όλα τα μουσεία του δικτύου είναι:

1. The Olympic Museum, Lausanne, Switzerland
2. Musée Olympique et Sportif Algérien, Algeria
3. Sportimonium, Hofstade-Zemst, Belgium
4. Olympic Experience, Montreal, Canada
5. The Olympic Experience, Richmond, Canada
6. China Sports Museum, Beijing, People's Republic of China
7. Nanjing Olympic Museum, Nanjing, People's Republic of China
8. Samaranch Memorial, Tianjin, People's Republic of China
9. Tianjin Dagon Olympic Museum, Tianjin, People's Republic of China
10. Xiamen Olympic Museum, Xiamen, People's Republic of China
11. Estonian Sports Museum, Tartu, Estonia
12. The Sports Museum Foundation of Finland, Helsinki, Finland
13. Deutsches Sport & Olympia Museum, Köln, Germany
14. Athens Olympic Museum, Athens, Greece
15. Thessaloniki Olympic Museum, Thessaloniki, Greece
16. I.R. IRAN Museum, Tehran, Islamic Republic of Iran
17. The Olympic Experience, Tel Aviv, Israel
18. Nagano Olympic Museum, Nagano, Japan
19. Sapporo Olympic Museum, Sapporo, Japan
20. Japan Olympic Museum, Japan
21. Seoul Olympic Museum, Seoul, Republic of Korea
22. PyeongChang Olympic Museum, Korea

---

<sup>2</sup> Ξεκινώντας τη συγγραφή της μελέτης το Δίκτυο απαρτιθμούσε 28 μέλη.

23. Norwegian Olympic Museum, Lillehammer, Norway
24. Peruvian Olympic Museum, Lima, Peru
25. Museum of Sports and Tourism in Warsaw, Poland
26. Qatar Olympic and Sports Museum, Doha, Qatar
27. Singapore Youth Olympic Museum, Singapore, Singapore
28. Slovak Olympic and Sports Museum, Bratislava, Slovakia
29. Museu Olímpic i de l'Esport Joan Antoni Samaranch, Barcelona, Spain
30. Gothenburg Sports Museum, Gothenburg, Sweden
31. United States Olympic and Paralympic Museum, Colorado Springs, USA
32. Lake Placid Olympic Museum, USA



**Εικόνα 3.** Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων.

Για να μπορέσει ένα Αθλητικό Μουσείο να γίνει μέλος του συγκεκριμένου δικτύου θα πρέπει να εφαρμόσει τους εξής κανόνες/όρους:

1. Συμμόρφωση με τους κανονισμούς ICOM / ACOM και τον κώδικα δεοντολογίας.
2. Υποστήριξη NOC (Network Operations Center).
3. Το Μουσείο πρέπει να είναι ανοιχτό στο κοινό και λειτουργικό.
4. Το 25% του Μουσείου πρέπει να είναι αφιερωμένο στο Ολυμπιακό Κίνημα.

## **Ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός ρόλος των μουσείων και ειδικότερα των Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων**

Οι Medić και συνεργάτες (2015) αναφέρουν ότι στον ελεύθερο χρόνο θα πρέπει οι δραστηριότητες να παρέχουν μία αίσθηση ικανοποίησης, χαλάρωσης, κοινωνικοποίησης αλλά και εκπαίδευσης, που σύμφωνα με τους συγγραφείς είναι και ο κύριος λόγος μιας επίσκεψης σε κάποιο μουσείο. Οι Bloom και Mintz (1990) συμφωνούν και συμπληρώνουν ότι τα μουσεία πρέπει να μάθουν πώς να αξιολογούν τη «*δύναμη της μουσειακής εκπαίδευσης*», η οποία διεγείρει είδη μάθησης που δεν είναι δυνατόν στο σχολείο. Ο τρόπος με τον οποίο μαθαίνουν οι άνθρωποι στον χώρο των μουσείων θα τεκμηριώσει όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι ερευνητές, τον αντίκτυπο της μουσειακής εκπαίδευσης. Οι Argyropoulos και Kanari (2015) αναφέρουν ότι τα μουσεία είναι ξεχωριστοί χώροι που μπορούν να προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες, γνώσεις άλλα και συναισθήματα. Ο Howes (2014) στο πολύ ενδιαφέρον άρθρο του αναφέρει ότι στο μουσείο του εικοστού πρώτου αιώνα, οι αισθήσεις επιστρέφουν. Η διδακτική διδασκαλία αν συμπληρωθεί με πολυτροπικές προσεγγίσεις στη μάθηση μπορεί να μετατρέψει το μουσείο σε ένα είδος «*αισθητικού γυμνασίου*» όπως χαρακτηριστικά αναφέρει. Έτσι το μουσείο μπορεί να αναδημιουργηθεί σε ένα συναρπαστικό μέρος της ιστορικής, διαπολιτισμικής και αισθητικής ανακάλυψης, έμπνευσης και εκπαίδευσης. Οι Argyropoulos και Kanari (2019) ανέδειξαν τον σημαντικό ρόλο των μη τυπικών μαθησιακών περιβαλλόντων στην εκπαίδευση για την κοινωνικοποίηση των παιδιών με και χωρίς αναπηρία, καθώς και τη δυναμική σχέση σχολών και μουσείων με τις πρακτικές ένταξης για την κοινωνική ένταξη. Κλείνοντας τη βιβλιογραφική μας ανασκόπηση για την εκπαίδευση στον κόσμο των μουσείων, οι Ioannidi και Samara (2019) αναφέρουν ότι στη σύγχρονη εποχή, τα μουσεία και γενικά οι πολιτιστικοί χώροι μπορούν να είναι «*τόποι εκπαίδευσης και αποτελεσματικής μάθησης για όλους*», εφαρμόζοντας εξατομικευμένα αλλά και ομαδικά βιωματικά εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά με και χωρίς ιδιαιτερότητες. Έτσι, ο συνδυασμός θεωρίας και πράξης μπορεί να οδηγήσει και να πιστοποιήσει την εκπαιδευτική, επικοινωνιακή και πολιτιστική διάσταση των μουσείων.

### ***Μουσεία και οικογένεια***

Οι Ásványi, Fehér, και Jászberényi (2021) αναφέρουν την ανάγκη τα μουσεία να δώσουν προσοχή στις οικογένειες όχι μόνο κατά την επίσκεψή τους αλλά και στις φάσεις

προετοιμασίας της. Εκτός από τον παραδοσιακό τους ρόλο, ως πολιτιστικοί μεσολαβητές, πηγές πληροφοριών και έρευνας, τα ιδρύματα θα πρέπει να επικεντρωθούν και στην ευκαιρία συμμετοχής, μάθησης και εμπειρίας των επισκεπτών τους. Η Gioftsali (2005) στην έρευνα της για την Οικογενειακή μάθηση συμπληρώνει ότι, προγράμματα υποστήριξης (όπως οργανωμένες κοινότητες μάθησης) μπορούν να βοηθήσουν και να δώσουν κίνητρο ώστε οικογένειες να επισκέπτονται τοπικά μουσεία στον ελεύθερο χρόνο τους. Γνώσεις, δεξιότητες, στάσεις, συμπεριφορές και αξίες βρέθηκαν να ενισχύονται θετικά από την συμμετοχή οικογενειών σε τέτοιου είδους προγράμματα. Στην ίδια φιλοσοφία, η Nuzzaci (2012) αναφέρει τη βαθιά σχέση που πρέπει να υπάρχει μεταξύ σχολείου και μουσείου, για μία σωστή και πολύπλευρη ανάπτυξη όλων των μαθητών και κυρίως εκείνων που βρίσκονται στις χαμηλότερες τάξεις.

### ***Εικονικά μουσεία και εκπαίδευση***

Η Fedotova και συνεργάτες (2021) σημειώνουν ότι τα εικονικά μουσεία αποτελούν μια νέα οργανωτική μορφή του σύγχρονου συστήματος της άτυπης εκπαίδευσης, ενώ ο Antinucci (2007) εξηγώντας τα θετικά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά των εικονικών μουσείων, κατέληξε πως τελικά δημιουργούν τη δυνατότητα αξιοποίησης ισχυρών και αποτελεσματικών οπτικών μέσων και νέων διαδραστικών τεχνολογιών που είναι και το δυνατό σημείο της εικονικής κατασκευής που βοηθά τις γνωστικές διαδικασίες. Οι Given και McTavish (2010) αναφέρουν ότι καθώς τα μουσεία αρχίζουν να μοιράζονται πόρους και καθώς οι νέες τεχνολογίες μετασηματίζουν προσεγγίσεις πρόσβασης και διατήρησης, τα εκπαιδευτικά προγράμματα πρέπει να ανταποκρίνονται σε είδος. Η Βαφειάδου (2016) ανακάλυψε ότι τα τεχνικά χαρακτηριστικά των ψηφιακών μέσων καθώς και η στάση του προσωπικού του μουσείου όσο και του ίδιου του επισκέπτη, επηρεάζει στο κατά πόσο η χρήση των ψηφιακών μέσων θα οδηγήσει σε «*θετικά μαθησιακά αποτελέσματα*». Αναγνωρίζεται λοιπόν η εκπαιδευτική αξία της ψηφιακής τεχνολογίας και το σίγουρο είναι ότι υπάρχουν ακόμα μεγαλύτερες προοπτικές στη χρήση της όπως θα δούμε αναλυτικότερα στη συνέχεια.

### ***Αθλητικά Μουσεία και Εκπαίδευση***

Ο Ramshaw (2010) αναφέρει ότι τα μουσεία είναι τόποι πολιτιστικής παραγωγής και εξερεύνησης. Τα μουσεία του αθλητισμού χρησιμοποιούν ποικίλες εκθέσεις για πολλούς πρακτικούς και ρεαλιστικούς λόγους, συχνά για να κατασκευάσουν ή να

υιοθετήσουν τις έννοιες της κληρονομιάς. Αποτελούν όχι μόνο ένα τουριστικό αξιοθέατο αλλά και ένα ολοκληρωμένο αθλητικό εκπαιδευτικό κέντρο, όπου το παρελθόν (είτε ιστορικό είτε όχι), θα έχει σημασία μόνο σε σχέση με το παρόν και το μέλλον. Ο Garcia (2008) στην έρευνα του προσφέρει μια επισκόπηση της πολιτιστικής και καλλιτεχνικής διάστασης των Ολυμπιακών Αγώνων. Αναγνωρίζοντας πως οι Ολυμπιακοί αγώνες εκτός από μία αθλητική διοργάνωση αποτελούν ένα πολιτιστικό φαινόμενο που υποστηρίζεται από ένα παγκόσμιο δίκτυο οργανισμών με εκπαιδευτικό και διαπολιτισμικό κύρος που έχει χαρακτηριστεί ως Κίνημα. Επικεφαλής αυτών των οργανισμών είναι η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή που φιλοδοξεί να προωθήσει τον Ολυμπισμό ως φιλοσοφία ζωής και έχει δημιουργήσει την Πολιτιστική Ολυμπιάδα που διαρκεί για πάνω από τέσσερα χρόνια και καθορίζει ή συμβάλλει στις πολιτιστικές πολιτικές των αντίστοιχων υποψήφιων/διοργανωτριών πόλεων.

Με τη θερμή υποστήριξη της Πολιτείας, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και τη συνεργασία φορέων και ανθρώπων της εκπαίδευσης, τα μουσεία και στην περίπτωση μας τα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία θα μπορέσουν να αντιμετωπίσουν και να ξεπεράσουν τα εμπόδια και τις δυσκολίες, προσελκύοντας όλο και περισσότερους επισκέπτες στις συλλογές τους, προμηνύοντας ένα λαμπρό και ελπιδοφόρο μέλλον γι' αυτά. Αυτός είναι και ο τρόπος ώστε να ολοκληρώσουν με επιτυχία τόσο τον πολιτιστικό αλλά και τον εκπαιδευτικό τους ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία για όλους τους πολίτες της οδηγώντας αναμφίβολα στην δια βίου μάθηση και ίσως στην αλλαγή της εικόνας του αθλητισμού (έλλειψη βίας, ευγενή άμιλλα, εύ αγωνίζεσθαι) ας μην ξεχνάμε ότι η Παιδεία ίσως να είναι τελικά η δύναμή μας για το μέλλον (Travlos, 2015). Κλείνοντας τη βιβλιογραφική ανασκόπηση του συγκεκριμένου υποκεφαλαίου, η πιο σημαντική συμβολή των μουσείων στην ανάπτυξη ενεργών πολιτών (με η χωρίς ιδιαιτερότητες) είναι να παράσχουν εκτός από εκπαίδευση και ένα πλαίσιο για την οικοδόμηση μιας αίσθησης ταυτότητας και ενδυνάμωσης της αυτοπεποίθησης (Newman, McLean, & Urquhart, 2005).

### ***Μουσεία που προωθούν την υγεία***

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των δραστηριοτήτων και των εκθέσεων που σχετίζονται με την υγεία. Πολλά μουσεία, έχουν διευρύνει λοιπόν τις υπηρεσίες τους, για να συμπεριλάβουν εκείνες που αποσκοπούν στη βελτίωση της υγείας και της ευημερίας (Bønnelycke et al., 2020; Bygren et al., 2009; Chatterjee & Camic, 2015; Dodd & Jones, 2014; Konlaan & Bygren, 2000).

Φαίνεται πως τελικά η πολιτιστική συμμετοχή (επίσκεψη σε μουσείο), όπως αναφέρουν οι Chatterjee και Camic (2015) ενισχύει την ανθρώπινη υγεία και ευημερία καθώς αυξάνει τις θετικές κοινωνικές εμπειρίες μειώνοντας την κοινωνική απομόνωση. Παράλληλα, αυξάνονται τα θετικά συναισθήματα όπως η αισιοδοξία, η ελπίδα ή η χαρά και βελτιώνεται η αυτοεκτίμηση. Ο Ramshaw (2017) προσπάθησε με τη σειρά του, να συνδέσει την αθλητική κληρονομία με την ατζέντα των υγιεινών σταδίων που όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, είναι «δυνητικοί εταίροι» στη δημόσια εκπαίδευση, που προσπαθούν να ενισχύσουν τους στόχους για φυσική δραστηριότητα. Οί Bønnelycke και συνεργάτες (2020) συμπληρώνουν ότι τα μουσεία έχουν την ικανότητα να προωθήσουν και να παρέχουν ουσιαστικές γνώσεις για την υγεία με σχετικές μαθησιακές εμπειρίες, αρκεί αυτό να γίνεται με σωστό και προσεκτικό τρόπο. Οι Konlaan και Bygren (2000) συμπέραναν ότι η συμμετοχή σε ορισμένα είδη πολιτιστικών εκδηλώσεων ή επισκέψεις σε πολιτιστικά ιδρύματα, μπορεί να έχει ευεργετική επίδραση στη μακροζωία. Οι Poria, Beal, και Reichel (2019) στη μελέτη τους κατέληξαν ότι τα μουσεία μπορούν να παρέχουν μία ασφαλής και προστατευτική ζώνη για την επίσκεψη των παχύσαρκων ατόμων, καθώς όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν είναι το μόνο μέρος που οι άνθρωποι δεν κρίνουν το σώμα των άλλων ανθρώπων (καθώς τείνουν να επικεντρώνονται στα εκθέματα).

Βλέπουμε με την πιο πάνω ανασκόπηση ότι ο χώρος των Μουσείων μπορεί να προάγει την υγεία, συμβουλευοντας και δίνοντας γνώσεις. Τα Αθλητικά Μουσεία και στην περίπτωση μας τα Ολυμπιακά Μουσεία, μπορούν και πρέπει να συνδέσουν πληροφορίες εκπαιδύοντας σωστά τόσο για θέματα Αθλητικού και Ολυμπιακού περιεχομένου όσο και σωστών διατροφικών συνηθειών προάγοντας την υγεία. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουν να κάνουν πράξη και το ρητό «*Νους υγιής εν σώματι υγιεί*».

### **Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Ειδική Αγωγή**

Η Ειδική Αγωγή τα τελευταία χρόνια έχει κατακλύσει όλο το φάσμα της Εκπαίδευσης. Πληθώρα ερευνών το αποδεικνύουν όπως και η ανάπτυξη αρκετών μεταπτυχιακών προγραμμάτων στο αντικείμενο ή και διδακτορικών διατριβών καθιστώντας τον τομέα αυτόν ταχέως εξελίξιμο και σε αρκετές περιπτώσεις άκρως πρωτοποριακό. Αναπόφευκτα λοιπόν και η ενασχόληση μας με τον ρόλο της στον ρόλο ενός μουσείου στη σύγχρονη κοινωνία. Ειδικότερα, η προσωπική ευαισθητοποίηση και ανησυχία σε ζητήματα διαφορετικότητας, προσβασιμότητας, κοινωνικής δικαιοσύνης, αλλά και ανθρωπίνων δικαιωμάτων μας έκαναν να διερευνήσουμε και τις σύγχρονες

τάσεις απέναντι στα άτομα με ιδιαιτερότητες. Προσπαθήσαμε να αναπτύξουμε το θέμα της Ειδικής Αγωγής, αναφέροντας τι εννοούμε με αυτόν τον όρο, τα μοντέλα που την απαρτίζουν, καθώς και το τι συμβαίνει στην εποχή μας, ώστε να έχουμε μία σφαιρική άποψη. Ας μην ξεχνάμε ότι όλοι μας, είμαστε εν δύναμη άτομα με ιδιαιτερότητες και θα πρέπει να είμαστε πάντα ευαισθητοποιημένοι σε θέματα ειδικής αγωγής.

### ***Η Ειδική αγωγή***

Ειδική Εκπαίδευση όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Στασινός (2016) σημαίνει «κατεξοχήν ειδικά σχεδιασμένη διδασκαλία» που απευθύνεται στις μοναδικές εκπαιδευτικές ανάγκες του εκάστοτε ατόμου. Ο Kavale (1990) αναφέρει ότι, η ειδική αγωγή είναι το τμήμα της εκπαίδευσης που ασχολείται με μαθητές που αντιμετωπίζουν δυσκολίες στο κανονικό σύστημα. Ο ίδιος συγγραφέας αναφέρει ότι η ποικιλία διαφορετικών διαδικασιών και τεχνικών έχει αναγκάσει την ειδική αγωγή να αντιμετωπίζει συνεχώς ένα θεμελιώδες ερώτημα; αν είναι αποτελεσματική. Το περιεχόμενο της Ειδικής Εκπαίδευσης σύμφωνα με τους Heward και Orlansky (1992) προσδιορίζεται από τις απαντήσεις που μπορούν να δοθούν σε ερωτήματα όπως: Ποιος; Τι; Που; Πως; Τόσο σε διεθνές όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο παρατηρείται η απομάκρυνση της Ειδικής Αγωγής από το ιατρικό-παθολογικό μοντέλο και η σταδιακή υιοθέτηση του κοινωνικού μοντέλου (Drabble, 2013; Gallagher, Connor, & Ferri, 2014 Massoumeh & Leila, 2012). Η Ελλάδα φαίνεται ότι κινείται προς την ίδια κατεύθυνση με τις περισσότερες χώρες της Ευρώπης καθώς εμφανίζεται ο όρος και η σπουδαιότητα της συνεκπαίδευσης και της ένταξης των παιδιών με ειδικές εκπαιδευτικές ιδιαιτερότητες στο γενικό σχολείο (Drabble, 2013; Τραυλός, 2016) το σχολείο της γειτονίας όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Στασινός (2016).

Η Florian (2008) διατύπωσε επίσης την ανησυχία της για την έννοια της συμπερίληψης παρατηρώντας από τη μία ότι, έχουμε οδηγηθεί στην απλή αντικατάσταση της λέξης «ειδικό» με «συμπεριληπτικό» και τίποτα ουσιαστικό δεν έχει αλλάξει. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει ο φόβος ότι ο ορισμός έχει γίνει τόσο ευρύς ώστε δεν έχει νόημα. Η έννοια λοιπόν της εκπαίδευσης χωρίς αποκλεισμούς έχει καταλήξει από την πολύ συγκεκριμένη - για παράδειγμα επιλογή της συμπερίληψης των παιδιών με αναπηρίες στα κανονικά σχολεία - σε μια πολύ ευρεία έννοια της κοινωνικής ένταξης όπως χρησιμοποιείται από τις κυβερνήσεις και τη διεθνή κοινότητα (Ainscow, 2007). Η Ειδική



Αγωγή<sup>3</sup> είναι λοιπόν μία επιστήμη που έχει σαν σκοπό την ένταξη των παιδιών με ιδιαιτερότητες στο οικογενειακό, σχολικό και κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο ζουν, στοχεύοντας στην εξάλειψη της περιθωριοποίησης και της απομόνωσής τους (Τραυλός, 2016).

### ***Ειδική Εκπαίδευση και Μουσείο***

Η Graham (2013) αναφέρει ότι ο δηλωμένος σκοπός των μουσείων να είναι προσβάσιμα σε όλους είναι πολύ δύσκολος να επιτευχθεί. Οι Poria, Reichel, και Brandt (2009) στη μελέτη τους αναφέρουν πως τα άτομα με αναπηρία δεν είναι σε θέση να βιώσουν το μουσείο όπως θέλουν, παρά τις προσπάθειες των μουσείων να γίνουν προσβάσιμα σε όλους. Υπογραμμίζουν επίσης τα μη φυσικά στοιχεία του περιβάλλοντος του μουσείου (π.χ., στάσεις και αλληλεπίδραση του προσωπικού με άλλους επισκέπτες), που αποτελούν σημαντικές δυσκολίες στην επίτευξη μιας πλήρους θετικής εμπειρίας.

Οι Newman, McLean, και Urquhart (2005) μιλώντας για την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού κατέληξαν στο ότι τα μουσεία μπόρεσαν να ξεπεράσουν πολλά από τα εμπόδια στην ενεργό συμμετοχή και ότι θα πρέπει οι κρατικές υπηρεσίες να συνεργαστούν, ώστε να απελευθερωθεί το δυναμικό που έχουν καλλιεργήσει. Οι Llamazares De Prado και Arias Gago (2020) αναφέρουν για την πολιτιστική πρόσβαση ότι θα πρέπει να ευνοεί την ένταξη και τη συμμετοχή αποφεύγοντας τον κοινωνικό αποκλεισμό. Η μεγαλύτερη γνώση των διδακτικών ομάδων, η σύνδεση του κοινού με συμπεριληπτικές συμμετοχικές δράσεις τόσο δια ζώσης στο μουσείο όσο και ψηφιακά, οι συνεργασίες μεταξύ των ιδρυμάτων και προπάντων η «ευαισθητοποίηση» θα οδηγούσε σε πραγματική πρόσβαση για όλα τα ακροατήρια. Η Braden (2016) αναφέρει ότι τα μουσεία δημιουργούν όλο και περισσότερα προγράμματα και προσφορές για τους ανθρώπους με ιδιαιτερότητες και αυτό γίνεται επειδή ο αριθμός τους αυξάνεται σταθερά. Συμφωνεί ότι τα μουσεία θα πρέπει να εστιάσουν στην ευαισθητοποίηση ώστε να καταφέρουν να προσελκύσουν αυτό το μεγάλο και σημαντικό κοινό, καθώς ο τομέας της Ειδικής Αγωγής θα συνεχίσει να αναπτύσσεται ραγδαία τα επόμενα χρόνια.

Οι ιδιαιτερότητες του κάθε ανθρώπου είναι δύσκολό να εξομαλυνθούν όπως δύσκολο είναι να υπερνικηθούν και οι προκαταλήψεις αλλά και τα στερεότυπα που υπάρχουν στη σύγχρονη εποχή. Η προσβασιμότητα στα περισσότερα μουσεία συνήθως εξαρτάται από την «κατηγορία της όποιας ιδιαιτερότητας». Οι Argyropoulos και Kanari

---

<sup>3</sup> Περισσότερες πληροφορίες για την Ειδική Αγωγή και τον ορισμό που υπάρχει κοιτάζτε το Νόμο 3699/2008.

(2015) δίνουν έμφαση στην έλλειψη ευαισθητοποίησης του προσωπικού των μουσείων σε ό,τι αφορά την ιδιαιτερότητα και την άδικη εφαρμογή του παγκόσμιου περιορισμού «*απαγορεύεται η επαφή*» για κάθε είδους έκθεμα. Για τους επισκέπτες με ιδιαιτερότητα στην όραση, πρόσβαση στα μουσεία σημαίνει κυρίως τη δυνατότητα αγγίγματος που δυστυχώς έρχεται σε άμεση αντίθεση με ένα από τα πιο σημαντικά «*καθήκοντα*» των μουσείων, να προβάλλουν και να προστατεύουν ταυτόχρονα τις συλλογές τους. Ο Cho και Jolley (2016) αναφέρουν πώς ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα<sup>4</sup>, θα μπορούσαν σίγουρα να ευαισθητοποιήσουν άλλα και να ενθαρρύνουν τους υπεύθυνους των μουσείων στη χρήση τους, μειώνοντας τον αποκλεισμό και εξυπηρετώντας έτσι τα άτομα με ιδιαιτερότητες. Ο Renel (2019) στην έρευνα<sup>5</sup> του παρουσιάζει τον ηχητικό αποκλεισμό στα μουσεία αλλά και σε άλλες τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς. Πρέπει όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, να αντιστραφεί η ηγεμονία των ακουστικών κανόνων μέσα στα μουσεία και τοποθετεί την ηχητική προσβασιμότητα ως «κρίσιμο πυλώνα» στην αναπτυσσόμενη κατανόηση του πολύτροπου μουσείου. Ο Shepherd (2009) συμπληρώνει ότι τα μουσεία χρησιμοποιούνται ως εκπαιδευτικοί οργανισμοί και, ως εκ τούτου, πρέπει να εξετάσουν πώς να δημιουργήσουν ένα περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς και για τα άτομα με μαθησιακές δυσκολίες που δυστυχώς η συμμετοχή τους τείνει να είναι απομονωμένη και μικρής κλίμακας. Η Deng (2015) συμπέρανε πώς η εμπειρία του μουσείου επηρεάζει θετικά τη μάθηση και την κοινωνικοποίηση των παιδιών με αναπτυξιακές διαταραχές. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι αυξάνεται και η ευαισθητοποίηση του κοινού για την «*ικανότητα των μουσείων*» να παρέχουν ευρύτερη πρόσβαση στην πολιτιστική κληρονομιά.

Οι γνώσεις και η πρακτική εμπειρία ειδικών στους τομείς της ειδικής εκπαίδευσης και αποκατάστασης αλλά και της μουσειολογίας, μπορούν να συνδυαστούν και να δημιουργήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα που θα εξασφαλίζουν την προσβασιμότητα και θα παρέχουν αισθητηριακές δραστηριότητες για τη βελτίωση της ένταξης, της εκπαίδευσης, της αλληλεπίδρασης, της επικοινωνίας και εν τέλη της κοινωνικής δικαιοσύνης για τα άτομα που βρίσκονται στο φάσμα του αυτισμού (Preece et al., 2019). Και η Kinsley (2016) υποστηρίζει ότι η συμπερίληψη στα μουσεία είναι θέμα κοινωνικής δικαιοσύνης. Οι προσπάθειες ενσωμάτωσης έχουν μέχρι στιγμής όπως υποστηρίζει η συγγραφέας, αποτύχει. Η συμπερίληψη λοιπόν θα απαιτήσει μια «*θετική*» και

---

<sup>4</sup> Όπως το ειδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα «*Nature Senses Traveling Trunk*», που χρησιμοποιείται για την εξυπηρέτηση παιδιών με διαταραχές του φάσματος του αυτισμού άλλα και προβλημάτων όρασης.

<sup>5</sup> Εισάγει το αναδυόμενο πρότυπο της «*auraldiversity*» δηλαδή της ακουστικής ποικιλομορφίας.

«μετασχηματιστική αναδιανομή» και «συντονισμένη αναγνώριση» μέσα σε ένα πεδίο ριζικής μεταμόρφωσης ώστε να παράγει τα αποτελέσματα που φιλοδοξούν τα σύγχρονα μουσεία.

### ***Εικονικά μουσεία***

Τα μουσεία ενδιαφέρονται για την ψηφιοποίηση των συλλογών τους, όχι μόνο για λόγους διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και για να κάνουν το ενημερωτικό τους περιεχόμενο προσβάσιμο στο ευρύτερο κοινό συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με ιδιαιτερότητες και των μαθητών όλων των ηλικιών. Ελκυστικές τεχνολογίες, όπως εικονικής πραγματικότητας (Virtual Reality – VR), επαυξημένης πραγματικότητας (Augmented Reality – AR) και Web3D χρησιμοποιούνται ευρέως για τη δημιουργία εικονικών μουσειακών εκθέσεων (Sylaiou et al., 2009; Walczak et al., 2006). Οι Ruiz και συνεργάτες (2011) περιέγραψαν στην έρευνά τους τα κύρια ευρήματα του σχεδιασμού και της χρήσης της προσέγγισης MGA (Multimedia Guides for All). Με αυτόν τον τρόπο διευκολύνεται η «καθολική πρόσβαση» στα μουσεία μέσω πολυμέσων και φορητών οδηγών, όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν.

### ***Οι Παραολυμπιακοί αγώνες***

Το 1944, ο γιατρός L. Guttmann ίδρυσε ένα κέντρο αποκατάστασης για άτομα με τραυματισμούς στο νοσοκομείο Stoke Mandeville της Μεγάλης Βρετανίας στο οποίο χρησιμοποιούσε τις αθλητικές δραστηριότητες ως μέσο θεραπείας και αποκατάστασης. Οι Stoke Mandeville Games, σιγά σιγά εξελίχθηκαν στους Παραολυμπιακούς Αγώνες που είναι πλέον το τρίτο μεγαλύτερο αθλητικό γεγονός στον κόσμο, μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες και το Παγκόσμιο Κύπελλο ποδοσφαίρου. Ετυμολογικά, οι Παραολυμπιακοί Αγώνες είναι οι παράλληλοι αγώνες των Ολυμπιακών και αυτό δείχνει πως τα δυο κινήματα (Ολυμπιακό και Παραολυμπιακό) συνυπάρχουν αρμονικά και αναπτύσσονται ταυτόχρονα. Η βασική φιλοδοξία της IPC (International Paralympic Committee) είναι η δημιουργία μιας κοινωνίας που δεν αποκλείει κανέναν, διαμέσου του Παραολυμπιακού αθλητισμού. Οι Παραολυμπιακοί Αγώνες είναι το νούμερο ένα αθλητικό γεγονός στον κόσμο που βοηθά στην αλλαγή των αντιλήψεων των ανθρώπων και στην αλλαγή της νοοτροπίας της κοινωνίας απέναντι στην αναπηρία. Έτσι, μέσω του αθλητισμού, οι Παραολυμπιακοί αθλητές προκαλούν τα στερεότυπα και αλλάζουν τις στάσεις και τις αντιλήψεις, συμβάλλοντας στο να αυξηθεί η ενσωμάτωση της διαφορετικότητας στην κοινωνία (Blauwet & Willick, 2012; Legg & Steadward, 2011).

## Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Οικονομική ανάπτυξη - τουρισμός

Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, θεωρούνται συχνά από πολλούς ερευνητές (Pinson, 2016; Ramshaw & Gammon, 2017; Wood, 2005a, 2005b) μία μεγάλη ευκαιρία για ανάπτυξη όχι μόνο του αθλητισμού, της αθλητικής κληρονομιάς και ιστορίας της εκάστοτε διοργανώτριας πόλης, ή χώρας, αλλά και αστικής, πολιτιστικής, οικονομικής, κοινωνικής, και τουριστικής ανάπτυξης γενικότερα (Arıkan & Güven, 2017; Hinch & Ramshaw, 2014; Kurtzman, 2005b; Moore, 2008; Ουδατζή, 2018; Τζαχρίστα, 2018; Vamplew, 1998).

Ο Pinson (2016) πιο συγκεκριμένα αναφέρει ότι τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα (όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες) θεωρούνται συχνά ως «μοχλός» για την εδαφική ανάπτυξη στο πλαίσιο ενός παγκοσμιοποιημένου ανταγωνισμού. Ο γιγαντισμός των αθλητικών γεγονότων, ανάγκασαν ορισμένες περιοχές να στραφούν σε μικρότερα γεγονότα, καθώς δεν έχουν τα εχέγγυα δηλαδή τους πόρους (είτε οικονομικούς, είτε ανθρώπινους είτε υποδομών), να ανταπεξέλθουν. Ο ίδιος συγγραφέας (Pinson, 2017) παρουσίασε τη διαδικασία που μετατρέπει ένα αθλητικό γεγονός σε ένα αθλητικό γεγονός κληρονομιάς, ώστε να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (σε αυτό συμφωνούν και οι Hinch και Ramshaw, 2014) για την περιοχή και να αυξήσει τον τουρισμό γίνοντας «δυναμικός καταλύτης» όπως χαρακτηριστικά αναφέρει. Ο συγγραφέας καταλήγει πως θα πρέπει να δημιουργηθεί μια «στρατηγική διαφοροποίησης» για να ξεχωρίσει το γεγονός από άλλα, λίγο πολύ παρόμοια γεγονότα, και να θεωρηθεί ως «αυθεντικό χαρακτηριστικό» της περιοχής, από τον τοπικό πληθυσμό.

Ο Phillips (2012) αναφέρει ότι ζούμε στην «εποχή των μουσείων» και τα Αθλητικά Μουσεία αποτελούν μια σημαντική μορφή της «δημόσιας ιστορίας», διασφαλίζοντας το αθλητικό παρελθόν. Ο Kohe (2010) συμφωνεί και συμπληρώνει πως κατασκευάζουν και αντιπροσωπεύουν την ιστορία του αθλητισμού με συγκεκριμένους τρόπους που τείνουν να ενισχύουν τις θετικές πτυχές της αθλητικής ηθικής και του σεβασμού προς τα σπορ. Ο Redmond (1973) αναφέρει επίσης ότι θα συνεχίσουν με μοναδικό τρόπο, να αντικατοπτρίζουν τον «τόπο και τις αξίες» του αθλητισμού στην κοινωνία. Ο Vamplew (1998) κατέληξε στην έρευνα του ότι, τα αθλητικά μουσεία είναι τα καλύτερα μέρη για να αναπαραχθούν και να διατηρηθούν τα «συναισθήματα του αθλητισμού». Οι συλλογές τους (αν αξιοποιηθούν σωστά), μπορούν να πουν πολλά για την «αθλητική κουλτούρα» του έθνους και το κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον στο οποίο βρίσκονται. Οι Thyne και Hede (2016) απέδειξαν ότι η

«αυθεντικότητα» στα μουσεία είναι αυτή που έχει σημασία και αξία, καθώς μπορεί να βοηθήσει σε στρατηγικές συμπαραγωγής, διαχείρισης, παρακίνησης και καθοδήγησης των επισκεπτών.

### *Αθλητικός τουρισμός*

Σύμφωνα με τους Ramshaw και Gammon (2015) πρωταρχική εστίαση και μέλημα της αθλητικής κληρονομιάς είναι η τουριστική κατανάλωση. Ο αθλητικός τουρίστας έχει μεγάλη γκάμα από επιλογές όπως αναγνωρισμένα αξιοθέατα, αθλητικά μουσεία, αίθουσες φήμης, στάδια, αθλητικούς χώρους, αθλητικές εκδηλώσεις, ομάδες. Ο Ramshaw (2011) όλες τις πιο πάνω επιλογές τις αναφέρει πως μπορούν να είναι μια από τις πιο «ισχυρές» μορφές τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ ο ίδιος συγγραφέας συμπληρώνει, πως η αθλητική κληρονομιά σπάνια απολινώνεται μέσω της συνεχούς της αναμόρφωσης (Ramshaw, 2014). Ο Gammon (2014) μιλώντας για την αθλητική κληρονομιά εισάγει την πρόταση ότι οι αθλητικοί ήρωες μπορούν να εξομοιωθούν με μορφές τόσο απτής όσο και άυλης κληρονομιάς. Συμπληρώνοντας ότι η διαδικασία εμπορευματοποίησης του αθλητικού ήρωα, μπορεί να επαναπροσδιορίζει τα αντικείμενα της κληρονομιάς. Οι Ramshaw και Gammon (2017) συμπληρώνουν με τη σειρά τους ότι θα πρέπει να εξεταστούν και τα πιο άυλα χαρακτηριστικά της αθλητικής κληρονομιάς αναγνωρίζοντας την επέκταση της παγκόσμιας φύσης του αθλητισμού και τον αντίκτυπο που αυτός μπορεί να έχει στον τουρισμό, στο κίνητρο, στον τόπο και στην κατανάλωση. Η Antunes (2017) δηλώνει ότι ο τουρισμός, εμφανίζεται σε πολλαπλές μορφές και τα μουσεία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο, ενισχύοντας, την παγκοσμιοποίηση, τη σχέση μεταξύ των λαών και την αλληλοδιείσδυση των πολιτισμών. Ο Kurtzman (2005a) συμπληρώνει ότι ο βαρόνος Pierre de Coubertaine, ο πατέρας των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων, ήταν αυτός που έδωσε την έμπνευση για την ανάπτυξη του «Αθλητικού Τουρισμού». Η Mokras-Grabowska (2016) μιλά για την πολυπλοκότητα, την πολυδιάσταση και την ετερογένεια του αθλητικού τουρισμού. Διακρίνει μεταξύ της παθητικής και της ενεργού συμμετοχής τους αθλητικούς κλάδους και ταυτόχρονα τονίζεται ο τεράστιος ρόλος που παίζει αυτός ο τύπος του τουρισμού στην τόνωση της περιφερειακής ανάπτυξης, κυρίως λόγω της διοργάνωσης μαζικών εκδηλώσεων. Οι González-García και συνεργάτες (2018) συμπληρώνουν ότι, οι δραστηριότητες του αθλητικού τουρισμού έχουν επηρεάσει όλο και περισσότερο την ανάπτυξη του τουριστικού τοπίου σε ορισμένες πόλεις καθώς και στις πολυδιάστατες αντιλήψεις των κατοίκων τους, ενώ ο Gammon (2013) συμπληρώνει πως η σκυτάλη της κληρονομιάς

που περνά από γενιά σε γενιά συμβάλει στην ανάπτυξη περιοχών αλλά και χωρών μέσω του αθλητικού τουρισμού. Σε αυτό συμφωνεί και ο Kurtzman (2005b) που αναφέρει και αυτός με τη σειρά του τον οικονομικό αντίκτυπο που μπορεί να κερδίσει η πόλη από τον αθλητικό τουρισμό. Οι Ritchie και Adair (2004) συμπέραναν πως υπάρχει έλλειψη έρευνας και συντονισμού μεταξύ βιομηχανίας και κυβερνήσεων, ώστε να εξεταστούν καλύτερα οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα.

Οι Arıkan και Güven (2017) αλλά και ο Moore (2008) πιστεύουν πως ο αθλητισμός είναι ένα εργαλείο έκφρασης του πολιτισμού. Έτσι τα αθλητικά μουσεία είναι μια μορφή έκφρασης και ή ιστορία ενός έθνους. Είναι οι πιο σημαντικές «γέφυρες» μεταξύ των προηγούμενων και των μελλοντικών γενεών, καθώς ο αθλητισμός αποτελεί όλο και περισσότερο μέρος στρατηγικών αναγέννησης των πόλεων, με τη δημιουργία αθλητικών μουσείων, οι Magalhães και συνεργάτες (2017) συμπέραναν στην έρευνά τους ότι, ένα μουσείο και ένα γήπεδο, μπορούν και αποτελούν «εργαλεία» για την καταπολέμηση της εποχικότητας, αυξάνοντας την τουριστική και πολιτιστική προσφορά μιας πόλης, μιας περιοχής και γενικά μιας χώρας. Οι Waterton και Watson (2015) αναφέρουν πως ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα πρόκλησης οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών σε έναν τόπο, αλλά αντιπροσωπεύει πλέον τον πιο εμφανή τρόπο με τον οποίο η ιστορία και το παρελθόν αποκομίζονται και εμπορεύονται για οικονομικό κέρδος στις σύγχρονες κοινωνίες.

### **Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία και Τεχνολογία - Διαδίκτυο**

Η τεχνολογία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων στον σύγχρονο κόσμο μας και τα μουσεία δεν θα μπορούσαν φυσικά να αποτελούν εξαίρεση. Οι Bertacchini και Morando (2013) αναφέρουν ότι η ψηφιακή εποχή, έχει επηρεάσει τη μουσειακή διαχείριση της πρόσβασης και τη δημόσια αποστολή των μουσείων στο ψηφιακό περιβάλλον, ενώ η Proctor (2010) συμπληρώνει ότι τα μουσεία μπορούν να χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία για να ανοίξουν τις συλλογές τους στον κόσμο, αλλά και να εκδημοκρατίσουν την ανάπτυξή τους. Σε αυτό συμφωνεί και η Βαφειάδου (2016) που αναφέρει ότι στον ψηφιακό μας κόσμο τα μουσεία επενδύουν σε νέες τεχνολογίες, στο διαδίκτυο και σε πολυμέσα, ώστε να ενισχύσουν τις εμπειρίες των επισκεπτών τους, τόσο μέσα στον χώρο τους όσο και έξω από αυτόν. Οι Lisney και συνεργάτες (2013) στο πολύ ενδιαφέρον άρθρο τους, καθώς πρόκειται για συγγραφείς που είναι άτομα με διαφορετικές ιδιαιτερότητες, περιγράφουν

μέσα από τις προσωπικές τους εμπειρίες λύσεις που μπορούν να υλοποιηθούν με ελάχιστο κόστος και προσπαθούν να δώσουν στα μουσεία μία οπτική γωνία για τα άτομα με ιδιαιτερότητες ώστε να βελτιωθεί κάτι στο μέλλον. Συνήθως αναφέρουν πως δεν είναι το κόστος αλλά η «*συνειδητοποίηση*» και η «*προθυμία*» τα κύρια πιθανά εμπόδια, ώστε τα μουσεία να γίνουν ακόμη πιο «*προσιτά*», μέσω των τεχνολογικών μέσων εάν φυσικά χρησιμοποιηθούν κατάλληλα.

### ***Το εικονικό μουσείο***

Οι Falk και Dierking (2018) αλλά και ο Schweibenz (2004) αναφέρουν ότι το εικονικό μουσείο, δηλαδή η κατασκευή μιας ψηφιακής επέκτασης του, δεν μπορεί να προσφέρει πραγματικά αντικείμενα στους επισκέπτες, όπως το παραδοσιακό μουσείο, αλλά μπορεί να επεκτείνει<sup>6</sup> τις ιδέες και τις έννοιες των συλλογών του στον ψηφιακό χώρο και με αυτόν τον τρόπο να αποκαλύψει την ουσιαστική φύση του. Ταυτόχρονα, θα προσεγγίσει και όσους εικονικούς επισκέπτες μπορεί να μην έχουν καν τη δυνατότητα να το επισκεφτούν δια ζώσης. Σε αυτό συμφωνούν και οι Ferrari και Gilli (2015) και ο Clough (2013) που όπως αναφέρει στο βιβλίο του, οι ψηφιακές τεχνολογίες εκτός του ότι δημιουργούν μεγάλες προκλήσεις, προσφέρουν παράλληλα και μεγάλες δυνατότητες στον Μουσειακό χώρο. Βοηθούν έτσι και δίνουν μια ευκαιρία στα πολιτιστικά ιδρύματα να βρουν τη σημασία που πάντα ήθελαν και χρειάζονταν. Η υιοθέτηση λοιπόν της ψηφιακής τεχνολογίας από τα μουσεία, δεν πρόκειται να είναι εύκολη εξαιτίας αφενός της έλλειψης τεχνικής υποδομής, του κόστους αλλά και του γρήγορου ρυθμού αλλαγών που έφερε ο ψηφιακός πολιτισμός. Η «*συνεργασία*» είναι το κλειδί σύμφωνα με τη βιβλιογραφία που θα βοηθούσε στη μετάβαση καθώς «*η ψηφιακή τεχνολογία μετασχηματίζει μουσεία, βιβλιοθήκες, αρχεία και εκπαιδευτικά ιδρύματα σε όλο τον κόσμο*» (Gainon-Court & Vuillaume, 2016; Johnes, 2015; Marcum, 2014; Marty, 2009). Οι Giannini και Bowen (2019) συμφωνούν και συμπληρώνουν ότι μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις που αντιμετωπίζουν τα μουσεία είναι το πώς η ψηφιακή ανάπτυξη αλλάζει την ίδια τη φύση της εργασίας. Όπως χαρακτηριστικά τονίζουν, η εργασία και η ζωή συγχωνεύονται και γίνονται όλο και πιο ψηφιακές και διεπιστημονικές, καθώς απορροφώνται στο ψηφιακό οικοσύστημα. Στην ίδια συλλογιστική, η Τσιτσιπά (2017) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το μουσείο της

---

<sup>6</sup> Και οι Hsieh και Chen (2019) αναφέρουν πως η ψηφιοποίηση και η διαδικτυακή επικοινωνία πολύτιμων αντικειμένων από τον αθλητισμό και τη φυσική αγωγή αυξάνει τη μνήμη και το πνεύμα της αθλητικής κουλτούρας ως πολιτιστικό αγαθό συμπληρώνοντάς την πολιτιστική μνήμη.

επόμενης γενιάς εξαναγκάζεται να δεχθεί να υπηρετήσει νέες λειτουργίες και, με τη σειρά του, εξαναγκάζει τις νέες αυτές λειτουργίες να ενταχθούν στον ήδη προκαθορισμένο χώρο του.

Πολλές έρευνες (Geronikolakis και συν., 2018; Papagiannakis και συν., 2018; Trunfio & Campana, 2020) υπογραμμίζουν την αποτελεσματική αλληλεπίδραση ανθρώπου και τεχνολογίας στο μουσείο προκειμένου να ενισχυθεί η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, η εικονική προσβασιμότητα και η διάδοση της κουλτούρας, ώστε να συμβάλει στην αειφόρο τοπική ανάπτυξη.

Όπως αναφέρθηκε και στο υποκεφάλαιο της ειδικής αγωγής, οι Walczak, Cellary, και White (2006) στην έρευνά τους τονίζουν πως οι τεχνολογίες εικονικής πραγματικότητας και επαυξημένης πραγματικότητας προσφέρουν ένα ιδανικό μέσο παρουσίασης για μουσεία και άλλα ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι εικονικές εκθέσεις λοιπόν, δίνουν τη δυνατότητα σε διαφορετικά κοινά, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία και των μαθητών όλων των ηλικιών, καθώς και στο ευρύ κοινό, να έχουν πρόσβαση και να αλληλοεπιδρούν με ελκυστικό και ενημερωτικό τρόπο.

Ο Antinucci (2007) εξηγώντας τα θετικά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά των εικονικών μουσείων, κατέληξε πως τελικά δημιουργούν τη δυνατότητα αξιοποίησης ισχυρών και αποτελεσματικών οπτικών μέσων και νέων διαδραστικών τεχνολογιών υποβοηθώντας έτσι τις γνωστικές διαδικασίες. Ενώ οι Shehade και Stylianou-Lambert (2020) προσδιόρισαν επτά κατηγορίες πλεονεκτημάτων της εικονικής πραγματικότητας (με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων), που σχετίζονται με την ενασχόληση με τις συλλογές, την προσέλευση επισκεπτών, την προσβασιμότητα, την εκπαίδευση, τη βύθιση, τις προσαρμοσμένες εμπειρίες και την αξιοπιστία της τεχνολογίας. Επίσης προσδιορίστηκαν εννέα κατηγορίες προκλήσεων και περιορισμών, που σχετίζονται με την έλλειψη κοινωνικής αλληλεπίδρασης, τις ανάγκες προσωπικού και εκπαίδευσης, το κόστος, την προσβασιμότητα, τα πρακτικά και τεχνικά ζητήματα, την ποιότητα των γραφικών, τη ροή της έκθεσης, την απόσπαση της προσοχής και την αποδοχή της τεχνολογίας.

Η τεχνολογία δίνει τη δυνατότητα στους τεχνικούς πληροφορικής να υποστηρίζουν άμεσα με τη βοήθεια του λογισμικού την απομακρυσμένη παρακολούθηση και διαχείριση του Μουσείου (RMM, Remote Monitoring and Management), όπως κάνει για παράδειγμα το κεντρικό δίκτυο λειτουργιών (Network Operations Center, NOC). Η ανάγκη δημιουργίας αποκλειστικών διεπιστημονικών ομάδων στα μουσεία που θα ασχολούνται με την τεχνολογία αυξάνει το κόστος λειτουργίας τους αλλά μετατρέπει



αυτούς τους χώρους (σύμφωνα με τη βιβλιογραφία) σε πιο ελκυστικά μέρη δημιουργώντας γέφυρες εξωστρέφειας με την κοινωνία γενικότερα. Συμπερασματικά, η βιβλιογραφία δείχνει καθαρά ότι η τεχνολογία μπορεί να είναι το κλειδί σε μια εκ νέου αναθέρμανση της σχέσης κοινού και μουσείων. Άμεσα ή έμμεσα φαίνεται πως μπορεί να βοηθήσει και να κάνει τα μουσεία πιο ελκυστικά κυρίως για τις νέες γενιές και όχι μόνο. Κατά πόσο όμως αυτή χρησιμοποιείται εν τέλει ή κατά πόσο βρίσκεται ψηλά σε τυχόν μελλοντικά σχέδια εκμοντερνισμού και επαναλειτουργίας των μουσείων και ειδικότερα των Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων ανά τον κόσμο;

### III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στην παρούσα εργασία ακολουθήθηκε η μέθοδος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης αλλά και της πρωτογενούς έρευνας μέσω χορήγησης ερωτηματολογίου. Οι συνθήκες και οι καταστάσεις κατά τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας μελέτης οδήγησαν με τον τρόπο τους τη μέθοδο καθώς ήταν αρκετά δύσκολο αν όχι και ακατόρθωτο η διενέργεια προσωπικών άμεσων συνεντεύξεων με τους συμμετέχοντες λόγω της έξαρσης της πανδημίας COVID-19 και των περιοριστικών μέτρων μετακίνησης που τέθηκαν σε ισχύ. Πολλές φορές, ο σχεδιασμός και η θεωρητική προσέγγιση μιας έρευνας απέχει παρασάγγας από την πράξη και τις ρεαλιστικές καταστάσεις που μπορεί να κληθεί ένας ερευνητής να υπερπηδήσει. Όπως αναφέρθηκε και στην Εισαγωγή, η έλλειψη παρόμοιων ερωτηματολογίων οδήγησε στην ανάγκη δημιουργίας του. Οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν και οργανώθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν οι απαντήσεις να ποσοτικοποιηθούν σε ποσοστιαία κλίμακα ώστε να είναι εφικτή μια πιο παραστατική απεικόνισή τους. Κάθε ερώτηση αφορά και ένα ερευνητικό πεδίο ενώ έγινε προσπάθεια να καλυφθεί όλο το φάσμα των πιθανών απαντήσεων σε ρεαλιστικά πάντα δεδομένα.

Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση αλλά και από το υλικό των ερωτηματολογίων έγινε προσπάθεια να αναλυθεί ο τρόπος λειτουργίας των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων ώστε να διαπιστωθεί και να αποτυπωθεί ο εκπαιδευτικός και πολιτιστικός ρόλος τους στη σύγχρονη κοινωνία. Το στίγμα τους σε έναν συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο όπου η τεχνολογία κατακλύζει την καθημερινότητα και οι αξίες φαίνονται παραγκωνισμένες. Ταυτίζονται ή όχι οι θεωρητικές προσεγγίσεις της βιβλιογραφίας και οι παρόμοιες έρευνες με τις απαντήσεις των υπευθύνων των συμμετεχόντων στην έρευνα μουσείων; Έγινε περιγραφική ανάλυση και η βοήθεια του διαδικτύου άκρως πολύτιμη για την επαφή, την αποστολή, τη συμπλήρωση και την συγκομιδή των ερωτηματολογίων της έρευνας.

#### **Δείγμα**

Παρά τις επίπονες προσπάθειες για τη συμμετοχή αρκετών Ολυμπιακών Μουσείων, το ερωτηματολόγιο απάντησαν, μόνο, 4 Ολυμπιακά Μουσεία.

## Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο θεωρείται ένα από τα πιο κοινά μέσα συλλογής δεδομένων και αποτελείται από μία σειρά ερωτήσεων που καλούνται να απαντήσουν γραπτά τα υποκείμενα της εκάστοτε έρευνας, στην περίπτωση μας τα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία και με τις οποίες επιδιώκεται η συλλογή των αναγκαίων ερευνητικών πληροφοριών.

Με άλλα λόγια, το ερωτηματολόγιο αποτελεί το μέσο που μετατρέπει τις πληροφορίες που δίνουν οι ερωτώμενοι με τις απαντήσεις τους σε δεδομένα, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιούνται για ανάλυση και για την εξαγωγή των απαραίτητων συμπερασμάτων. Κατά τη διάρκεια λοιπόν, της κατασκευής των ερωτήσεων ξεχωριστά, αλλά και του ερωτηματολογίου στο σύνολό του, έγινε προσπάθεια αυτές να είναι απλές και κατανοητές ως προς τη διατύπωσή τους, σύντομες ως προς την έκταση και ευχάριστες ως προς την παρουσίαση τους ώστε να μην κουράσουν τους συμμετέχοντες.

Γενικά, δύο τύποι ερωτήσεων χρησιμοποιούνται στα ερωτηματολόγια, ανοικτού ή κλειστού τύπου. Στη συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκαν τόσο ερωτήσεις ανοικτού (τρεις συνολικά) όσο και κλειστού (δεκαπέντε συνολικά) τύπου. Στις ανοικτού τύπου (open-ended questions), δίνονται απαντήσεις σε συνεχή λόγο επιτρέποντας στον ερωτώμενο να εκφράσει ελεύθερα (με τον δικό του τρόπο) τις γνώσεις, τις απόψεις, τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις προτιμήσεις του. Αυτό είναι άλλωστε και το μεγαλύτερο πλεονέκτημα αυτού του τύπου ερωτήσεων και με αυτό το σκεπτικό χρησιμοποιήθηκαν. Υπάρχει φυσικά περίπτωση ο εκάστοτε συμμετέχων να αφήσει αναπάντητη την ερώτηση (πράγμα που συνέβη και στην έρευνά μας) ή να δώσει μια σύντομη και βιαστική απάντηση έτσι απλά για να γεμίσει το κενό. Επίσης στις ανοικτού τύπου ερωτήσεις είναι σίγουρα πιο χρονοβόρο και πιο δύσκολο για τον ερευνητή να κωδικοποιήσει, αναλύσει και να ερμηνεύσει τις όποιες απαντήσεις. Από την άλλη, στις κλειστού τύπου ερωτήσεις (closed-ended questions) συνήθως επιλέγεται μία απάντηση από τις επιλογές που ο ερευνητής παρέχει εκ των προτέρων στους συμμετέχοντες. Αυτές οι ερωτήσεις μερικές φορές διατυπώνονται ως δήλωση που απαιτεί μία απάντηση, περιορίζοντας έτσι την ελευθερία της όποιας απάντησης. Πλεονεκτήματα, αυτού του τύπου ερωτήσεων είναι ότι, συμπληρώνονται, κωδικοποιούνται και αναλύονται ευκολότερα και γρηγορότερα, καθώς και ότι δίνουν επιλογές απάντησης στον συμμετέχοντα στην έρευνα που ίσως να μην σκέπτοταν από μόνος του. Πολλές φορές, οι εναλλακτικές απαντήσεις δεν καλύπτουν πάντα όλο το εύρος των πιθανών απαντήσεων,

δίνοντας έτσι πληροφορίες χωρίς μεγάλο βάθος. Στην παρούσα έρευνα έγινε προσπάθεια αυτό να αποφευχθεί δίνοντας την επιλογή στους συμμετέχοντες να συμπληρώσουν μία γενική απάντηση και στη συνέχεια να επιλέξουν από την πενταβάθμια κλίμακα την τελική τους απάντηση (Παράρτημα Α της παρούσης). Ο λίγος χρόνος συμπλήρωσης των ερωτήσεων κλειστού τύπου, έχει αποδειχθεί ότι προδιαθέτει θετικά τους ερωτώμενους να συμπληρώσουν, ολοκληρώσουν και εν τέλει να συμμετέχουν γενικά σε έρευνες γι' αυτό και αυτού του είδους οι ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκαν περισσότερο στην παρούσα έρευνα και το ερωτηματολόγιο της .

Όλες οι ερωτήσεις που απαρτίζουν το Ερωτηματολόγιο του Παραρτήματος Α μπορούν να χωριστούν σε τέσσερις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία είναι για τον Πολιτισμό και την Εκπαίδευση με τις ερωτήσεις 1, 2, 3, 4, 5, 7 και 18 να την καλύπτουν. Η Δεύτερη κατηγορία αφορά την Ειδική Αγωγή και περιλαμβάνει ερωτήσεις που αντιπροσωπεύουν ανθρώπους με ιδιαιτερότητες (ΑΜΕΑ) με τις ερωτήσεις 5, 7, 8 και 9. Η Τρίτη κατηγορία ασχολείται με την Τεχνολογία και το Διαδίκτυο, με τις ερωτήσεις 10, 11 και 12. Ενώ στην Τέταρτη και τελευταία κατηγορία τα Προβλήματα και οι Δυσκολίες με τις ερωτήσεις 6, 13, 14, 15, 16 και 17.

### **Μέθοδος χορήγησης**

Οι τρόποι που συνήθως χορηγείται ένα ερωτηματολόγιο προς απάντηση είναι, είτε μέσω του τηλεφώνου, είτε με προσωπική επίσκεψη ή μέσω του ταχυδρομείου, ή με επίσκεψη σε ομάδα ατόμων καθώς και με τη χρήση του διαδικτύου. Στην παρούσα έρευνα αν και θέλαμε την άμεση προσωπική επίσκεψη, η οποία διασφαλίζει συνήθως ικανοποιητικό ποσοστό συμμετοχής και εκμηδενίζει τον κίνδυνο μη επιστροφής των ερωτηματολογίων από τους παραλήπτες (πράγμα που δυστυχώς συνέβη) επιλέχθηκε τελικά η χορήγηση των ερωτηματολογίων να γίνει κυρίως μέσω του διαδικτύου (email, φόρμες της Google, word) εξαιτίας της έξαρσης της πανδημίας και στην περίπτωση του Ολυμπιακού Μουσείου της Κύπρου μέσω του Ταχυδρομείου. Στάλθηκαν συνολικά 20 ερωτηματολόγια σε αντίστοιχα μουσεία από τα οποία επέστρεψαν σωστά συμπληρωμένα τα 4 τα οποία και δύναται να χρησιμοποιηθούν για ανάλυση. Η επιστημονική αξία του ερωτηματολογίου εξαρτάται άλλωστε από τον βαθμό αξιοπιστίας και εγκυρότητας των δεδομένων που θα συλλεχθούν από αυτό όπως τονίζουν πολύ σωστά οι Παπαναστασίου και Παπαναστασίου (2016).

## **Συνοδευτική επιστολή**

Κάθε ερευνητής, πρέπει να προσπαθεί ώστε να προσελκύσει το ενδιαφέρον των παραληπτών (του ερωτηματολογίου) και να τους παροτρύνει φυσικά να το επιστρέψουν συμπληρωμένο. Τον ρόλο αυτό κλήθηκε να παίξει μια μικρή επιστολή που συνόδευε κάθε ερωτηματολόγιο που στάλθηκε (βλέπε Παράρτημα Α).

Η συνοδευτική επιστολή λοιπόν, όντας η πρώτη επαφή με τα αντικείμενα της έρευνας επιδίωκε να δημιουργήσει μία θετική σχέση με τους παραλήπτες και τη συγκεκριμένη έρευνα γι' αυτό ήταν σύντομη, ευπαρουσίαστη και εμπεριείχε όλες τις απαραίτητες εκείνες πληροφορίες που θα οδηγούσαν στο παραπάνω αποτέλεσμα. Τονίζονταν ιδιαίτερος η διαφύλαξη και η εμπιστευτικότητα όλων των στοιχείων που θα παρέχονται στις απαντήσεις τους και διευκρινίζονταν και κάποια πιο λειτουργικά θέματα όπως ο τρόπος αποστολής του ερωτηματολογίου πίσω στον ερευνητή, καθώς και τα απαραίτητα στοιχεία μας για τυχόν επικοινωνία και διευκρινίσεις.

## **Συγκέντρωση των δεδομένων**

Συγκέντρωση των απαντήσεων κάθε μουσείου σε πίνακα (κεφάλαιο IV) ώστε να είναι εφικτή η περιγραφική στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων. Χρησιμοποιώντας τις φόρμες των εφαρμογών της Google, δημιουργήθηκαν τα αποτελέσματα και σε πίτες (γραφήματα Παραρτήματος Γ), για μια πιο παραστατική παρουσίαση που θα βοηθήσει στην ανάλυση αλλά και την κατανόηση των απαντήσεων που συλλέχθηκαν.

## IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται ένας συγκεντρωτικός πίνακας με όλα τα αποτελέσματα της έρευνας, έτσι ώστε να διευκολύνεται η εύρεση τυχόν συγκεκριμένου αποτελέσματος, που μπορεί να ενδιαφέρει κάποιον ειδικότερα. Η παρουσίαση γίνεται εσκεμμένα με λιτό και απέριττο τρόπο, χωρίς σχολιασμούς και περαιτέρω αναλύσεις. Παρατίθενται αριθμητικά οι επιλογές του κάθε μουσείου (από τα τέσσερα), σε κάθε ερώτηση ώστε να φαίνεται η διασπορά ή η ταύτιση των απαντήσεων τους.

**Πίνακας 1.** Συγκεντρωτικά αποτελέσματα όλων των ερωτήσεων της έρευνας

<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 1.</b> Τι πρέπει να παρέχει ο πολιτιστικός-εκπαιδευτικός ρόλος ενός αθλητικού μουσείου;					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Εκπαίδευση	1	3			
Γνώσεις	2	2			
Εμπειρία / Εξερεύνηση	1	2	1		
Χαλάρωση / Ψυχαγωγία	2	1	1		
Μνήμη / Ιστορία	4				
Συντήρηση / Προστασία	3		1		
Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής οικονομίας	1	1	1	1	
Ενίσχυση αθλητικής - κοινωνικής και ηθικής αγωγής των νέων	1	3			
Προώθηση της έρευνας	1	1	1	1	
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 2.</b> (ερώτηση ανάπτυξης) Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος πολιτιστικός σας ρόλος; ΑΠΑΝΤΗΣΗ: ανατρέξτε στη σελίδα 38 της παρούσης.					
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 3.</b> (ερώτηση ανάπτυξης) Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος εκπαιδευτικός σας ρόλος; ΑΠΑΝΤΗΣΗ: ανατρέξτε στη σελίδα 38 της παρούσης.					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 4.</b> Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι επαρκής ώστε να ολοκληρωθεί ο πολιτιστικός και εκπαιδευτικός ρόλος του Μουσείου;	1	2	1		
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 5.</b> Ποιο είναι το προφίλ των επισκεπτών του μουσείου σας;					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	2	1		1	

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	3			1	
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	2	1	1		
Οικογένειες		1	2	1	
Ενήλικες		1	3		
Αμέα		2	1	1	
Αλλοδαποί τουρίστες			2	2	
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 6.</b> Είστε ικανοποιημένοι από την επισκεψιμότητα στο Μουσείο;		1	1	1	1
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 7. Ποια και τί είδους προγράμματα εφαρμόζεται στο Μουσείο σας;</b>					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Για Προσχολική ηλικία	1		1		2
Για Μαθητές Δημοτικού	2			1	1
Για Μαθητές Γυμνασίου	2	1			1
Για Μαθητές Λυκείου	1		1	1	1
Για φοιτητές	1			2	1
Για ενήλικες	1		1	1	1
Αμέα		2		1	1
Σεμινάρια		2	2		
Ημερίδες		1	2	1	
Βραβεύσεις		1	1	1	1
Λοιπές Εκδηλώσεις (Αθλητικές,φιλανθρωπικές, πολιτιστικές)	1	1		2	
Διαδραστικές δραστηριότητες	1		1	2	
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 8.</b> Όσον αφορά την προσβασιμότητα του χώρου είναι επαρκής για άτομα ΑΜΕΑ;	2	1		1	
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 9. Πόσο πιστεύετε πως το Μουσείο σας θα βοηθούσε την επίσκεψη ενός ατόμου με τις παρακάτω ιδιαιτερότητες;</b>					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Με κινητικές	1	2			1
Με νοητικές	2	1		1	
Χωρίς όραση			1	2	1
Χωρίς ακοή			1	3	
Χωρίς ομιλία	2			1	1
Κωφάλαλους	1			2	1
Με Αυτισμό			1	3	

	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 10.</b> Η χρήση του Διαδικτύου και η ψηφιακή τεχνολογία κατά πόσο πιστεύετε ότι συμβάλει στο έργο ενός μουσείου;	2	2			
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 11.</b> Το Μουσείο μπορεί να υποστηρίξει NOC (Network Operations Center);	1		3		
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 12.</b> Ποιες από τις παρακάτω εφαρμογές χρησιμοποιείται για την προσέλκυση επισκεπτών;					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Email	2	1	1		
Facebook	2		1	1	
Twitter			1	1	2
Instagram	1		2	1	
Skype			1		3
Viber			1		3
Επίσημη ιστοσελίδα Μουσείου	1	1	1	1	
Εικονική περιήγηση			1		3
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 13.</b> Η χρηματοδότηση του Μουσείου στηρίζεται σε:					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Κρατικά κονδύλια	2				2
Ιδιωτικά κονδύλια (χορηγίες)	1		2		1
Ιδιωτικά και Κρατικά κονδύλια (συνδυαστικά)		1	1		2
Εισιτήριο εισόδου	1		1		2
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 14.</b> Ποια από τα παρακάτω προβλήματα-δυσκολίες αντιμετωπίζεται;					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Οικονομικής φύσεως	2	1		1	
Κτιριακών Υποδομών	1	2		1	
Ανθρώπινου δυναμικού (έλλειψη εργαζομένων)	2	1			1
Κοινού (έλλειψη επισκεπτών)		1	1	1	1
Συντήρησης υλικού	1	1	1		1
Αποθήκευσης υλικού	2	1			1
Εκπαίδευσης προσωπικού		1	2		1
Έλλειψη εκπαιδευτικών προγραμμάτων		1	1		2
Διαφήμισης	1	1		2	



Συνεργασίας (με άλλα Μουσεία)			1		3
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 15.</b> (ερώτηση ανάπτυξης) Ποιες οι αδυναμίες ή τα δυνατά σημεία της λειτουργίας ενός Ελληνικού Αθλητικού Ολυμπιακού Μουσείου σε σχέση με αντίστοιχους χώρους του εξωτερικού; Απάντηση: ανατρέξτε στη σελίδα 48 της παρούσης.					
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 16.</b> Πόσο σημαντικοί είναι οι κανονισμοί της ICOM / ACOM και ο κώδικας δεοντολογίας των Μουσείων;	2	1	1		
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 17.</b> Πιστεύετε πως στη χώρα μας υπάρχει έλλειψη από Μουσεία που έχουν ως βασικό τους θέμα τους Ολυμπιακούς αγώνες και ό,τι αυτοί αντιπροσωπεύουν;			3		1
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΑΡΚΕΤΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
<b>ΕΡΩΤΗΣΗ 18.</b> Θεωρείται πως υπάρχει έλλειψη εθνικού προγραμματισμού, που θέτει εμπόδια στην ανάπτυξη του πολιτισμού και στην πολιτισμική διαχείριση στη Χώρα μας;			4		

## V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στο παρόν κεφάλαιο, επεξηγούνται τα αποτελέσματα της έρευνας και γίνεται προσπάθεια για παράλληλο συσχετισμό με αντίστοιχα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης όπου αυτό είναι εφικτό. Οι απαντήσεις δείχνουν πως οι υπεύθυνοι των μουσείων συμφωνούν ότι οι χώροι τους μπορούν να παρέχουν εκπαίδευση<sup>7</sup>. Στο ίδιο συμπέρασμα έχουν καταλήξει όπως είδαμε στη βιβλιογραφική ανασκόπηση και αρκετοί ερευνητές (Bloom & Mintz, 1990; Howes, 2014; Nuzzaci, 2012; Shepherd, 2009).

Τα μουσεία εκτός από απλοί συντηρητές εκθεμάτων δύναται να παρέχουν και γνώσεις<sup>8</sup> στους επισκέπτες τους. Αυτό διαπιστώθηκε και από τον Howes (2014) καθώς και τους Argyropoulos και Kanari (2015) και τους Ioannidi και Samara (2019). Επιπλέον, αποδεικνύεται ότι η επίσκεψη σε ένα μουσείο είναι μία εμπειρία εξερεύνησης<sup>9</sup>. Ο Ramshaw (2010) αναφέρει ότι τα μουσεία είναι τόποι πολιτιστικής παραγωγής και εξερεύνησης ενώ οι Kotler και Kotler (2000) συμπληρώνουν ότι πρέπει να οδηγήσουν το κοινό τους σε ακόμη μεγαλύτερες εμπειρίες και οφέλη. Οι υπεύθυνοι των μουσείων που απάντησαν πιστεύουν ότι μέσα από τη δουλειά τους μπορούν να ψυχαγωγήσουν<sup>10</sup> και να χαλαρώσουν τους επισκέπτες τους. Αυτό σημαίνει ότι η επίσκεψη σε ένα Ολυμπιακό Αθλητικό Μουσείο, είναι μία δυναμική εμπειρία και όχι ένα παθητικό γεγονός. Παρόμοια αποτελέσματα αναφέρουν και ο Medić και συνεργάτες (2015).

Ο βασικός και πρωταρχικός<sup>11</sup> ρόλος ίδρυσης ενός μουσείου, που είναι η διατήρηση της μνήμης και της Ιστορίας, αποδεικνύεται παμψηφεί στην έρευνά μας ενώ επιβεβαιώνονται και δύο από τους κλασικούς<sup>12</sup> ρόλους κάθε μουσείου, που είναι η συντήρηση και η προστασία των εκθεμάτων τους.

Φαίνεται πως μεταξύ των μουσείων που απάντησαν στην έρευνά, δεν υπάρχει ομοφωνία στο κατά πόσο ένα Ολυμπιακό Αθλητικό Μουσείο μπορεί τελικά να αναβαθμίσει<sup>13</sup> τον τουρισμό και την τοπική οικονομία της περιοχής στην οποία βρίσκεται. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση και τα αποτελέσματα των ερευνών που παρουσιάστηκαν εκεί (Arikan & Güven, 2017; Hinch & Ramshaw, 2014; Kurtzman,

---

<sup>7</sup> Δείτε το Γράφημα 1. Παροχή εκπαίδευσης από τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.

<sup>8</sup> Δείτε το Γράφημα 2. Παροχή γνώσεων από τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία, στο παράρτημα Γ.

<sup>9</sup> Δείτε το Γράφημα 3. Δυνατότητα εμπειρίας και εξερεύνησης από την επίσκεψή σε ένα Ολυμπιακό μουσείο, στο παράρτημα Γ.

<sup>10</sup> Δείτε το Γράφημα 4. Παροχή Χαλάρωσης και Ψυχαγωγίας από τα Ολυμπιακά μουσεία, στο παράρτημα Γ.

<sup>11</sup> Δείτε το Γράφημα 5. Διατήρηση μνήμης και ιστορίας από τα Ολυμπιακά μουσεία, στο παράρτημα Γ.

<sup>12</sup> Δείτε το Γράφημα 6. Συντήρηση και προστασία εκθεμάτων, στο παράρτημα Γ.

<sup>13</sup> Δείτε το Γράφημα 7. Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής κοινωνίας μέσω των Ολυμπιακών μουσείων, στο παράρτημα Γ.

2005b; Moore, 2008; Ουδατζή, 2018; Ramshaw & Gammon, 2015; Τζαχρίστα, 2018; Vamplew, 1998), δείχνουν μια αρκετά πιο ένθερμη και θετική στάση στο συγκεκριμένο ερώτημα. Οι διαχειριστές των Μουσείων της έρευνάς μας από την άλλη φαίνεται να είναι πιο συγκρατημένοι. Αντιθέτως, γίνεται εντελώς ξεκάθαρο από τις απαντήσεις που λήφθηκαν ότι ένα Ολυμπιακό Αθλητικό Μουσείο μπορεί τελικά να επηρεάσει και να ενισχύσει την αθλητική, κοινωνική και ηθική αγωγή<sup>14</sup> των νέων ανθρώπων. Είναι και αυτός ένας από τους νέους και σημαντικούς ρόλους που καλείται να υπηρετήσει ο χώρος των μουσείων στη σύγχρονη κοινωνία, όπου οι αξίες φαίνεται να έχουν παραγκωνιστεί. Στο συμπέρασμα αυτό συμφωνεί και ο Kohe (2010) αναφέροντας χαρακτηριστικά πώς τα μουσεία μπορούν να ενισχύσουν την αθλητική ηθική και τον σεβασμό προς τα σπορ. Δεν υπάρχει ξεκάθαρη συμφωνία στο κατά πόσο τα μουσεία μπορούν να βοηθούν και να προωθούν την έρευνα<sup>15</sup> ωστόσο ο Bianchi (2002) άλλα και ο Adair (2004) υποστηρίζουν πώς τα Ολυμπιακά μουσεία στηρίζουν και προωθούν την έρευνα.

Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 2): «Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος πολιτιστικός σας ρόλος;», στις απαντήσεις τους οι υπεύθυνοι των Ολυμπιακών Μουσείων, χρησιμοποίησαν λέξεις όπως γνώση, διάσωση, καταγραφή, συντήρηση και ανάδειξη της αθλητικής και Ολυμπιακής ιστορίας, διάδοση των Ολυμπιακών αξιών, μέσα από ποικίλες πολιτιστικές, εκπαιδευτικές και προσφάτως αθλητικό-τουριστικές δράσεις. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα μικρά παιδιά του σχολείου όπου μέσα από συγκινητικές Ολυμπιακές ιστορίες προσπαθούν να τους δώσουν ελπίδα και έμπνευση.

Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 3): «Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος εκπαιδευτικός σας ρόλος;», οι υπεύθυνοι απάντησαν πως εκπαιδευτικά προγράμματα για όλες τις ηλικίες (προ νήπια έως τρίτη ηλικία) που προωθούν τις Ολυμπιακές Αξίες-Ιδεώδη και την έννοια του Ολυμπισμού ως φιλοσοφία ζωής, με μορφή συμπληρωματικής στο σχολείο εκπαίδευσης. Με αυτόν τον τρόπο, το Ολυμπιακό Μουσείο εναρμονίζεται με τις σύγχρονες μουσειολογικές πρακτικές, προσφέρει πλούσιο εκπαιδευτικό έργο, ακολουθεί τις επιταγές της σύγχρονης κοινωνίας και συμβάλει στη διαμόρφωση μιας πιο υγιούς αυριανής κοινωνίας, που θα στηρίζεται στις αρχές του υγιούς αθλητισμού και τις αξίες της ειρήνης, της φιλίας, του σεβασμού

---

<sup>14</sup> Δείτε το Γράφημα 8. Αθλητική-κοινωνική και ηθική αγωγή των νέων μέσω των Ολυμπιακών μουσείων, στο παράρτημα Γ.

<sup>15</sup> Δείτε το Γράφημα 9. Ολυμπιακά μουσεία και προώθηση της έρευνας, στο παράρτημα Γ.

στον συνάνθρωπο και εν γένει στο διαφορετικό. Ακολουθώντας πάντα τη ρήση του PdC: «Αν θέλεις να αλλάξεις τον ενήλικα, πρέπει να αλλάξεις το παιδί». Επιπροσθέτως, η ενημέρωση των επισκεπτών ότι το μότο «Faster, Higher, Stronger», δεν είναι μόνο για τα αθλήματα, είναι και για τη ζωή, σε όλες τις πτυχές του. Κάθε όνειρο που μπορείς να ονειρευτείς, να εργαστείς σκληρά και να το πετύχεις.

Οι υπεύθυνοι των Μουσείων υποστηρίζουν πως το προσωπικό<sup>16</sup> τους έχει επαρκή εκπαίδευση ώστε να ανταπεξέλθουν και να ολοκληρώσουν τον πολιτιστικό αλλά και εκπαιδευτικό τους ρόλο. Οι επισκέπτες από την Πρωτοβάθμια<sup>17</sup> εκπαίδευση, προτιμούν και επισκέπτονται τα μουσεία της έρευνας, ωστόσο οι περισσότεροι επισκέπτες φαίνεται να προέρχονται από τη Δευτεροβάθμια<sup>18</sup> εκπαίδευση ενώ, μεγάλο ποσοστό επισκεπτών προέρχονται και από την τριτοβάθμια<sup>19</sup> εκπαίδευση. Οι οικογένειες<sup>20</sup>, φαίνεται πως δεν αποτελούν ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό μεταξύ των επισκεπτών. Στη βιβλιογραφική ανασκόπηση είδαμε τους Ásványi και συν. (2021) καθώς και η Gioftsali (2005) να θέτουν τις προϋποθέσεις που πρέπει να υπάρχουν για να αλλάξει αυτό.

Οι ενήλικοι<sup>21</sup> επισκέπτες φαίνεται να μένουν λίγο πιο πίσω σε σχέση με τους ανήλικους. Και οι επισκέπτες με ιδιαιτερότητες<sup>22</sup> συμμετέχουν σχετικά δυναμικά στο ποσοστό των επισκεπτών των Ολυμπιακών μουσείων της έρευνας. Η Braden (2016) αναφέρει ότι τα μουσεία δημιουργούν όλο και περισσότερα προγράμματα και προσφορές για τους ανθρώπους με ιδιαιτερότητες και αυτό γίνεται επειδή ο αριθμός τους, αυξάνεται σταθερά. Οι αλλοδαποί τουρίστες<sup>23</sup> φαίνεται πως συμβάλλουν ελάχιστα ως επισκέπτες στα μισά μουσεία της έρευνας και αρκετά στα άλλα μισά. Οι απαντήσεις εδώ θα θέλαμε να είναι πιο θετικές και όχι τόσο μετριοπαθείς. Σε αυτήν την ερώτηση συμπληρώθηκε και ως έξτρα επιλογή των επισκεπτών: Δραστηριότητες «ομαδικού πνεύματος» για ιδιωτικές εταιρείες, με την επιλογή από την πενταβάθμια κλίμακα Likert στο Αρκετά.

Από τα ποσοστά που έβαλαν τα Μουσεία της παρούσας έρευνας δεν είναι πολύ ικανοποιημένα από την επισκεψιμότητα<sup>24</sup> στον χώρο τους. Αυτά τα ποσοστά ίσως αποδεικνύουν την έλλειψη διαφήμισης, μάρκετινγκ αλλά και ενδιαφέροντος του κοινού

---

<sup>16</sup> Δείτε το Γράφημα 10. Επάρκεια εκπαίδευσης του προσωπικού των Ολυμπιακών μουσείων για την ολοκλήρωση του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού τους ρόλου, στο παράρτημα Γ.

<sup>17</sup> Δείτε το Γράφημα 11. Προφίλ επισκεπτών Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στο Παράρτημα Γ.

<sup>18</sup> Δείτε το Γράφημα 12. Προφίλ επισκεπτών Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στο Παράρτημα Γ.

<sup>19</sup> Δείτε το Γράφημα 13. Προφίλ επισκεπτών Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στο Παράρτημα Γ.

<sup>20</sup> Δείτε το Γράφημα 14. Προφίλ επισκεπτών ως οικογένειες, στο παράρτημα Γ.

<sup>21</sup> Δείτε το Γράφημα 15. Ενήλικες επισκέπτες, στο παράρτημα Γ.

<sup>22</sup> Δείτε το Γράφημα 16. Προφίλ επισκεπτών Αμέα, στο παράρτημα Γ.

<sup>23</sup> Δείτε το Γράφημα 17. Προφίλ ξένων τουριστών, στο παράρτημα Γ.

<sup>24</sup> Δείτε το Γράφημα 18. Ποσοστά ικανοποίησης επισκεψιμότητας, στο παράρτημα Γ.

για το συγκεκριμένο αντικείμενο. Φυσικά επειδή μιλάμε για διαφορετικές χώρες με διαφορετική κουλτούρα, οικονομικό επίπεδο, αθλητική ιστορία, μπορεί τα αίτια της χαμηλής επισκεψιμότητας να είναι τελείως διαφορετικά για κάθε μουσείο που απάντησε. Σε αντίστοιχο συμπέρασμα κατέληξε και ο Höge (2016) που στο άκρως ενδιαφέρον και εμπειριστατωμένο άρθρο του συμπέρανε ότι τα μουσεία θα πρέπει να αγωνιστούν αρκετά, για να έχουν την ευκαιρία να γίνουν μία δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων. Επίσης αναφέρει χαρακτηριστικά ότι ένα εξωτερικό κίνητρο αν μπορούσε να μετατραπεί σε εγγενές, τότε μια επίσκεψη στο μουσείο θα είχε καθιερωθεί ως μόνιμο είδος συμπεριφοράς.

Τα ευρήματα μας δείχνουν πως η προσχολική<sup>25</sup> ηλικία δεν είναι ένα από το «target group» που αποσκοπούν να έχουν τα περισσότερα Ολυμπιακά Μουσεία. Ίσως θα πρέπει να ασχοληθούν και να αναπτύξουν προγράμματα και για την συγκεκριμένη κατηγορία, παρόλο τις ιδιαίτερες απαιτήσεις που ένα τέτοιο εγχείρημα θα αποσκοπεί.

Τα μισά Μουσεία δεν έχουν, ή έχουν λίγα προγράμματα για μαθητές Δημοτικού<sup>26</sup>, ενώ οι μαθητές του Γυμνασίου<sup>27</sup> έχουν επιλογές προγραμμάτων στα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία. Από την άλλη, οι μαθητές Λυκείου<sup>28</sup> χωρίζουν τα Μουσεία της έρευνας στη μέση, έχοντας περιορισμένο αριθμό προγραμμάτων που να τους αφορούν όπως και τα προγράμματα για φοιτητές<sup>29</sup> είναι περιορισμένα από τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αντιστοίχως, τα προγράμματα για ενήλικες<sup>30</sup> είναι αρκετά περιορισμένα.

Τα προγράμματα για άτομα με ιδιαιτερότητες (Αμέα)<sup>31</sup>, φαίνονται να αρχίζουν να είναι υπαρκτά και να προσκαλούν μία κατηγορία επισκεπτών πολλά υποσχόμενη για το χώρο των Μουσείων. Σε αυτό το συμπέρασμα συμφωνούν και οι Llamazares De Prado και Arias Gago (2020) καθώς και η Braden (2016) όπως είδαμε στη βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Τα Σεμινάρια<sup>32</sup> είναι από τα προγράμματα που εφαρμόζονται στα Ολυμπιακά μουσεία της παρούσης. Με αυτόν τον τρόπο εκπληρώνεται και ένα μέρος του εκπαιδευτικού τους ρόλου αλλά προσελκύεται έτσι και νέο κοινό. Οι Ημερίδες<sup>33</sup> επίσης αποτελούν, με μεγάλο ποσοστό, κλασικά προγράμματα που εφαρμόζονται στους χώρους

---

<sup>25</sup> Δείτε το Γράφημα 19. Χρήση προγραμμάτων Προσχολικής ηλικίας, στο παράρτημα Γ.

<sup>26</sup> Δείτε το Γράφημα 20. Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Δημοτικού, στο παράρτημα Γ.

<sup>27</sup> Δείτε το Γράφημα 21. Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Γυμνασίου, στο παράρτημα Γ.

<sup>28</sup> Δείτε το Γράφημα 22. Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Λυκείου, στο παράρτημα Γ.

<sup>29</sup> Δείτε το Γράφημα 23. Χρήση προγραμμάτων για φοιτητές, στο παράρτημα Γ.

<sup>30</sup> Δείτε το Γράφημα 24. Χρήση προγραμμάτων για ενήλικες, στο παράρτημα Γ.

<sup>31</sup> Δείτε το Γράφημα 25. Χρήση προγραμμάτων για Αμέα, στο παράρτημα Γ.

<sup>32</sup> Δείτε το Γράφημα 26. Χρήση σεμιναρίων, στο παράρτημα Γ.

<sup>33</sup> Δείτε το Γράφημα 27. Χρήση ημερίδων, στο παράρτημα Γ.

των συγκεκριμένων μουσείων που απάντησαν στην έρευνα, κάτι που δε ισχύει για τις βραβεύσεις<sup>34</sup> στους συγκεκριμένους χώρους. Τέλος, οι διάφορες εκδηλώσεις<sup>35</sup>, όπως Αθλητικές, Φιλανθρωπικές, Πολιτιστικές δείχνουν ακόμη έναν διαχωρισμό του δείγματος της έρευνας μας στη μέση. Τα μισά μουσεία λοιπόν, χρησιμοποιούν τις συγκεκριμένες εκδηλώσεις ενώ τα άλλα μισά λίγο.

Από τα ποσοστά της απάντησης για τις διαδραστικές<sup>36</sup> δραστηριότητες συμπεραίνουμε ότι τα μισά μουσεία της έρευνας δεν χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό δραστηριότητες που μπορεί να προσελκύουν επισκέπτες, δημιουργώντας έτσι μία αξέχαστη εμπειρία η οποία εκσυγχρονίζει το χώρο του μουσείου κάνοντας το να συμβαδίζει με την εποχή μας. Πολλές είναι και οι έρευνες (Βαφειάδου, 2016; Geronikolakis και συν., 2018; Papagiannakis και συν., 2018; Trunfio & Campana, 2020; Τσιτσιπά, 2017) που υπογραμμίζουν την αποτελεσματική αλληλεπίδραση ανθρώπου και τεχνολογίας στο μουσείο.

Οι απαντήσεις στην ερώτηση της προσβασιμότητας<sup>37</sup> δείχνουν πως παρά τις δυσκολίες έχει γίνει σημαντική πρόοδος για τους επισκέπτες με ιδιαιτερότητες ως προς την είσοδό τους στο χώρο των μουσείων. Αυτό έδειξε και η βιβλιογραφία (Llamazares De Prado και Arias Gago, 2020; Newman και συν., 2005;). Ενώ οι Ruiz και συνεργάτες (2011) περιέγραψαν στην έρευνα τους τη χρήση της προσέγγισης MGA (Multimedia Guides for All) που με αυτόν τον τρόπο όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν διευκολύνεται η καθολική πρόσβαση στα μουσεία μέσω πολυμέσων και φορητών οδηγών.

Οι επισκέπτες με κινητικές<sup>38</sup> ιδιαιτερότητες συνήθως δεν αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες σε χώρους όπως ένα μουσείο. Αυτό αποδεικνύεται και από τα θετικά ποσοστά που έλαβε αυτή η ερώτηση, ωστόσο θα πρέπει να υπάρχει καλύτερη στρατηγική στο σχεδιασμό της δημιουργίας ενός μουσείου εξαρχής. Να έχουν δηλαδή σχεδιάσει τον χώρο τους, έτσι ώστε να είναι προσβάσιμος για όλα τα άτομα της σύγχρονης κοινωνίας και τις ανάγκες τους.

Οι επισκέπτες με νοητικές<sup>39</sup> ιδιαιτερότητες μπορούν σχετικά εύκολα να πραγματοποιήσουν επίσκεψη. Δηλαδή τα μουσεία δηλώνουν έτοιμα για μία τέτοια επίσκεψη στον χώρο τους.

---

<sup>34</sup> Δείτε το Γράφημα 28. Χρήση βραβεύσεων, στο παράρτημα Γ.

<sup>35</sup> Δείτε το Γράφημα 29. Χρήση Αθλητικών, φιλανθρωπικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων, στο παράρτημα Γ.

<sup>36</sup> Δείτε το Γράφημα 30. Ύπαρξη και εφαρμογή διαδραστικών δραστηριοτήτων, στο παράρτημα Γ.

<sup>37</sup> Δείτε το Γράφημα 31. Επάρκεια προσβασιμότητας για άτομα Αμέα, στο παράρτημα Γ.

<sup>38</sup> Δείτε το Γράφημα 32. Κινητικές ιδιαιτερότητες και επίσκεψη στο μουσείο, στο παράρτημα Γ.

<sup>39</sup> Δείτε το Γράφημα 33. Νοητικές ιδιαιτερότητες και επισκεψιμότητα, στο παράρτημα Γ.

Οι επισκέπτες χωρίς όραση<sup>40</sup> φαίνεται πως σίγουρα θα δυσκολεύονταν να πραγματοποιήσουν επίσκεψη. Αποδεικνύεται πως η συγκεκριμένη ιδιαιτερότητα δυσκολεύει αρκετά τους υπεύθυνους των Μουσείων καθώς απαιτεί ιδιαίτερους χειρισμούς και πρακτικές τις οποίες ομολογούν πως δεν μπορούν ουσιαστικά να τις παρέχουν. Οι Argyropoulos και Kanari (2015) μίλησαν γενικά για την ιδιαιτερότητα και την άδικη εφαρμογή του παγκόσμιου περιορισμού απαγορεύεται η επαφή για κάθε είδους έκθεμα, με ότι αυτό σημαίνει για τα άτομα χωρίς όραση, ενώ ο Cho και Jolley (2016) ανέφεραν πως ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να δώσουν ευκαιρίες και λύσεις για τους επισκέπτες με ιδιαιτερότητες στα σύγχρονα μουσεία.

Οι επισκέπτες χωρίς ακοή<sup>41</sup> φαίνεται ότι θα δυσκόλευαν τα μουσεία της έρευνας να παρέχουν το έργο τους. Ο Renel (2019) παρουσίασε όπως είδαμε στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας τον ηχητικό αποκλεισμό και την ηχητική προσβασιμότητα ως «κρίσιμο πυλώνα» στην αναπτυσσόμενη κατανόηση του πολύτροπου μουσείου. Αντίθετα, οι επισκέπτες χωρίς ομιλία<sup>42</sup> φαίνεται ότι θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν χωρίς δυσκολίες επίσκεψη στα μισά μουσεία της έρευνάς μας. Οι κωφάλαλοι<sup>43</sup> επισκέπτες από την άλλη, θα αντιμετώπιζαν αρκετές δυσκολίες αν πραγματοποιούσαν επίσκεψη στα τρία από τα τέσσερα μουσεία της έρευνας, όπως και οι επισκέπτες με αυτισμό<sup>44</sup> που δυστυχώς φαίνεται να μην μπορούν με άνεση να επισκεφτούν τους χώρους των συγκεκριμένων Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων. Όπως είδαμε και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση της παρούσης, οι ερευνητές Kinsley (2016) αλλά πιο συγκεκριμένα οι Preece και συνεργάτες (2019) ανέφεραν τη σπουδαιότητα δημιουργίας εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα εξασφαλίζουν την προσβασιμότητα και θα παρέχουν αισθητηριακές δραστηριότητες για τη βελτίωση της ένταξης, της εκπαίδευσης, της αλληλεπίδρασης, της επικοινωνίας και εν τέλη της κοινωνικής δικαιοσύνης για τα άτομα που βρίσκονται στο φάσμα του αυτισμού.

Οι υπεύθυνοι των μουσείων αναγνωρίζουν τη δύναμη του διαδικτύου και της ψηφιακής τεχνολογίας και πιστεύουν πως αυτά τα δύο<sup>45</sup> μπορούν να συμβάλουν στην ολοκλήρωση του έργου τους. Η συνεργασία είναι το κλειδί σύμφωνα με τη βιβλιογραφία

---

<sup>40</sup> Δείτε το Γράφημα 34. Μουσεία και επισκέπτες χωρίς όραση, στο παράρτημα Γ.

<sup>41</sup> Δείτε το Γράφημα 35. Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ακοή, στο παράρτημα Γ.

<sup>42</sup> Δείτε το Γράφημα 36. Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ομιλία, στο παράρτημα Γ.

<sup>43</sup> Δείτε το Γράφημα 37. Ολυμπιακά μουσεία και κωφάλαλοι επισκέπτες, στο παράρτημα Γ.

<sup>44</sup> Δείτε το Γράφημα 38. Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες με αυτισμό, στο παράρτημα Γ.

<sup>45</sup> Δείτε το Γράφημα 39. Συμβολή διαδικτύου και ψηφιακής τεχνολογίας στο έργο ενός μουσείου, στο παράρτημα Γ.

που θα βοηθήσει στη μετάβαση καθώς η ψηφιακή τεχνολογία μετασχηματίζει τα μουσεία σε όλο τον κόσμο (Gainon-Court & Vuillaume, 2016; Giannini & Bowen, 2019; Johnes, 2015; Marcum, 2014; Marty, 2009;).

Το κεντρικό δίκτυο λειτουργιών<sup>46</sup> (NOC) δίνει τη δυνατότητα στους τεχνικούς πληροφορικής να υποστηρίζουν άμεσα με τη βοήθεια του λογισμικού την απομακρυσμένη παρακολούθηση και διαχείριση του Μουσείου. Βλέπουμε ότι το δείγμα μας μπορεί και χρησιμοποιεί αυτήν την τεχνολογία της πληροφορικής,

Το email<sup>47</sup> παρατηρούμε ότι είναι μία εφαρμογή που τα μουσεία της έρευνας την χρησιμοποιούν. Η εφαρμογή του facebook<sup>48</sup> και το Instagram<sup>49</sup> φαίνεται να χρησιμοποιούνται για την προσέλκυση επισκεπτών από τα μουσεία ενώ το Twitter<sup>50</sup> δεν δείχνει να είναι από τις εφαρμογές που προτιμώνται για την προσέλκυση των επισκεπτών. Το Skype<sup>51</sup> και το Viber<sup>52</sup> χρησιμοποιούνται ελάχιστα.

Η επίσημη ιστοσελίδα<sup>53</sup> των Μουσείων φαίνεται πως χρησιμοποιείται σαν εφαρμογή προσέλκυσης επισκεπτών. Είναι άλλωστε το ηλεκτρονικό τους στίγμα στο διαδίκτυο. Ο προσανατολισμός άλλωστε στο εμπορικό σήμα (μάρκα) των μουσείων οδηγεί σε μια οργανωτική κουλτούρα ως πυξίδα, για τη λήψη σωστότερων αποφάσεων, καλύτερης διακριτικότητας και λειτουργικότητας αλλά και δυνατότερους συμβολισμούς (Evans, Bridson, & Rentschler, 2012).

Δυστυχώς η πλειοψηφία των μουσείων της έρευνας δεν χρησιμοποιεί την εικονική περιήγηση<sup>54</sup>, μία εφαρμογή που όχι μόνο στις συνθήκες που ζούμε λόγω της πανδημίας (Covid-19) αλλά και γενικότερα, θα τα βοηθούσε πάρα πολύ στην προσέλκυση, στην αναγνώριση αλλά και στο άνοιγμα τους σε ένα τεράστιο νέο κοινό, τους εικονικούς επισκέπτες. Είναι με λίγα λόγια όσοι δεν μπορούν να επισκεφθούν για διάφορους λόγους τον χώρο τους δια ζώσης αλλά με τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας. Με αυτόν τον τρόπο (παρέχοντας δηλαδή εικονική περιήγηση) θα μπορούσαν τα μουσεία να εκμεταλλευτούν ποικιλοτρόπως την επισκεψιμότητα στις ιστοσελίδες τους. Για τα εικονικά μουσεία και τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες η

---

<sup>46</sup> Δείτε το Γράφημα 40. Ολυμπιακά Μουσεία & κεντρικό δίκτυο λειτουργιών (NOC), στο παράρτημα Γ.

<sup>47</sup> Δείτε το Γράφημα 41. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω email, στο παράρτημα Γ.

<sup>48</sup> Δείτε το Γράφημα 42. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω Facebook, στο παράρτημα Γ.

<sup>49</sup> Δείτε το Γράφημα 44. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω Instagram, στο παράρτημα Γ.

<sup>50</sup> Δείτε το Γράφημα 43. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω twitter, στο παράρτημα Γ.

<sup>51</sup> Δείτε το Γράφημα 45. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω skype, στο παράρτημα Γ.

<sup>52</sup> Δείτε το Γράφημα 46. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω viber, στο παράρτημα Γ.

<sup>53</sup> Δείτε το Γράφημα 47. Προσέλκυση επισκεπτών μέσω της επίσημης ιστοσελίδας, στο παράρτημα Γ.

<sup>54</sup> Δείτε το Γράφημα 48. Παροχή εικονικής περιήγησης, στο παράρτημα Γ.



βιβλιογραφική ανασκόπηση (Antinucci, 2007; Clough, 2013; Falk & Dierking, 2018; Ferrari & Gilli, 2015; Schweibenz, 2004; Shehade et al., 2020; Sylaiou et al., 2009; Walczak et al., 2006;) συμφωνεί ότι δημιουργούν μεγάλες προκλήσεις αλλά προσφέρουν παράλληλα και μεγάλες δυνατότητες και ευκαιρίες για τον μουσειακό χώρο.

Τα ευρήματα της έρευνας, ως προς την Κρατική<sup>55</sup> χρηματοδότηση, αποδεικνύουν ότι δεν υπάρχει μία κοινή γραμμή ή πλαίσιο από το κράτος στα θέματα Χρηματοδότησης για τους συγκεκριμένους μουσειακούς χώρους. Από την άλλη, τα ιδιωτικά<sup>56</sup> κονδύλια (χορηγίες), φαίνονται ότι υπάρχουν και θα υπάρχουν, δίνοντας λύσεις πολλές φορές στο μεγάλο πρόβλημα των μουσείων που δεν είναι άλλο από το οικονομικό, αντιστοίχως οι Lund και Greyser (2015) μιλώντας για την πολιτιστική χορηγία, αναφέρουν ότι μπορεί να προσδώσει αξία και να διαφοροποιήσει τις υπηρεσίες διαχείρισης του πλούτου, να ενισχύσει σχέσεις με πελάτες δημιουργώντας πολιτιστικούς δεσμούς και επιδεικνύοντας κοινές αξίες και τέλος να συμβάλλει στην επέκταση του δικτύου των εταίρων του μουσείου και των πιθανών χορηγών.

Μοιρασμένα τα ποσοστά στο συνδυαστικό<sup>57</sup> τρόπο χρηματοδότησης που δείχνει πάλι πως δεν υπάρχει ένας τρόπος κοινός για όλους. Τα μισά μουσεία της έρευνας δεν έχουν εισιτήριο<sup>58</sup> εισόδου, ενώ τα άλλα μισά έχουν, φαίνεται λοιπόν πως η χρηματοδότηση είναι αρκετά διαφορετική για τα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία της παρούσης.

Αναμενόμενες οι απαντήσεις που δείχνουν πως τα οικονομικά προβλήματα<sup>59</sup> είναι ίσως η πρώτη μεγάλη δυσκολία που αντιμετωπίζει ο κόσμος των μουσείων. Αυτό δείχνει και η βιβλιογραφία με τους Evans, Bridson, και Rentschler (2012) να αναφέρουν πως τα μουσεία αντιμετωπίζουν σημαντικούς περιορισμούς των πόρων, ενώ ο Moore (2008) αναφέρει ότι το μεγάλο πρόβλημα των αθλητικών μουσείων είναι η χρηματοδοτική τους στήριξη. Η Hemels (2017) συμπέρανε ότι τα φορολογικά κίνητρα αποτελούν σημαντική πηγή κεφαλαίων για τα μουσεία ενώ η Rentschler (2007) αναφέρει πόσο απαραίτητο είναι το τριμερές μοντέλο χρηματοδότησης «κρατικό, κοινού, χορηγού» για τη βιωσιμότητά κάθε μουσείου.

---

<sup>55</sup> Δείτε το Γράφημα 49. Χρηματοδότηση από Κρατικά κονδύλια, στο παράρτημα Γ.

<sup>56</sup> Δείτε το Γράφημα 50. Χρηματοδότηση από ιδιωτικά κονδύλια, στο παράρτημα Γ.

<sup>57</sup> Δείτε το Γράφημα 51. Χρηματοδότηση από ιδιωτικά και κρατικά κονδύλια, στο παράρτημα Γ.

<sup>58</sup> Δείτε το Γράφημα 52. Χρηματοδότηση από εισιτήρια εισόδου, στο παράρτημα Γ.

<sup>59</sup> Δείτε το Γράφημα 53. Προβλήματα οικονομικής φύσεως, στο παράρτημα Γ.

Η κτηριακή<sup>60</sup> υποδομή αναγνωρίζεται ως ακόμη μία δυσκολία που πρέπει να αντιμετωπίσουν και να λύσουν τα σύγχρονα Μουσεία. Μεγάλη έλλειψη φαίνεται πως υπάρχει από στελέχωση ανθρώπινου<sup>61</sup> δυναμικού στους χώρους των Μουσείων. Είναι αλήθεια πώς σίγουρα θα πρέπει να υπάρχουν όχι μόνο σε ποσότητα αλλά και σε ποιότητα οι κατάλληλοι άνθρωποι με τις κατάλληλες σπουδές και τις κατάλληλες ικανότητες ώστε να βοηθήσουν να ολοκληρωθεί ο εκπαιδευτικός αλλά και ο πολιτιστικός ρόλος των Μουσείων.

Μοιρασμένες οι απαντήσεις στην ερώτηση αν τα Ολυμπιακά Αθλητικά Μουσεία της παρούσας έρευνας αντιμετωπίζουν έλλειψη επισκεπτών<sup>62</sup>. Αποτυπώνεται μία δυσκολία στην εξεύρεση νέων αλλά ίσως και στη διατήρηση των ήδη παλαιότερων επισκεπτών τους. Ο Höge (2016) ενδεικτικά, έχει αναφέρει (όπως είδαμε στη βιβλιογραφία) ότι θα πρέπει τα μουσεία να αγωνισθούν πάρα πολύ ώστε να καταφέρουν να κερδίσουν τους ανθρώπους ως επισκέπτες τους, ενώ οι Medić και συνεργάτες (2015) συμπληρώνουν ότι στον ελεύθερο χρόνο θα πρέπει οι δραστηριότητες να παρέχουν μία αίσθηση ικανοποίησης, χαλάρωσης, κοινωνικοποίησης αλλά και εκπαίδευσης, που σύμφωνα με τους συγγραφείς είναι και ο κύριος λόγος μιας επίσκεψης σε κάποιο μουσείο. Οι Bloom και Mintz (1990) συμφωνούν και συμπληρώνουν ότι τα μουσεία πρέπει να μάθουν πώς να αξιολογούν τη δύναμη της μουσειακής εκπαίδευσης και ο τρόπος είναι σύμφωνα με τον Mayrand (2014) η σωστή χρήση της Μουσειολογίας. Επίσης, πολλές έρευνες (Bertacchini και Morando, 2013; Clough, 2013; Lisney et al., 2013; Proctor, 2010) αναφέρουν ότι το διαδίκτυο και το άνοιγμα των συλλογών των μουσείων σε αυτό, ίσως είναι ένας από τους καλύτερους τρόπους αν όχι ο καλύτερος στην εποχή μας για την ανεύρεση νέων εικονικών επισκεπτών με η χωρίς ιδιαιτερότητες που δεν θα είχαν ποτέ τη δυνατότητα δια ζώσης επίσκεψης βοηθώντας έτσι στην καλύτερη πραγμάτωση του έργου τους και δικαιολογώντας ίσως τον λόγο ύπαρξής τους στη σύγχρονη κοινωνία.

Η Συντήρηση<sup>63</sup> του εκάστοτε υλικού των μουσείων φαίνεται με τις απαντήσεις που έδωσαν οι υπεύθυνοι των μουσείων να είναι ένα από τα μεγάλα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Μία ακόμη δυσκολία που αναδεικνύεται είναι αυτή της αποθήκευσης<sup>64</sup> του υλικού. Πρέπει να υπάρχουν μεγάλοι και ευρύχωροι χώροι, ώστε το υλικό να μπορεί

---

<sup>60</sup> Δείτε το Γράφημα 54. Προβλήματα κτηριακών υποδομών, στο παράρτημα Γ.

<sup>61</sup> Δείτε το Γράφημα 55. Προβλήματα ανθρώπινου δυναμικού, στο παράρτημα Γ.

<sup>62</sup> Δείτε το Γράφημα 56. Έλλειψη επισκεπτών, στο παράρτημα Γ.

<sup>63</sup> Δείτε το Γράφημα 57. Προβλήματα συντήρησης υλικού, στο παράρτημα Γ.

<sup>64</sup> Δείτε το Γράφημα 58. Προβλήματα αποθήκευσης υλικού, στο παράρτημα Γ.

να αποθηκεύεται χωρίς να καταστρέφεται, διατηρώντας έτσι την αυθεντικότητά του και την κληρονομική του αξία ως πολιτιστικό αγαθό. Η αυθεντικότητα άλλωστε είναι αυτή που έχει σημασία και αξία, καθώς μπορεί να βοηθήσει σε στρατηγικές συμπαραγωγής, διαχείρισης, παρακίνησης και καθοδήγησης των επισκεπτών όπως απέδειξαν και οι Thyne και Hede (2016).

Οι υπεύθυνοι των μουσείων θεωρούν πώς το προσωπικό τους χρειάζεται περισσότερη εκπαίδευση<sup>65</sup>. Μία συνεχής δια βίου εκπαίδευση (θα προτείναμε εμείς) ώστε το προσωπικό να μπορεί να έχει τις απαραίτητες γνώσεις για να ανταπεξέλθει στις προκλήσεις, στον συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο των μουσείων.

Μοιρασμένες οι απαντήσεις που λάβαμε με τους υπεύθυνους των μισών μουσείων να θεωρούν πως δεν έχουν έλλειψη εκπαιδευτικών προγραμμάτων<sup>66</sup> στον χώρο τους, ενώ των άλλων μισών πως έχουν. Και στην ερώτηση, αν δηλαδή τα μουσεία αντιμετωπίζουν έλλειψη διαφήμισης<sup>67</sup>, τα αποτελέσματα είναι μοιρασμένα, διαπιστώνοντας ότι τα μισά μουσεία της έρευνας έχουν πρόβλημα διαφήμισης.

Οι υπεύθυνοι που απάντησαν στην έρευνα μας θεωρούν πώς δεν υπάρχουν ιδιαίτερα θέματα στις συνεργασίες<sup>68</sup> μεταξύ των μουσείων. Μέσα στην παγκοσμιοποιημένη κοινωνία μικροί οργανισμοί αλλά και φορείς δεν είναι εύκολο να επιβιώσουν χωρίς συνεργασίες. Με τη δημιουργία πολιτιστικών δικτύων (δίκτυο μουσείων, δίκτυο πολιτιστικών συλλόγων) γίνεται πιο ομαλή η επιβίωση των αυτόνομων φορέων και οργανισμών, διατηρώντας μάλιστα την τοπική τους ταυτότητα και τις όποιες ιδιαιτερότητες τους. Περεταίρω, η Reilly (2015) αναφέρει ότι καλύτερες και μεγαλύτερες «συνεργασίες» με ιστορικούς του αθλητισμού και άλλους ακαδημαϊκούς που χρήζουν αναγνώρισης για το έργο και την προσφορά τους, θα αύξανε όχι μόνο τη γνώση και την κατανόηση της ιστορίας του αθλητισμού, αλλά και τον ρόλο, την αξία και τον αντίκτυπο του στην κοινωνία ενώ θα οδηγούσε παράλληλα και σε αύξηση των ποσοστών πρόσβασης, σε καλύτερη χρηματοδότηση και άρα και βιωσιμότητα των μουσείων μακροπρόθεσμα.

Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 15): «Ποιες οι αδυναμίες ή τα δυνατά σημεία της λειτουργίας ενός Ελληνικού Αθλητικού Ολυμπιακού Μουσείου σε σχέση με αντίστοιχους χώρους του εξωτερικού;», οι υπεύθυνοι απάντησαν για τις

---

<sup>65</sup> Δείτε το Γράφημα 59. Προβλήματα εκπαίδευσης προσωπικού, στο παράρτημα Γ.

<sup>66</sup> Δείτε το Γράφημα 60. Προβλήματα έλλειψης εκπαιδευτικών προγραμμάτων, στο παράρτημα Γ.

<sup>67</sup> Δείτε το Γράφημα 61. Προβλήματα διαφήμισης, στο παράρτημα Γ.

<sup>68</sup> Δείτε το Γράφημα 62. Προβλήματα συνεργασίας με άλλα μουσεία, στο παράρτημα Γ.

αδυναμίες, δίνοντας έμφαση στην έλλειψη κρατικής οικονομικής υποστήριξης και εν γένει ενδιαφέροντος για τα μουσεία από το ελληνικό κοινό, έλλειψη επαρκούς νομοθετικού πλαισίου με αποτέλεσμα να υφίστανται «Μουσεία» και Μη πιστοποιημένοι φορείς (Hall of Fames, Ιδιωτικές Συλλογές, κ.α.) άνευ άδειας λειτουργίας ως Μουσεία (Αναγνώριση από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, Μέλη του Μητρώου Πολιτιστικών Φορέων του Υπουργείου Πολιτισμού) ή έγκρισης εκπαιδευτικής καταλληλότητας (Έγκριση από το Υπουργείο Παιδείας). Αποτέλεσμα, ερασιτεχνικές πρωτοβουλίες, άνευ πιστοποίησης να αυτό-αποκαλούνται «Μουσεία» και να παρέχουν «εκπαιδευτικό» έργο από μη πιστοποιημένους ειδικούς επιστήμονες. Ως δυνατά σημεία, αναφέρθηκαν, Ολυμπιακό Μουσείο στη χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες με τόση σπουδαία και πολύτιμη ιστορία.

Στα ευρήματα της παρούσης οι κανονισμοί<sup>69</sup> της ICOM / ACOM και ο κώδικας δεοντολογίας που έχει θεσπιστεί, θεωρούνται πολύ σημαντικοί σύμφωνα με τους υπεύθυνους που απάντησαν. Δεν είναι τυχαίο φυσικά το γεγονός ότι αυτά τα στοιχεία αποτελούν και κάποια από τα κριτήρια εισόδου ενός μουσείου στο παγκόσμιο Δίκτυο Ολυμπιακών Μουσείων.

Είναι ξεκάθαρο από τις απαντήσεις, πως στη χώρα μας υπάρχει έλλειψη<sup>70</sup> από μουσεία που έχουν ως βασικό τους θέμα τους Ολυμπιακούς αγώνες και ότι αυτοί αντιπροσωπεύουν. Ίσως την κατάσταση αυτή την εξομαλύνει λίγο, η ίδρυση και η λειτουργία του νέου Ολυμπιακού Μουσείου της Αθήνας (τα ερωτηματολόγια δόθηκαν και απαντήθηκαν, πριν το άνοιγμα του), που μαζί με το πρότυπο Ολυμπιακό Μουσείο στη Θεσσαλονίκη, καλούνται να υπηρετήσουν την Αθλητική κληρονομιά της χώρας. Σίγουρα στην χώρα που γέννησε τους Ολυμπιακούς αγώνες, θα έπρεπε εδώ και χρόνια να υπάρχουν περισσότερα επίσημα Ολυμπιακά Μουσεία και ίσως θα έπρεπε το μεγαλύτερο σε αίγλη και ισχυρότερο λόγω ιστορίας, να βρίσκεται στο χώρο τέλεσης των αρχαίων Ολυμπιακών Αγώνων στην αρχαία Ολυμπία.

Ομόφωνα οι υπεύθυνοι των μουσείων που συμμετείχαν, θεωρούν πως υπάρχει έλλειψη εθνικού προγραμματισμού<sup>71</sup>, που θέτει εμπόδια στην ανάπτυξη του πολιτισμού

---

<sup>69</sup> Δείτε το Γράφημα 63. Σημαντικότητα κανονισμών ICOM/ACOM και κώδικα δεοντολογίας Μουσείων, στο παράρτημα Γ.

<sup>70</sup> Δείτε το Γράφημα 64. Ύπαρξη έλλειψης Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων στην Ελλάδα, στο παράρτημα Γ

<sup>71</sup> Δείτε το Γράφημα 65. Ύπαρξη έλλειψης εθνικού προγραμματισμού για την ανάπτυξη του πολιτισμού και της πολιτιστικής διαχείρισης στην Ελλάδα, στο παράρτημα Γ.

και στην πολιτισμική διαχείριση στην Ελλάδα. Αυτή η διαπίστωση είναι ένα γεγονός που πρέπει όλους να μας προβληματίσει.

## VI. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο βαθμός επισκεψιμότητας στα Ολυμπιακά μουσεία χρήζει βελτίωσης. Μια επίσκεψη σε έναν μουσειακό χώρο, μπορεί να αποτελέσει ένα κίνητρο διερεύνησης προσωπικών ενδιαφερόντων, καθώς και μακροπρόθεσμα μία συνειδητή επιλογή και ανάγκη ως στάση ζωής.

Η μουσειακή κουλτούρα επίσης χρήζει βελτίωσης, γιατί το ζήτημα δεν είναι μόνο τι μπορούν τα σύγχρονα μουσεία να προσφέρουν στο κοινό αλλά και αυτό που προσφέρεται εν τέλει να επιζητείται από τους επισκέπτες και να είναι επιθυμητό. Πρέπει δηλαδή να προετοιμάζονται, για παράδειγμα μέσα από την Ολυμπιακή Παιδεία<sup>72</sup> στο σχολείο ή αντίστοιχα προγράμματα, οι αυριανοί επισκέπτες αυτών των χώρων. Να καλλιεργηθεί με άλλα λόγια η μουσειακή κουλτούρα. Η ενίσχυση των πολιτιστικών ανταλλαγών και η διαφήμιση θα μπορούσαν να είναι μία λύση, που θα τονώσει την κινητικότητα αλλά και το ενδιαφέρον του κοινού.

Η τεχνολογία επιζητά την αξία και τον ρόλο της στη μουσειολογία γενικότερα. Φαίνεται λοιπόν πως η ψηφιοποίηση των συλλογών είναι απαραίτητη και όχι απλώς μια επιλογή, καθώς ένα μουσείο οφείλει να έχει ανοιχτούς τους ορίζοντές του και να συμβαδίζει με την εποχή του, αναπτύσσοντας στρατηγικές επικοινωνίας, προσέλκυσης και προώθησης. Η πρόσφατη εμπειρία μας στα 2 χρόνια της πανδημίας (Covid-19) άλλαξε τις προτεραιότητες και τον τρόπο που χώροι σαν τους συγκεκριμένους θα πρέπει να λειτουργούν. Η ψηφιακή παρουσία τους είναι μια αναγκαιότητα στον σύγχρονο τρόπο ζωής και ψυχαγωγίας. Από την άλλη, δεν μπορεί να αντικατασταθεί η φυσική παρουσία καθώς έτσι θα χαθεί ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των μουσείων που είναι η βιωματική εμπειρία (της άμεσης επαφής με τα εκθέματα) αλλά θα μπορούσε να υποκατασταθεί σε περιόδους όπως οι σημερινές (περιορισμοί στις μετακινήσεις) και σε έκτακτες καταστάσεις ή να λειτουργούν παράλληλα και συμπληρωματικά. Εμπόδια για την ψηφιακή αναβάθμιση των μουσείων αποτελούν η έλλειψη πόρων και η ελλιπής εκπαίδευση του προσωπικού.

---

<sup>72</sup> Το θεμέλιο λίθο της Ολυμπιακής παιδείας, αποτελούν οι Ολυμπιακές αξίες πάνω στις οποίες βασίστηκε και η πνευματική διάσταση των αναβιωμένων Ολυμπιακών αγώνων, η οποία τονίστηκε εξ αρχής από τον ίδιο τον Pierre de Coubertin. Η συμβολή αυτών των αξιών στην εκπαίδευση και την κοινωνία κρίνεται θεμελιώδης και απαραίτητη τόσο από τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή, τη Διεθνή Ολυμπιακή Ακαδημία όσο και τους διεθνείς φορείς Ολυμπιακής Παιδείας σε όλο τον κόσμο (βλέπε επίσημη σελίδα Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας).

Η ειδική αγωγή και αντίστοιχα θέματα χρήζουν βελτίωσης για να ανοίξουν νέες δυνατότητες στους αντίστοιχους χώρους και να δοθούν ίσα δικαιώματα σε όλους τους πολίτες-επισκέπτες.

Πολλά τα προβλήματα, μα το σημαντικότερο η μη επαρκής χρηματοδότηση και ο ανορθόδοξος και μη οργανωμένος κεντρικός/κρατικός σχεδιασμός. Έτσι αναπόφευκτα, η οικονομική επιβίωση των μουσείων στηρίζεται σε δωρεές, σε χορηγίες ή σε κρατικές επιχορηγήσεις (όπου αυτό είναι εφικτό) και φυσικά στο εισιτήριο εισόδου (όπου υπάρχει γιατί αρκετά Ολυμπιακά μουσεία παρέχουν δωρεάν είσοδο) όπου ο αριθμός τους συνήθως αντανakλά τη δυνατότητα προσέλκυσης ή όχι του κοινού.

Ο πολιτιστικός και εκπαιδευτικός ρόλος των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων όπως μας απασχόλησε σίγουρα μπορεί να προσφέρει εκπαίδευση και γνώσεις μέσα από ξεχωριστές εμπειρίες εξερεύνησης ενισχύοντας την αθλητική, την κοινωνική και την ηθική αγωγή των νέων, που στις μέρες μας φαίνεται πως έχει ατονήσει. Τα μουσεία εκτός από θεματοφύλακες των εκθεμάτων τους αποτελούν και χώρους χαλάρωσης και ψυχαγωγίας που όχι μόνο συντηρούν τη μνήμη της αθλητικής (Ολυμπιακής στην περίπτωση μας) ιστορίας και κληρονομιάς αλλά και τα υλικά που τη συνοδεύουν, προστατεύοντάς τα στο πέρασμα των χρόνων. Μπορούν όμως να πάνε και ένα βήμα ακόμη πιο πέρα από τον κλασικό αυτό ρόλο τους προωθώντας την έρευνα αλλά και αναβαθμίζοντας τον τουρισμό, την τοπική οικονομία της πόλης, του νομού αλλά και ολόκληρης της χώρας που ανήκουν, εφόσον αφουγκράζονται τους σύγχρονους ρυθμούς της κοινωνίας. Εν κατακλείδι, κάθε μουσείο θα έπρεπε να αποτελεί έναν χώρο ανακάλυψης, έρευνας και ανταλλαγής ιδεών όπου οι επισκέπτες θα εμπεδώνουν βιωματικά και διαδραστικά τις γνώσεις τους, θα αναπτύσσουν τη φαντασία τους και τη δημιουργικότητά τους παράλληλα με την κριτική τους σκέψη, την ευαισθησία τους απέναντι στο ωραίο, στην τέχνη, στον αθλητισμό και στον πολιτισμό γενικότερα.

Εντύπωση μας προκάλεσε το γεγονός πως ο χώρος που γέννησε τους Ολυμπιακούς Αγώνες δεν αντιπροσωπεύεται στο Δίκτυο Ολυμπιακών μουσείων. Θα έπρεπε η παγκόσμια αυτή κοιτίδα, η Ολυμπία, όπου κάθε τέσσερα χρόνια προσδίδει το φως της στους συγκεκριμένους αγώνες να έχει ένα από τα σημαντικότερα αν όχι το καλύτερο μουσείο που την αφορά άλλωστε άμεσα λόγω Ιστορίας και Κληρονομιάς.

Προσδοκούσαμε σε περισσότερες συμμετοχές, σε περισσότερες απαντήσεις. Η περίοδος της συγγραφής της παρούσας εργασίας ήταν σίγουρα δύσκολη και ιδιαίτερη (όπως τονίστηκε αρκετές φορές) ... θα έπρεπε όμως όλα τα μουσεία να κάνουν μεγαλύτερη προσπάθεια να απαντήσουν σε μια έρευνα που τα αφορούσε άμεσα. Το

“θέμα” μας ήταν τα ίδια άλλωστε και μόνο έτσι, δίνοντας τη βοήθεια τους μέσω των απαντήσεων τους, θα μπορούσαν ίσως και να αυτοβελτιωθούν μέσα από τις προτάσεις μας.

### **Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες**

Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να ερευνήσουν και θέματα όπως συνεργασίες των Ολυμπιακών μουσείων με Ολυμπιονίκες ή ακαδημαϊκούς και ανθρώπους της επιστήμης και του αθλητισμού και τα οφέλη αυτών των συνεργασιών όχι μόνο στα λειτουργικά ζητήματα των μουσείων αλλά και στον αντίκτυπο αυτών στη σύγχρονη κοινωνία γενικότερα. Επίσης θα παρουσίαζε ενδιαφέρον μια ενδελεχής μελέτη εφαρμογής του ερωτηματολογίου και των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας με οικονομικό προγραμματισμό, μελέτες κόστους-οφέλους των εκάστοτε δράσεων και πρακτικής εφαρμογής των όσων προτείνονται. Ίσως μια δια ζώσης έρευνα από ομάδα ερευνητών σε όλο τον κόσμο για τη λήψη περισσότερων απαντήσεων από τα μέλη του Δικτύου Ολυμπιακών Μουσείων και τη συγκριτική τους ανάλυση θα μπορούσε να προσδώσει στη συγκεκριμένη έρευνα χαρακτήρα διατριβής. Μια αρκετά μεγαλύτερη σε απαιτήσεις και όγκο έρευνα θα μπορούσε να είναι και η μελέτη ίδρυσης ενός Ολυμπιακού Μουσείου από την αρχή. Δηλαδή από τη γέννηση της ιδέας μέχρι και την εφαρμογή της. Ουσιαστικά μιλάμε για πάρα πολλά στάδια και μεταβλητές που θα πρέπει να αναλυθούν, τόσο πρακτικής φύσεως όσο και στρατηγικής-οργανωτικής, στόχευσης κοινού, μελέτες περιπτώσεων, στησίματος εκθεμάτων, εκπαίδευσης προσωπικού, αρχιτεκτονικού σχεδιασμού, συνεργασιών με κρατικούς ή και ιδιωτικούς φορείς.

Συμπερασματικά, για όλους εμάς που ασχολούμαστε με την εκπαίδευση και τον αθλητισμό αλλά και για τη σύγχρονη κοινωνία, η Ολυμπιακή παιδεία θα μπορούσε να είναι η δύναμή μας και ο τρόπος για ένα καλύτερο μέλλον. Τα Ολυμπιακά μουσεία, εφόσον τα σχολεία δεν μπορούν να επιφορτιστούν και με αυτό τον ρόλο, θα μπορούσαν να την επαναφέρουν στο προσκήνιο και να την εφαρμόσουν μέσα από καλά στοχευμένες δράσεις και προγράμματα τόσο για μαθητές όσο και για ενήλικες.



## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Adair, D. (2004). Where the games never cease: The Olympic Museum in Lausanne, Switzerland. In B. W. Ritchie & D. Adair, (Eds.). *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues* (pp. 46-76). Channel View Publications.
- Ainscow, M. (2007). From special education to effective schools for all: a review of progress so far. In L. Florian (Ed.), *The SAGE handbook of special education*, (pp. 146-159). Sage.
- Ambrose, T., & Paine, C. (2006). *Museum basics: the international handbook*. Routledge.
- Antinucci, F. (2007). The virtual museum. In P. Moscati (ed.), *Virtual Museums and Archaeology*, (pp. 79-86). CNR - Istituto di Scienze del Patrimonio Culturale
- Antunes, M. D. A. (2017). From tourism to museums, with passage through culture. *Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)*, 7(3), 268-280.
- Argyropoulos, V. S., & Kanari, C. (2015). Re-imagining the museum through “touch”: Reflections of individuals with visual disability on their experience of museum-visiting in Greece. *Alter*, 9(2), 130-143.
- Argyropoulos, V., & Kanari, C. (2019). The role of non-formal learning environments in education and socialization of children with visual disability: the case of museums. In S., Halder & V. Argyropoulos (Eds.), *Inclusion, equity and access for individuals with disabilities* (pp. 125-151). Palgrave Macmillan, Singapore.
- Arikan, N., & Güven, Ö. (2017). Structure, functioning and problems of nice national sport museum of France. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 3(11), 124-137.
- Ásványi, K., Fehér, Z., & Jászberényi, M. (2021). The family-friendly museum: Museums through the eyes of families. *Muzeologia a kulturne dedicstvo-museology and cultural heritage*, 9(1), 21-40.
- Βαφειάδου, Ε. Ξ. (2016). Τα μουσεία στη ψηφιακή εποχή: Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας στη μουσειακή μάθηση. Πανελλήνιο Συνέδριο Επιστημών Εκπαίδευσης, 2015(1), 249-258. DOI: <http://dx.doi.org/10.12681/edusc.164>
- Bertacchini, E., & Morando, F. (2013). The future of museums in the digital age: New models for access to and use of digital collections. *International Journal of Arts Management*, 15(2), 60-72.
- Bianchi, C. (2002). Memoria Olympica. *Relations internationales*, 111, 311-326.

- Blake, J. (2000). On defining the cultural heritage. *International & Comparative Law Quarterly*, 49(1), 61-85.
- Blauwet, C., & Willick, S. E. (2012). The Paralympic Movement: Using sports to promote health, disability rights, and social integration for athletes with disabilities. *PM&R*, 4 (11), 851-856.
- Bloom, J. N., & Mintz, A. (1990). Museums and the future of education. *Journal of Museum Education*, 15(3), 12-15.
- Bønnelycke, J., Grabowski, D., Christensen, J. H., Bentsen, P., & Jespersen, A. P. (2021). Health, fun and ont norms: museums promoting health and physical activity. *Museum Management and Curatorship*, 36(3), 286-302.
- Braden, C. (2016). Welcoming All Visitors: Museums, Accessibility, and Visitors with Disabilities. *Ann Arbor*, 1001, MI 48109-1354. <http://ummsp.rackham.umich.edu/wp-content/uploads/2016/10/Braden-working-paper-FINAL-pdf.pdf>
- Bygren, L. O., Johansson, S. E., Konlaan, B. B., Grjibovski, A. M., Wilkinson, A. V., & Sjöström, M. (2009). Attending cultural events and cancer mortality: A Swedish cohort study. *Arts & Health*, 1(1), 64-73.
- Costa, L. F., (2018). The scientific status of Museology and its relationship with Tourism through the visitors studies of museum. *Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)*, 8(4), 69-95.
- Chatterjee, H. J., & Camic, P. M. (2015). The health and well-being potential of museums and art galleries. *Arts & Health*, 7(3), 183-186.
- Cho, H., & Jolley, A. (2016). Museum education for children with disabilities: Development of the nature senses traveling trunk, *Journal of Museum Education*, 41(3), 220-229,
- Clough, G. W. (2013). *Best of both worlds: museums, libraries, and archives in the digital age*. Washington, DC: Smithsonian Institution.
- Δασκαλάκης, Δ., Ι., Κακάμπουρα, Ρ., Κασσαβέτη, Ο., Ε., Μπουγιούκος, Γ., & Φασούλης, Β. (2019). «Σύγχρονες τάσεις στην παραγωγή Πολιτιστικού Προϊόντος για Παιδιά και Νέους, στην Ελλάδα την περίοδο της κρίσης». Ερευνητική έκθεση για λογαριασμό του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού. ΕΚΠΑ: [http://www.primedu.uoa.gr/fileadmin/primedu.uoa.gr/uploads/Egrastiria/Ergastiri\\_o\\_koinonikon\\_episthmon/EREYNITIKI\\_EKTHESI\\_POLITISMOS\\_PAIDIA\\_NE\\_OI.pdf](http://www.primedu.uoa.gr/fileadmin/primedu.uoa.gr/uploads/Egrastiria/Ergastiri_o_koinonikon_episthmon/EREYNITIKI_EKTHESI_POLITISMOS_PAIDIA_NE_OI.pdf)

- Deng, L. (2015). Inclusive museum and its impact on learning of special needs children. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52 (1), 1-4.
- Dodd, J., & Jones, C. (2014). *Mind, body, spirit: How museums impact health and wellbeing*. University of Leicester.
- Evans, J., Bridson, K., & Rentschler, R., (2012). Drivers, impediments and manifestations of brand orientation, *European Journal of Marketing*, 46 (11/12), 1457-1475.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2018). *Learning from museums*. Rowman & Littlefield.
- Fedotova, O., Zhurakovskij, V., Ermakov, P., Cherkashin, I., & Cherkashina, E. (2021). Virtual museum in the system of informal education (based on sports materials). In *E3S Web of Conferences* (Vol. 273, p. 12072). EDP Sciences.
- Ferrari, S., & Gilli, M. (2015). From the museums of objects to the virtual museums: An opportunity for local tourism development<sup>1</sup>. In H. Edo (Ed.), *New Business Opportunities in the Growing E-Tourism Industry* (pp. 255-272). IGI Global.
- Florian, L. (2008). INCLUSION: Special or inclusive education: future trends. *British Journal of Special Education*, 35 (4), 202-208.
- Gainon-Court, M. A., & Vuillaume, D. (2016). Can museums keep up with a changing world? Skills management as a practical response. *Museum International*, 68(1-2), 81-96.
- Gallagher, D. J., Connor, D. J., & Ferri, B. A. (2014). Beyond the far too incessant schism: Special education and the social model of disability. *International Journal of Inclusive Education*, 18(11), 1120-1142.
- Gammon, S. (2013). Introduction: Sport, Heritage and the English. An Opportunity Missed?. In S. Gammon & G. Ramshaw (Eds.), *Heritage, sport and tourism*, (pp. 11-18). Routledge.
- Gammon, S. J., (2014). Heroes as heritage: the commoditization of sporting achievement, *Journal of Heritage Tourism*, 9(3), 246-256.
- Garcia, B., (2008). One hundred years of cultural programming within the Olympic Games (1912–2012): origins, evolution and projections, *International Journal of Cultural Policy*, 14(4), 361-376.
- Georgiadis, K. (2010). The implementation of Olympic education programs at world level. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(5), 6711-6718.

- Geronikolakis, E., Tsioumas, M., Bertrand, S., Loupas, A., Zikas P., & Papagiannakis, G., (2018, October). *New cross/augmented reality experiences for the virtual museums of the future*. In Euro-Mediterranean Conference, 518-527. Springer.
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (2019). Transforming Education for Museum Professionals in the Digital Age. In T. Giannini, & J. P Bowen (Eds), *Museums and Digital Culture*, (pp. 457-480). Springer.
- Gioftsali, K. (2005). *Families visiting museums as communities of learners; a case study*. University of Leicester (United Kingdom).
- Given, L. M., & McTavish, L. (2010). What's old is new again: The reconvergence of libraries, archives, and museums in the digital age. *The Library Quarterly*, 80(1), 7-32.
- González-García, R. J., Añó-Sanz, V., Parra-Camacho, D., & Calabuig-Moreno, F. (2018). Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(1), 149-156.
- Graham, H., (2013). Museums and how to know about access. *New Formations* 79, 64-82
- Hemels, S. (2017). Tax incentives for museums and cultural heritage. In S. Hemels (Ed.), *Tax incentives for the creative industries* (pp. 107-135). Springer, Singapore.
- Hinch, T., & Ramshaw, G. (2014). Heritage sport tourism in Canada. *Tourism Geographies*, 16(2), 237-251.
- Höge, H. (2016). Visiting Museums: Some do and some do not. In S Mastandrea, & F Maricchiolo (Eds.), *The role of the museum in the education of young adults. Motivation, emotion and learning* (pp. 95-119) Roma: Roma Tre Press.
- Howes, D., (2014). Introduction to sensory museology. *The Senses and Society, Sensory Museology*, 9(3), 259-267.
- Hsieh, Y. C., & Chen, T. H. (2019, May). Digital Archive Use in Physical Education and Sports Culture. In *Archiving Conference* (Vol. 2019, No. 1, pp. 120-124). Society for Imaging Science and Technology.
- Ησίοδος, (2006). *Θεογονία. Η γένεσις των θεών και του κόσμου*. Εκδοτική Θεσσαλονίκης.
- Ioannidi, V., & Samara, E. (2019). Building on the museum experience and alternative ways of learning for all-experiential artistic creations of school-age children. *European Journal of Alternative Education Studies*, 4(1), 82-92.

- Johnes, M. (2015). Archives and historians of sport. *The International Journal of the History of Sport*, 32(15), 1784-1798.
- Kinsley, R. P. (2016). Inclusion in museums: a matter of social justice. *Museum Management and Curatorship*, 31(5), 474-490.
- Klingner, J., Artiles, A. J., Kozleski, E., Harry, B., Zion, S., Tate, W., & Riley, D. (2005). Addressing the disproportionate representation of culturally and linguistically diverse students in special education through culturally responsive educational systems. *Education Policy Analysis Archives/Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 13, 1-40.
- Kohe, G. Z., (2010). Civic representations of sport history: The New Zealand Sports Hall of Fame. *Sport in Society*, 13(10), 1498-1515.
- Konlaan, B. B., Bygren, L. O., & Johansson, S. E. (2000). Visiting the cinema, concerts, museums or art exhibitions as determinant of survival: a Swedish fourteen-year cohort follow-up. *Scandinavian Journal of Public Health*, 28(3), 174-178.
- Kotler, N., & Kotler, P. (2000). Can museums be all things to all people? Missions, goals, and marketing's role. *Museum Management and Curatorship*, 18(3), 271-287.
- Kreps, C. F., (2008). Appropriate museology in theory and practice, *Museum Management and Curatorship*, 23(1), 23-41.
- Kurtzman, J. (2005a). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15-20.
- Kurtzman, J. (2005b). Economic impact: sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71.
- Latham, K. F., & Simmons, J. E., (2019). Whither Museum Studies? *Journal of Education for Library and Information Science*, 60(2), 102-117.
- Le Goff, J. (1998). *Ιστορία και μνήμη, μτφ: Γιάννης Κουμπούρλης*, Εκδόσεις Νεφέλη.
- Legg, D., & Steadward, R. (2011). The Paralympic Games and 60 years of change (1948–2008): unification and restructuring from a disability and medical model to sport-based competition. *Sport in Society*, 14 (9), 1099-1115.
- Lenzerini, F. (2011). Intangible cultural heritage: The living culture of peoples. *European Journal of International Law*, 22(1), 101-120.
- Lisney, E., Bowen, J. P., Hearn, K., & Zedda, M. (2013). Museums and technology: Being inclusive helps accessibility for all. *Curator: The Museum Journal*, 56(3), 353-361.
- Llamazares de Prado, J. E., & Arias Gago, A. R. (2021). Emotional pedagogy in blind students at school and museum from the systematic review. *Education and Urban Society* (in press). <https://doi.org/10.1177/00131245211051692>

- Lund, R., & Greyser, S. A. (2015). *Corporate sponsorship in culture: A case of partnership in relationship building and collaborative marketing by a global financial institution and a major art Museum*. Harvard Business School. Working Paper 16-041, 1-34.
- Magalhães, M., Horta, P., Valente, L., & Costa, J. (2017). Sports museums as part of the touristic and cultural itineraries: The case of FC Porto and the Dragão stadium. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9, 669-674.
- Μακρής, Α. (2013). *Σχεδιασμός, Οργάνωση και υλοποίηση Προγραμμάτων Ολυμπιακής Παιδείας. Η εκπαιδευτική διάσταση του προγράμματος Ολυμπιακής Παιδείας των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004*. (Doctoral dissertation). Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου. Σχολή Ανθρώπινης Κίνησης και Ποιότητας Ζωής. Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού).
- Makris, A., Georgiadis, K., & Mountakis, K. (2016). The teaching approach of Olympic education programmes. *Inquiries in Sport & Physical Education*, 14(3), 11-28.
- Μακρής, Α., Γεωργιάδης, Κ., & Μουντάκης, Κ. (2017). Η Παιδαγωγική αξία της Ολυμπιακής Παιδείας. *Υσπληγξ: Επιστημονικό Περιοδικό Φυσικής Αγωγής*, 4(1). <https://www.penelfa.gr/ojs/index.php/ysplix/article/view/3>
- Malchrowicz-Mosko, E. (2017). Olympic tourism and Olympic legacy from a socio-cultural perspective. *Olimpianos-Journal of Olympic Studies*, 1(2), 105-127.
- Marty, P. F. (2009). An introduction to digital convergence: libraries, archives, and museums in the information age. *Museum Management and Curatorship*, 24(4), 295-298.
- Marcum, D. (2014). Archives, libraries, museums: Coming back together? *Information & Culture*, 49(1), 74-89.
- Massoumeh, Z., & Leila, J. (2012). An investigation of medical model and special education methods. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46, 5802-5804.
- Mayrand, P., (2014). The new museology proclaimed. *Museum International*, 66(1-4), 115-118.
- McCall, V., & Gray, C., (2014). Museums and the ‘new museology’: Theory, practice and organisational change. *Museum Management and Curatorship*, 29(1), 19-35.
- Medić, S., Pivac, T., Ivkov-Džigurski, A., Košić, K., & Pavlović, N. (2015). Leisure time and museums-motives of visits. *Journal of the Geographical Institute “Jovan Cvijić” SASA*, 65(3), 391-406.

- Moore, K. (2008). Sports heritage and the re-imaged city: the National Football Museum, Preston. *International Journal of Cultural Policy*, 14(4), 445-461.
- Mokras-Grabowska, J. (2016). Sports tourism: terminological discussion. *Turyzm*, 26(1), 13-18.
- Newman, A., McLean, F., & Urquhart, G. (2005). Museums and the active citizen: Tackling the problems of social exclusion. *Citizenship Studies*, 9(1), 41-57.
- Nuzzaci, A. (2012). Experimentalism in the field of museum education: an empirical research on the school-museum relationship. *Education*, (Special issue), 31-42.
- Ουδατζή, Κ. (2018). Ο ρόλος των Ολυμπιακών Μουσείων στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού: Περίπτωση Μελέτης: Ολυμπιακό Μουσείο στη Θεσσαλονίκη. Ανακτήθηκε από: <https://apothesis.eap.gr/handle/repo/38723>
- Παπαναστασίου, Κ., & Παπαναστασίου, Ε., (2016). *Η Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας* (Γ έκδοση). Λευκωσία.
- Paragiannakis, G., Partarakis, N., Stephanidis, C., Vassiliadi, M., Huebner, N., Grammalidis, N., & Margetis, G. (2018). Mixed reality gamified presence and storytelling for virtual museums (No. IKEEBOOKCH-2019-233). Springer.
- Phillips, M. G. (Ed.). (2012). *Representing the sporting past in museums and halls of fame* New York, NY: Routledge.
- Pinson, J. (2016). From the Olympic dream to a down to earth approach: Lausanne's sports events hosting strategy. *Sport in Society*, 19(6), 828-839.
- Pinson, J. (2017). Heritage sporting events: Theoretical development and configurations. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 133-152.
- Poria, Y., Reichel, A., & Brandt, Y. (2009). People with disabilities visit art museums: an exploratory study of obstacles and difficulties. *Journal of Heritage Tourism*, 4(2), 117-129.
- Poria, Y., Beal, J., & Reichel, A., (2019). "The only place where people don't judge other people's body": Obese people's museum experience. *Tourism Management Perspectives*, 31, 159-164.
- Preece, D., Trajkova-Krstikj, D., Troshanska, J., & Shikaleska, A. (2019, September). *Open Museums: Improving inclusion, education, social justice and accessibility in museums*. In Autism Europe 12th International Congress.
- Proctor, N. (2010). Digital: Museum as platform, curator as champion, in the age of social media. *Curator: The Museum Journal*, 53(1), 35-43.

- Ramshaw, G. (2010). Living heritage and the sports museum: Athletes, legacy and the Olympic hall of fame and museum, Canada Olympic Park. *Journal of Sport & Tourism, 15*(1), 45-70.
- Ramshaw, G., (2011). 'The Construction of Sport Heritage Attractions', *Journal of Tourism Consumption and Practice, 3*(1), 1-25
- Ramshaw, G., (2014). Sport, heritage, and tourism, *Journal of Heritage Tourism, 9*(3), 191-196.
- Ramshaw, G. (2017). Sport heritage and the healthy stadia agenda: an overview. *Sport in Society, 20*(2), 219-225.
- Ramshaw G., Gammon S. (2015). Heritage and sport. In E. Waterton & S. Watson (Eds) *The Palgrave Handbook of contemporary heritage research* (pp. 248-260). Palgrave Macmillan, London
- Ramshaw, G., & Gammon, S. J. (2017). Towards a critical sport heritage: Implications for sport tourism. *Journal of Sport & Tourism, 21*(2), 115-131.
- Redmond, G. (1973). A plethora of shrines: Sport in the museum and hall of fame. *Quest, 19*(1), 41-48.
- Reilly, J. (2015). The development of sport in museums. *The International Journal of the History of Sport, 32*(15), 1778-1783.
- Renel, W. (2019). Accessibility: Increasing Social Equity Through the Inclusive Design of Sound in Museums and Heritage Sites. *Curator: The Museum Journal 62*(3), 377-402.
- Rentschler, R. (2007). Museum marketing: Understanding different types of audiences. In F. Kerrigan, P. Fraser, & M. Ozbilgin (Eds.), *Arts marketing* (pp. 149-168). Routledge.
- Ritchie, B. W., & Adair, D. (Eds.). (2004). *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (Vol. 14). Channel View Publications.
- Ross, M., (2004). Interpreting the new museology. *Museum and Society, 2* (2), 84-103.
- Ruiz, B., Pajares, JL., Utray, F., & Moreno, L. (2011). Design for All in multimedia guides for museums. *Computers in Human Behavior, 27*(4), 1408-1415.
- Shehade, M., & Stylianou-Lambert, T. (2020). Virtual reality in museums: Exploring the experiences of museum professionals. *Applied Sciences, 10*(11), 4031. <https://doi.org/10.3390/app10114031>
- Shepherd, H. (2009). Focus on practice: Inclusion and museums: developing inclusive practice. *British Journal of Special Education, 36*(3), 140-146.



- Στασινός, Δ. Π. (2016). *Η ειδική εκπαίδευση 2020 plus: για μια συμπεριληπτική ή ολική εκπαίδευση στο νέο ψηφιακό σχολείο με ψηφιακούς πρωταθλητές*. Αθήνα: Παπαζήσης.
- Sylaiou, S., Liarokapis, F., Kotsakis, K., & Patias, P., (2009). Virtual museums, a survey and some issues for consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10(4), 520-528.
- Trunfio, M., & Campana, S. (2020). A visitors' experience model for mixed reality in the museum. *Current Issues in Tourism*, 23(9), 1053-1058.
- Τζαχρίστα, Β. (2013). *Ολυμπισμός και ολυμπιακή παιδεία μέσα από την Διεθνή Ολυμπιακή Ακαδημία και το πρόγραμμα ολυμπιακής παιδείας Αθήνα 2004* (Doctoral dissertation), Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου. Σχολή Κοινωνικών Επιστημών. Τμήμα Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής).
- Τζαχρίστα, Β. (2018). *Ολυμπιακοί αγώνες και τέχνη. Άθληση και Κοινωνία*, 1. Ανακτήθηκε από: <http://ojs.staff.duth.gr/ojs/index.php/ExSoc/article/view/359>
- Travlos, A. K. (2015). Sport and moral education: Is Kalokagathia a value today? In *54th International session for young participants – Olympic Values: Respect for diversity* (pp. 131-139). International Olympic Academy.
- Τραυλός, Α. Κ. (2016). Ο ρόλος του εκπαιδευτικού στη «διαφορετικότητα» στο σημερινό σχολείο: Προβληματισμοί και επισημάνσεις. Στους Φ. Πολίτης, Ι. Φουρίδης, & Σ. Χανδόλιας (Επιμ.), *Ζητήματα θεωρίας και πράξης στην Εκπαίδευση: Σύγχρονες τάσεις και Κατευθύνσεις* (σελ. 373-379). Σπάρτη, Λακωνίας: Λογότυπος.
- Τραυλός, Α. (2000). Η θεωρία της γνωστικο-κοινωνικής μάθησης ως μέσο διαμόρφωσης και διαφοροποίησης της συμπεριφοράς του παιδιού. Στον Ι. Γκιόσου (Εκ.), *Ολυμπιακή και αθλητική παιδεία* (σελ. 97-110). Αθήνα: Προπομπός.
- Τσιτσιπά, Β., (2017). Διατρέχων μουσείο: το μουσείο της επόμενης γενιάς και η συμβολή των ψηφιακών μέσων. Ερευνητική Εργασία, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Πολυτεχνείο Κρήτης, Χανιά, Ελλάς. Ανακτήθηκε από: <https://dias.library.tuc.gr/view/68652>
- Thyne, M., & Hede, A. M. (2016). Approaches to managing co-production for the co-creation of value in a museum setting: when authenticity matters. *Journal of Marketing Management*, 32(15-16), 1478-1493.
- Vamplew, W. (1998). Facts and artefacts: Sports historians and sports museums. *Journal of Sport History*, 25(2), 268-282.
- Van Breukele, L. (2018). *Olympism & Olympic Marketing: Paradox or a golden combination*. (Master Thesis). University of Peloponnese Faculty of Human

- Movement and Quality of Life Science Department of Sports Organization and Management. <https://amitos.library.uop.gr/xmlui/handle/123456789/4858>
- Van der Duin, M. (2007). Ambrose, T. & C. Paine. 2006. Museum basics. –London/New York, Routledge. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 4(1), 01-02.
- Vaughan, R. (2001). Images of a Museum. *Museum Management and Curatorship*, 19(3), 253-268.
- Vergo, P. (1989). The reticent object. In P. Vergo (Ed.), *The new museology*, (pp. 41-59). London, UK: Reaktion Books Ltd.
- Violette, L., & Attali, M. (2020). The Olympic memory: Institutional and heritage issues. *The International Journal of the History of Sport*, 37(11), 1066-1085.
- Waterton, E., & Watson, S. (Eds.). (2015). *The Palgrave handbook of contemporary heritage research*. Springer.
- Walczak, K., Cellary, W., & White, M. (2006). Virtual museum exhibitions. *Computer*, 39(3), 93-95.
- Wood, J. (2005a). Olympic opportunity: Realizing the value of sports heritage for tourism in the UK. *Journal of Sport Tourism*, 10(4), 307-321.
- Wood, J. (2005b). Talking Sport or Talking Balls? Realising the Value of Sports Heritage, *Industrial Archaeology Review*, 27(1), 137-144.

#### Διαδίκτυο

Επίσημη ιστοσελίδα Διεθνής Ολυμπιακής Επιτροπής : <https://olympics.com/en/>

Επίσημη Ιστοσελίδα Διεθνής Παραολυμπιακής Επιτροπής :  
<https://www.paralympic.org/>

Επίσημη ιστοσελίδα Ολυμπιακού Μουσείου της Θεσσαλονίκης :  
<http://www.olympicmuseum-thessaloniki.org/>

Επίσημη ιστοσελίδα Ολυμπιακού Μουσείου της Κύπρου :  
<https://www.olympic.org.cy/index.php/gr/olympic-museum>

Επίσημη ιστοσελίδα Ολυμπιακού Μουσείου της Σλοβακίας : [www.olympic.sk/museum](http://www.olympic.sk/museum)

Επίσημη ιστοσελίδα Ολυμπιακού Μουσείου του Ισραήλ :  
<http://nsc.org.il/business.asp?businessID=42&lang=en>

ICOM (International Council of Museums): <http://network.icom.museum/icofom>  
Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων Ελληνικό Τμήμα (International Council Of Museums  
Hellenic National Committee) <http://network.icom.museum/icom-greece/>

Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία : [https://icom-greece.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/38/2018/12/code-of-ethics\\_GR\\_01.pdf](https://icom-greece.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/38/2018/12/code-of-ethics_GR_01.pdf)

Drabble, S. (2013), Support for children with special educational needs. RAND Corporation. [Online]. Ανακτήθηκε από:  
[http://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RR180.html](http://www.rand.org/pubs/research_reports/RR180.html)

Peruzzi, Baldassare (1481-1536): Apollo and the Muses, Galleria Palatina (Palazzo Pitti), Florence. Ανακτήθηκε από: [https://www.wga.hu/html\\_m/p/peruzzi/muses.html](https://www.wga.hu/html_m/p/peruzzi/muses.html)

Schweibenz, W. (2004). Virtual museums. The Development of Virtual Museums, ICOM News Magazine, 3, 3. Ανακτήθηκε από:  
[http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/ICOM\\_News/2004-3/ENG/p3\\_2004-3.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-3/ENG/p3_2004-3.pdf)

Σκαλτσά, Μ. (2014). «Για μια «νέα» μουσειολογία στην Ελλάδα», Archaeology and arts. (Διαθέσιμο online ACADEMIA). Ανακτήθηκε από:  
[https://www.academia.edu/6473728/%CE%93%CE%B9%CE%B1\\_%CE%BC%CE%B9%CE%B1\\_%CE%BD%CE%AD%CE%B1\\_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1\\_%CE%83%CF%84%CE%B7%CE%BD\\_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1](https://www.academia.edu/6473728/%CE%93%CE%B9%CE%B1_%CE%BC%CE%B9%CE%B1_%CE%BD%CE%AD%CE%B1_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1_%CE%83%CF%84%CE%B7%CE%BD_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1)

What Is a Network Operations Center (NOC)? Continuum, 2019. Ανακτήθηκε από:  
<https://www.continuum.net/resources/mspedia/network-operations-center-noc-explained>

What is a NOC? ProVal technologies, 2013. Ανακτήθηκε από:  
<https://web.archive.org/web/20140329002804/http://www.provaltech.com/services/noc/what-is-a-noc>

Unesco. (1982). *World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July-6 August 1982*. Unesco. Ανακτήθηκε από: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505>

Unesco. (2006). *UNESCO guidelines on intercultural education* (2006), Document code: ED.2006/WS/59, Collation: 46 p. Ανακτήθηκε από:  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147878>

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο**

Παρουσιάζονται αναλυτικά :

A1. το εξώφυλλο του ερωτηματολογίου

A2. η συνοδευτική επιστολή

A3. το ερωτηματολόγιο

**A1: ΕΞΩΦΥΛΛΟ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ  
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΚΑΙ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

**Τίτλος : «Ο Εκπαιδευτικός και ο Πολιτιστικός ρόλος  
των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων στη σύγχρονη  
κοινωνία».**

**Υπεύθυνος Καθηγητής: Γεωργιάδης Κωνσταντίνος**

**Φοιτητής: Μπάδας Ευθύμιος**

ΣΠΑΡΤΗ 2021

## Α2: ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ

### ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ονομάζομαι Μπάδας Ευθύμιος και για την ολοκλήρωση των μεταπτυχιακών μου σπουδών στην Οργάνωση και Διοίκηση του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου έχω αναλάβει την μεταπτυχιακή έρευνα με θέμα: «Ο Εκπαιδευτικός και ο Πολιτιστικός ρόλος των Ολυμπιακών Αθλητικών Μουσείων στη σύγχρονη κοινωνία».

Έγινε προσπάθεια η διατύπωση των ερωτήσεων να είναι ξεκάθαρη για να αποφευχθούν τυχόν παρερμηνείες. Παράλληλα, η έκταση του ερωτηματολογίου (18 ερωτήσεις) είναι τέτοια ώστε να μην κουράζει, ενώ ο απαιτούμενος χρόνος συμπλήρωσής του υπολογίζεται στα 10-12 λεπτά. Τέλος, χρησιμοποιούνται ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου. Στις ερωτήσεις ανοικτού τύπου (3 συνολικά) παρακαλώ να είστε περιεκτικοί (όσο γίνεται) στις απαντήσεις σας. Στις ερωτήσεις κλειστού τύπου (15 συνολικά) επιλέγεται την απάντηση (σημειώνοντας με ✓) από τη διαβαθμισμένη κλίμακα Likert. Δίνεται επίσης και η επιλογή «Κάτι άλλο (συμπληρώστε:))» ώστε να γράψετε κάποια επιλογή που δεν υπάρχει εφόσον φυσικά χρειάζεται.

Η συμμετοχή σας στην έρευνα είναι πολύτιμη. Το ερωτηματολόγιο αυτό απευθύνεται στο Μουσείο σας και τα στοιχεία που θα αναφέρετε είναι εμπιστευτικά και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας. Παρακαλώ όπως απαντήσετε με ειλικρίνεια και σε όλες τις ερωτήσεις. Δεν υπάρχουν λανθασμένες ή σωστές απαντήσεις. Σε περίπτωση που επιθυμείτε περαιτέρω διευκρινήσεις τόσο για την έρευνα όσο και για το ερωτηματολόγιο, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου στο τηλέφωνο 6973839979, ή να στείλετε email στο: [themisbadas83@hotmail.com](mailto:themisbadas83@hotmail.com). Η επιστροφή του ερωτηματολογίου κρίνεται απαραίτητη για την ολοκλήρωση της έρευνας.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τον χρόνο σας.

### A3: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

1. Τι πρέπει να παρέχει ο πολιτιστικός-εκπαιδευτικός ρόλος ενός αθλητικού μουσείου; (σημειώστε με ✓ την απάντηση)

Εκπαίδευση

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γνώσεις

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Εμπειρία / Εξερεύνηση

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Χαλάρωση / Ψυχαγωγία

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Μνήμη / Ιστορία

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Συντήρηση / Προστασία

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής οικονομίας

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ενίσχυση αθλητικής - κοινωνικής και ηθικής αγωγής των νέων

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Προώθηση της έρευνας

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κάτι άλλο (συμπληρώστε):

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2. Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος πολιτιστικός σας ρόλος;**

Απάντηση:

**3. Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος εκπαιδευτικός σας ρόλος;**

Απάντηση:

**4. Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι επαρκής ώστε να ολοκληρωθεί ο πολιτιστικός και εκπαιδευτικός ρόλος του Μουσείου;**

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Ποιο είναι το προφίλ των επισκεπτών του μουσείου σας;**

Πρωτοβάθμια εκπαίδευση:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Τριτοβάθμια εκπαίδευση:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Οικογένειες:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ενήλικες :

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αμέα:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αλλοδαποί τουρίστες:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**6. Είστε ικανοποιημένοι από την επισκεψιμότητα στο Μουσείο;**

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Ποια και τί είδους προγράμματα εφαρμόζονται στο Μουσείο σας;**

Για Προσχολική ηλικία

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για Μαθητές Δημοτικού

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για Μαθητές Γυμνασίου

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για Μαθητές Λυκείου

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για φοιτητές

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για ενήλικες

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αμέα

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σεμινάρια

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ημερίδες

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Βραβεύσεις

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Λοιπές Εκδηλώσεις (Αθλητικές, φιλανθρωπικές, πολιτιστικές...)

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Διαδραστικές<sup>73</sup> δραστηριότητες

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κάτι άλλο (συμπληρώστε):

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8. Όσον αφορά την προσβασιμότητα του χώρου είναι επαρκής για άτομα ΑΜΕΑ;**

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9. Πόσο πιστεύετε πως το Μουσείο σας θα βοηθούσε την επίσκεψη ενός ατόμου με τις παρακάτω ιδιαιτερότητες;**

Με κινητικές

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Με νοητικές

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Χωρίς όραση

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Χωρίς ακοή

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Χωρίς ομιλία

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κωφάλαλους

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

<sup>73</sup> Διαδραστικότητα : «αμοιβαία ανταλλαγή» δράσης μεταξύ ανθρώπων ή μεταξύ ανθρώπων και άψυχων αντικειμένων ή καταστάσεων (Roussou, 2004b). Αντίστοιχα, η διαδραστική εμπειρία ορίζεται γενικότερα ως η εμπειρία κατά την οποία ο επισκέπτης συμμετέχει ενεργά με φυσικό, συναισθηματικό, νοητικό και κοινωνικό τρόπο (Adams & Moussouri, 2002).

Με Αυτισμό

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

**10. Η χρήση του Διαδικτύου και η ψηφιακή τεχνολογία κατά πόσο πιστεύετε ότι συμβάλει στο έργο ενός μουσείου;**

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

**11. Το Μουσείο μπορεί να υποστηρίξει NOC<sup>74</sup> (Network Operations Center);**

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

**12. Ποιες από τις παρακάτω εφαρμογές χρησιμοποιείται για την προσέλκυση επισκεπτών;**

Email

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Facebook

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Twitter

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Instagram

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Skype

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Viber

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Επίσημη ιστοσελίδα Μουσείου

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

---

<sup>74</sup> Ένα κέντρο λειτουργίας δικτύου (NOC), γνωστό και ως "κέντρο διαχείρισης δικτύου", είναι μία ή περισσότερες τοποθεσίες από τις οποίες ασκείται παρακολούθηση και έλεγχος δικτύου, ή διαχείριση δικτύου, μέσω υπολογιστή, τηλεπικοινωνιών ή δορυφορικού δικτύου.

Εικονική περιήγηση

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κάτι άλλο (συμπληρώστε) :

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13. Η χρηματοδότηση του Μουσείου στηρίζεται σε:**

Κρατικά κονδύλια:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ιδιωτικά κονδύλια (χορηγίες):

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ιδιωτικά και Κρατικά κονδύλια (συνδυαστικά):

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Εισιτήριο εισόδου:

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Ποια από τα παρακάτω προβλήματα-δυσκολίες αντιμετωπίζετε;**

Οικονομικής φύσεως

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κτιριακών Υποδομών

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ανθρώπινου δυναμικού (έλλειψη εργαζομένων)

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κοινού (έλλειψη επισκεπτών)

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Συντήρησης υλικού

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αποθήκευσης υλικού

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Εκπαίδευσης προσωπικού

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Έλλειψη εκπαιδευτικών προγραμμάτων

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Διαφήμισης

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Συνεργασίας (με άλλα Μουσεία)

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

Κάτι άλλο (συμπληρώστε) :

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

**15. Ποιες οι αδυναμίες ή τα δυνατά σημεία της λειτουργίας ενός Ελληνικού Αθλητικού Ολυμπιακού Μουσείου σε σχέση με αντίστοιχους χώρους του εξωτερικού;**

Απάντηση:

**16. Πόσο σημαντικοί είναι οι κανονισμοί της ICOM / ACOM και ο κώδικας δεοντολογίας<sup>75</sup> των Μουσείων;**

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

**17. Πιστεύετε πως στη χώρα μας υπάρχει έλλειψη από Μουσεία που έχουν ως βασικό τους θέμα τους Ολυμπιακούς αγώνες και ότι αυτοί αντιπροσωπεύουν;**

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

---

<sup>75</sup> Ο «Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία» καθορίζει τους βασικούς κανόνες για τη λειτουργία των Μουσείων και τον επαγγελματισμό των εργαζομένων σε αυτά. Τα μέλη του ICOM οφείλουν να τηρούν τον Κώδικα αυτό. "ICOM code of ethics for museums", (2006).

18. Θεωρείτε πως υπάρχει έλλειψη εθνικού προγραμματισμού, που θέτει εμπόδια στην ανάπτυξη του πολιτισμού και στην πολιτισμική διαχείριση στη Χώρα μας;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σας ευχαριστώ για τη συμμετοχή  
και για τον χρόνο σας!!!

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΜΟΥΣΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα Ολυμπιακά Μουσεία που συμμετείχαν και απάντησαν ορθά στην έρευνα ήταν τέσσερα (η σειρά παρουσίασης είναι τυχαία):

B1). το Ολυμπιακό Μουσείο της Θεσσαλονίκης,

B2). το Ολυμπιακό Μουσείο της Σλοβακίας,

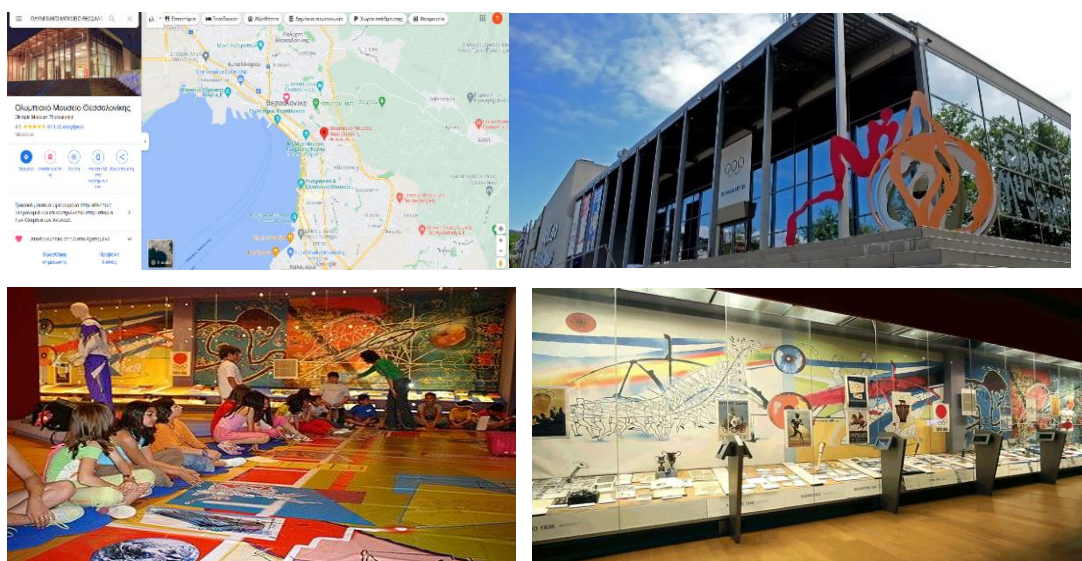
B3). το Ολυμπιακό Μουσείο του Ισραήλ,

B4). το Ολυμπιακό Μουσείο της Κύπρου.

Στη συνέχεια γίνεται μία μικρή παρουσίαση των πιο πάνω Μουσείων, με τις απαραίτητες πληροφορίες ώστε να τα γνωρίσουμε λίγο καλύτερα.

## **Β1: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (Ελλάδα)**

Το Ολυμπιακό Μουσείο της Θεσσαλονίκης ιδρύθηκε<sup>76</sup> το 2001, ως Μουσείο Αθλητισμού, ενώ στις 5 Αυγούστου του 2004 μεταφέρθηκε και εγκαινιάστηκε από τον πρόεδρο της Δ.Ο.Ε., Dr. Jacques Rogges στις σημερινές του εγκαταστάσεις (οδός 3ης Σεπτεμβρίου και Αγίου Δημητρίου). Γειτνιάζει άμεσα λοιπόν με το μεγαλύτερο στάδιο της πόλης, το Καυτανζόγλειο και με την ευρύτερη περιοχή του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Από το 2006 αποτελεί μέλος του Παγκόσμιου Δικτύου Ολυμπιακών Μουσείων, επίσης το 2006 έγινε μέλος του Μητρώου Πολιτιστικών Φορέων του ΥΠ.ΠΟ και μέλος του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (ICOM, International Council of Museums), καθώς και μέλος της Διεθνούς Ένωσης Αθλητικής Κληρονομιάς (ISHA, International Sports and Heritage Association). Το 2007 και το 2008, αναγνωρίζεται αντίστοιχα από την Ε.Ο.Ε. (Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή) και από την Δ.Ο.Ε. (Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή) ως «Ολυμπιακό Μουσείο» και τότε γίνεται και η μετονομασία του (εικόνα 4).



**Εικόνα 4.** Το Ολυμπιακό Μουσείο της Θεσσαλονίκης

Ένα αρκετά δραστήριο μουσείο όπου δεν μένει στην απλή καταγραφή και προβολή της Ιστορίας του αθλητισμού και της Ολυμπιακής κληρονομιάς αλλά καλεί το κοινό σε συμμετοχή και διάδραση, δύο άκρως εκπαιδευτικού χαρακτήρα έννοιες, στοχεύοντας έτσι σε έναν πιο ζωτικό κοινωνικό ρόλο, ως κέντρο πολιτισμού, εκπαίδευσης αλλά και ψυχαγωγίας.

<sup>76</sup> Ιδρύθηκε (το 2001), με πρωτοβουλία του Υπουργείου Πολιτισμού, της Ειδικής Γραμματείας Αθλητισμού Μακεδονίας-Θράκης και τη συμμετοχή εκπροσώπων Αθλητικών Ομοσπονδιών και Ενώσεων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.



Μέχρι πρότινος (Μάιος 2021) αποτελούσε το μοναδικό Ολυμπιακό Μουσείο στην Ελλάδα, γεφυρώνοντας το παρελθόν με το παρόν και στοχεύοντας στην ανάδειξη του Ολυμπιακού πνεύματος και φυσικά της πολιτισμικής μας κληρονομιάς. Δραστηριοποιείται τόσο σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, συμφωνώντας «μνημόνια συνεργασίας» με μουσεία και θεσμικούς φορείς της Ελλάδας, των Βαλκανικών χωρών, καθώς και της Ευρώπης.

Στο μουσείο υπάρχουν οι εξής μόνιμες εκθέσεις :

«ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ», όπου αξιοποιούνται ποικίλα εποπτικά μέσα, εφαρμογές αλλά και διαδραστικές δραστηριότητες, οι οποίες σχεδιάστηκαν, με σκοπό να εξυπηρετούν όχι μόνο τις ανάγκες του μεμονωμένου επισκέπτη, αλλά και τις ανάγκες των εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

«ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ» όπου επιχειρείται να γίνει ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα ισότητας, ευκαιριών και διαφορετικότητας. Ειδικά για τα παιδιά αυτό γίνεται μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα, βιωματικού κυρίως χαρακτήρα.

Η έκθεση «ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΩΝ ΑΘΛΗΜΑΤΩΝ<sup>77</sup>», μια διαδραστική έκθεση όπου ο επισκέπτης γνωρίζει και κατανοεί με βιωματικό τρόπο το ρόλο και τη σπουδαιότητα της φυσικής, της χημείας, της βιολογίας και της ιατρικής στον αθλητισμό. Μέσα από προσομοιωτές γηπέδων, από μηχανήματα που ελέγχουν τα αντανακλαστικά και την καλή λειτουργία της όρασης ή την ευλυγισία, τα παιδιά μπορούν να αντιληφθούν τη θετική επιρροή του αθλητισμού στο σώμα και το πνεύμα του ανθρώπου.

Τέλος λειτουργεί πρότυπη *βιβλιοθήκη* αθλητικού περιεχομένου και αρχείου Ολυμπιακών Αγώνων.

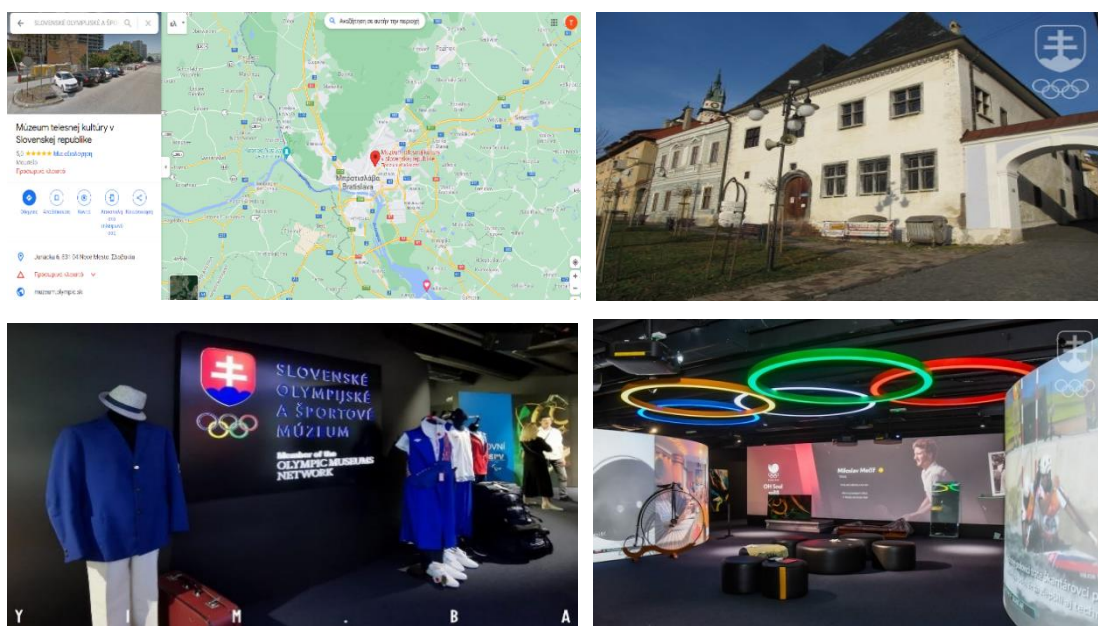
Διεύθυνση 3<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου και Αγίου Δημητρίου, Ταχυδρομικός Κώδικας 54636, Θεσσαλονίκη  
Τ: +30 231 096 8531 Επίσημη ιστοσελίδα: <http://www.olympicmuseum-thessaloniki.org/>

---

<sup>77</sup> Πρόκειται για μια παραγωγή του Science Museum of London.

## **B2: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΣΛΟΒΑΚΙΑΣ (Μπρατισλάβα)**

Το Ολυμπιακό και Αθλητικό Μουσείο της Σλοβακίας ιδρύθηκε στις 24 Οκτωβρίου του 1985 από την Κεντρική Επιτροπή της Τσεχοσλοβακικής Ένωσης Φυσικής Αγωγής ως Μουσείο Φυσικού Πολιτισμού της Σλοβακίας (Museum of Physical Culture in Slovakia). Οι πρώτες συλλογές και αντικείμενα, καταχωρήθηκαν το 1987. Το 2015 (1<sup>η</sup> Ιανουαρίου), το Μουσείο έγινε η οργανωτική μονάδα της Ολυμπιακής και Αθλητικής επιτροπής της Σλοβακίας. Έτσι μέσω του ισχύοντος νέου καταστατικού του αλλά και άλλων καθορισμένων αποστολών του, το Σλοβάκικο Ολυμπιακό και Αθλητικό Μουσείο (εικόνα 5) όπως χαρακτηριστικά ονομάστηκε, εκτελεί συστηματικά την απόκτηση, προστασία και προβολή συλλεκτικών αντικειμένων, αλλά και την επαγγελματική τους διαχείριση. Μέσα λοιπόν από μόνιμες άλλα και περιστασιακές εκθέσεις, από εκδοτικές δραστηριότητες, από πολιτιστικά, εκπαιδευτικά και επιστημονικά προγράμματα, προσπαθεί να τονώσει και να προωθήσει το Ολυμπιακό κίνημα και την ιστορία του αθλητισμού στη Σλοβακία.



**Εικόνα 5.** Το Ολυμπιακό Μουσείο της Σλοβακίας.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε την ιστοσελίδα: [www.olympic.sk/museum](http://www.olympic.sk/museum) , η επικοινωνήστε με την διευθύντρια του μουσείου: Zdenka Letenayová, tel.: +421 911 474 127, [muzium@olympic.sk](mailto:muzium@olympic.sk)

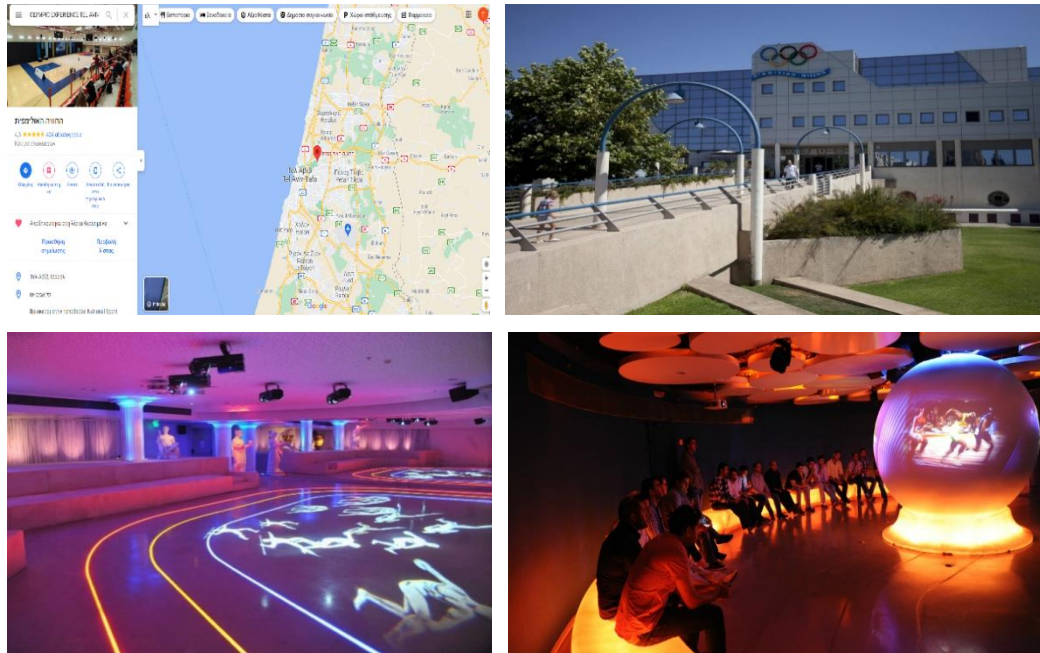
### **B3: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ ΙΣΡΑΗΛ (Τελ Αβίβ)**

Το Olympic Experience Museum, βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα του πάρκου Yarkon του Τελ Αβίβ, στον δεύτερο όροφο του Ολυμπιακού Κτιρίου στο Εθνικό Αθλητικό Κέντρο. Δημιουργήθηκε το Σεπτέμβριο του 2009 και χωρίζεται σε πέντε αίθουσες έτσι ώστε η καθεμία να αντιπροσωπεύει ένα διαφορετικό δαχτυλίδι του ολυμπιακού συμβόλου. Είναι ένα διασκεδαστικό, καινοτόμο και διαδραστικό μουσείο φιλικό προς τα παιδιά αφιερωμένο στην αφήγηση της ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων. «Αυτό είναι καθαρή εκπαίδευση», λέει ο διευθυντής Haim Rogatka. Χρησιμοποιούνται οπτικοακουστικές παρουσιάσεις και οι θεατές πρέπει να περιηγηθούν σε μια προκαθορισμένη ομάδα των τριάντα έως πενήντα ατόμων, για μία ώρα. Ποιο αναλυτικά οι επισκέπτες ξεκινούν από το Δαχτυλίδι της Νίκης, όπου παρακολουθούν ένα βίντεο 360 μοιρών από τις πιο συναρπαστικές στιγμές στην ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων. Ακολουθεί το Δαχτυλίδι της Ιστορίας που φέρνει τους επισκέπτες μέχρι την αρχαία Ελλάδα, όπου ξεκίνησαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Στη συνέχεια, οι επισκέπτες μεταφέρονται ψηφιακά στο Παρίσι σε μια δήλωση του βαρόνου Pierre de Coubertin, ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες πρέπει να αναβιώσουν στη σύγχρονη εποχή.

Η Τρίτη αίθουσα είναι το Ισραηλινό Δαχτυλίδι που ίσως είναι το αποκορύφωμα των πέντε στάσεων της περιοδείας καθώς οι επισκέπτες μπορούν να συναντήσουν τους Ολυμπιονίκες του Ισραήλ ουσιαστικά πρόσωπο με πρόσωπο. Υπάρχει επίσης μια ειδική έκθεση για τη σφαγή έντεκα Ισραηλινών αθλητών το 1972 στο Μόναχο. Η τέταρτη αίθουσα είναι το Δαχτυλίδι του μέλλοντος, όπου οι επισκέπτες νιώθουν το πνεύμα της παγκόσμιας Ολυμπιακής εμπειρίας ώστε να προσμένουν τους επόμενους Ολυμπιακούς αγώνες. Ακολουθεί το Δαχτυλίδι της Πρακτικής εμπειρίας όπου υπάρχουν πολλές διαδραστικές αθλητικές δραστηριότητες αντοχής/ταχύτητας, καθώς και παιχνίδια μυαλού (κουίζ), για μία ολοκληρωμένη και ζωντανή εμπειρία τόσο για τα παιδιά όσο και για τους μεγάλους.

Στο μουσείο υπάρχει διάχυτη η νέα τεχνολογία και τα ειδικά εφέ και η απόλαυση με τη γνώση αλληλοσυμπληρώνονται έχουμε δηλαδή ένα ζωντανό παράδειγμα εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας που μπορεί να οδηγήσει άτομα που δεν ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό, όχι μόνο να απολαύσουν κάθε λεπτό της επίσκεψης αλλά να μάθουν και κάτι. Επίσης ο Rogatka αναφέρει ότι η Ολυμπιακή Εμπειρία προσφέρει ένα εναλλακτικό μήνυμα στο Citius, Altius, Fortius των Ολυμπιακών Αγώνων (στα Ελληνικά «Γρηγορότερα, Ψιλότερα, Δυνατότερα»). Όπως χαρακτηριστικά συμπληρώνει

«Χρησιμοποιούμε τους Ολυμπιακούς Αγώνες ως θέμα, αλλά θέλουμε οι άνθρωποι να πάρουν μαζί τους ένα μήνυμα ζωής», «Ονειρέψου, Προσπάθησε, Πέτυχε, αν προσπαθήσεις θα πετύχεις», «Θέλουμε να δείξουμε στους ανθρώπους πώς να μετατρέψουν ένα όνειρο σε επιτυχία», συνοψίζει. «Δεν μπορούμε να μιλάμε μόνο για μια καλύτερη κοινωνία. Πρέπει να κάνουμε κάτι για να συμβεί. Προσπαθούμε να αναπτύξουμε την αξία της Ολυμπιακής Εμπειρίας στη ζωή γενικά».



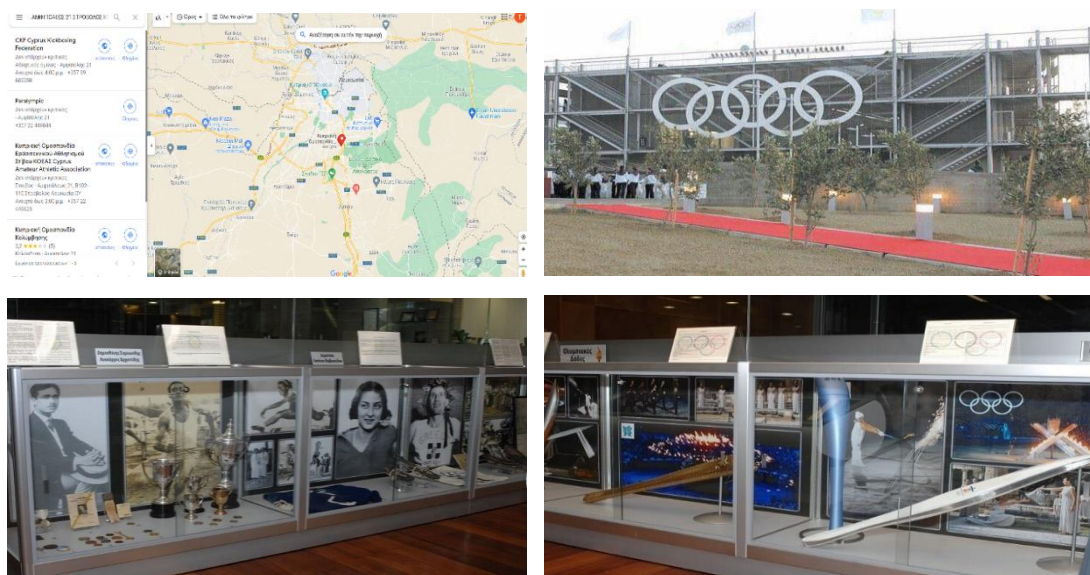
**Εικόνα 6.** Το Ολυμπιακό Μουσείο του Ισραήλ.

The “Olympic Experience”: 6 Shitrit Street, the Olympic Building, National Sports Center - Tel Aviv, CONTACT: C/O the Olympic Committee of Israel, P.O. Box 53310  
Shitrit Street 2. 61533 Tel Aviv, Israel T: +972 3 649 83 85  
Επίσημη ιστοσελίδα : <http://nsc.org.il/business.asp?businessID=42&lang=en>

#### **B4: ΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ (Λευκωσία)**

Το Κυπριακό Ολυμπιακό Μουσείο δημιουργήθηκε το 1987 (30 Μαρτίου), παράλληλα με την εγκαθίδρυση της ΕΟΑΚ (Εθνική Ολυμπιακή Ακαδημία Κύπρου), και στεγάστηκε στα τότε γραφεία της ΚΟΕ (Κυπριακή Ολυμπιακή Επιτροπή) στην οδό Ίωνος στη Λευκωσία. Το 2006 (16 Σεπτέμβρη) μεταφέρθηκε και εγκαινιάστηκε στο νέο Ολυμπιακό Μέγαρο στην οδό Αμφιπόλεως 21 στο Στρόβολο, στην είσοδο της πόλης (εικόνα 7). Το 2012 (22 Νοεμβρίου) πραγματοποιήθηκαν ξανά εγκαινία στον ίδιο χώρο, καθώς το μουσείο επεκτάθηκε σε όλους τους ορόφους του μεγάρου. Το όραμα για την δημιουργία ενός Κυπριακού Ολυμπιακού Μουσείου υπήρχε για χρόνια πριν γίνει πραγματικότητα. Το 1982, ο πρόεδρος της ΔΟΕ Χουάν Αντόνιο Σάμαρανκ, σε μία επίσκεψή του στην Κύπρο, προέτρεψε τους υπεύθυνους της ΚΟΕ και τους αθλητικούς παράγοντες της χώρας στη δημιουργία ενός τέτοιου χώρου.

Ο πρόεδρος της Κυπριακής Ολυμπιακής Επιτροπής κ. Ντίνος Μιχαηλίδης τονίζει «Είναι πράγματι εξαιρετικό το Ολυμπιακό μας Μουσείο. Διαθέτει σπάνια και ιστορικά κειμήλια, που προκαλούν δέος, αλλά και συγκίνηση στον επισκέπτη/φίλαθλο» και συμπληρώνει «Για εμάς είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι αξιοποιούμε το Μουσείο, για να προωθήσουμε τις αρχές του Ολυμπισμού στα παιδιά μέσα από τις επισκέψεις που γίνονται σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας, στο πλαίσιο του προγράμματος της Ολυμπιακής παιδείας».



**Εικόνα 7.** Το Ολυμπιακό Μουσείο της Κύπρου.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε την ιστοσελίδα

[:https://www.olympic.org.cy/index.php/gr/olympic-museum](https://www.olympic.org.cy/index.php/gr/olympic-museum) ή στο τηλέφωνο 22449880.

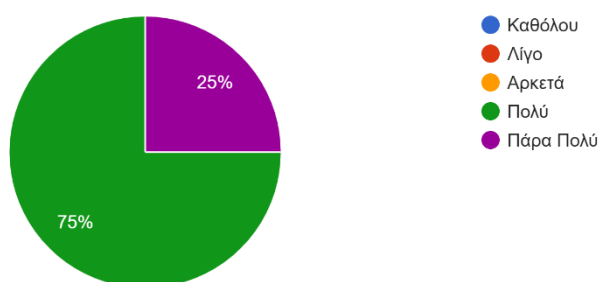
## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (%)

Στο παρόν παράρτημα, δίνονται τα αποτελέσματα τής έρευνας με γραφήματα τύπου πίτας σε ποσοστιαία κλίμακα (%) ώστε να γίνουν πιο ευπαρουσίαστα και κατανοητά.

1. Τι πρέπει να παρέχει ο πολιτιστικός-εκπαιδευτικός ρόλος ενός αθλητικού μουσείου;

Εκπαίδευση;

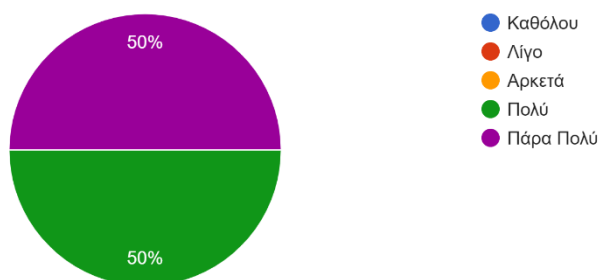
4 απαντήσεις



**Γράφημα 1.** Παροχή εκπαίδευσης από τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.

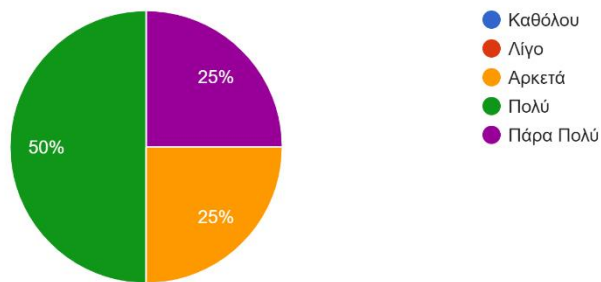
Γνώσεις :

4 απαντήσεις



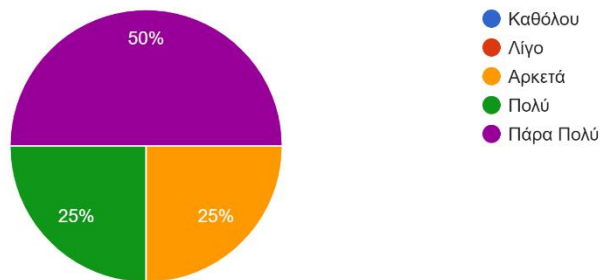
**Γράφημα 2.** Παροχή γνώσεων απο τα Ολυμπιακά αθλητικά μουσεία.

Εμπειρία / Εξερεύνηση:  
4 απαντήσεις



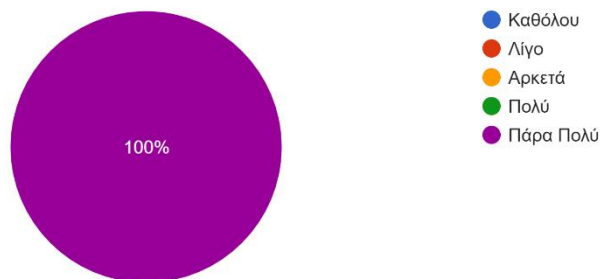
**Γράφημα 3.** Δυνατότητα εμπειρίας και εξερεύνησης από την επίσκεψή σε ένα Ολυμπιακό μουσείο.

Χαλάρωση / Ψυχαγωγία :  
4 απαντήσεις



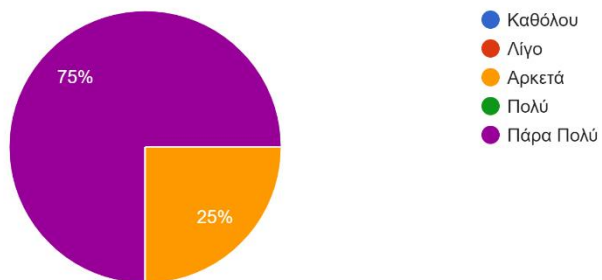
**Γράφημα 4.** Παροχή Χαλάρωσης και Ψυχαγωγίας από τα Ολυμπιακά μουσεία.

Μνήμη / Ιστορία :  
4 απαντήσεις



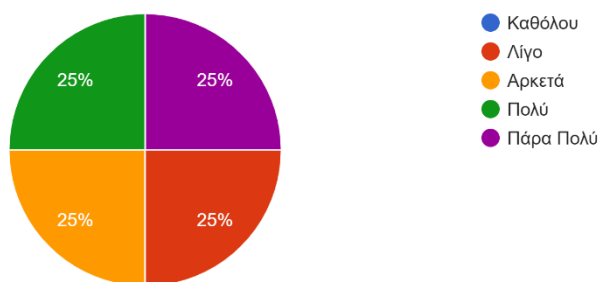
**Γράφημα 5.** Διατήρηση μνήμης και ιστορίας από τα Ολυμπιακά μουσεία.

Συντήρηση / Προστασία :  
4 απαντήσεις



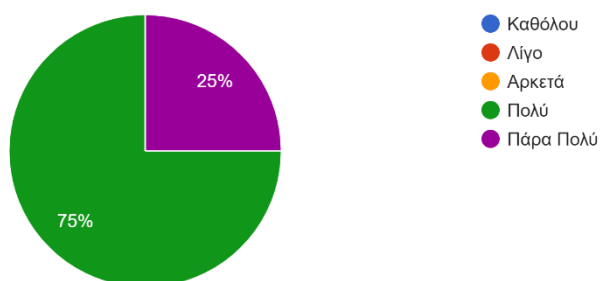
**Γράφημα 6.** Συντήρηση και προστασία εκθεμάτων.

Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής οικονομίας :  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 7.** Αναβάθμιση του τουρισμού και της τοπικής κοινωνίας μέσω των Ολυμπιακών μουσείων.

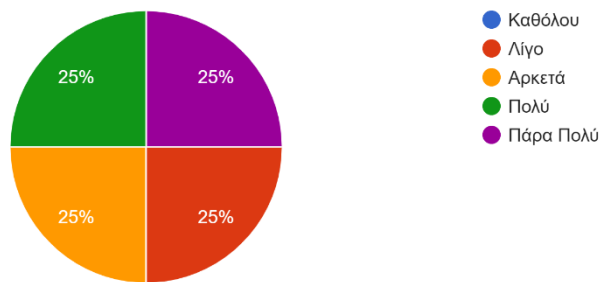
Ενίσχυση αθλητικής - κοινωνικής και ηθικής αγωγής των νέων :  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 8.** Αθλητική – κοινωνική και ηθική αγωγή των νέων μέσω των Ολυμπιακών μουσείων.



Πρώθηση της έρευνας :  
4 απαντήσεις



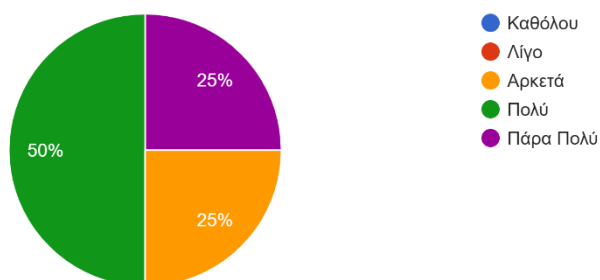
**Γράφημα 9.** Ολυμπιακά μουσεία και προώθηση της έρευνας.

Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 2): «Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος πολιτιστικός σας ρόλος;», στις απαντήσεις τους οι υπεύθυνοι των Ολυμπιακών Μουσείων, χρησιμοποίησαν λέξεις όπως γνώση, διάσωση, καταγραφή, συντήρηση και ανάδειξη της αθλητικής και Ολυμπιακής ιστορίας, διάδοση των Ολυμπιακών αξιών, μέσα από ποικίλες πολιτιστικές, εκπαιδευτικές και προσφάτως αθλητικο-τουριστικές δράσεις. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα μικρά παιδιά του σχολείου όπου μέσα από συγκινητικές Ολυμπιακές ιστορίες προσπαθούν να τους δώσουν ελπίδα και έμπνευση.

Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 3): «Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο σημαντικότερος εκπαιδευτικός σας ρόλος;», οι υπεύθυνοι απάντησαν πως εκπαιδευτικά προγράμματα για όλες τις ηλικίες (προ νήπια έως τρίτη ηλικία) που προωθούν τις Ολυμπιακές Αξίες-Ιδεώδη και την έννοια του Ολυμπισμού ως φιλοσοφία ζωής, με μορφή συμπληρωματικής στο σχολείο εκπαίδευσης. Με αυτόν τον τρόπο, το Ολυμπιακό Μουσείο εναρμονίζεται με τις σύγχρονες μουσειολογικές πρακτικές, προσφέρει πλούσιο εκπαιδευτικό έργο, ακολουθεί τις επιταγές της σύγχρονης κοινωνίας και συμβάλει στη διαμόρφωση μιας πιο υγιούς αυριανής κοινωνίας, που θα στηρίζεται στις αρχές του υγιούς αθλητισμού και τις αξίες της ειρήνης, της φιλίας, του σεβασμού στον συνάνθρωπο και εν γένει στο διαφορετικό. Ακολουθώντας πάντα τη ρήση του PdC: «Αν θέλεις να αλλάξεις τον ενήλικα, πρέπει να αλλάξεις το παιδί». Επιπροσθέτως η ενημέρωση των επισκεπτών ότι το μότο «Faster, Higher, Stronger», δεν είναι μόνο για

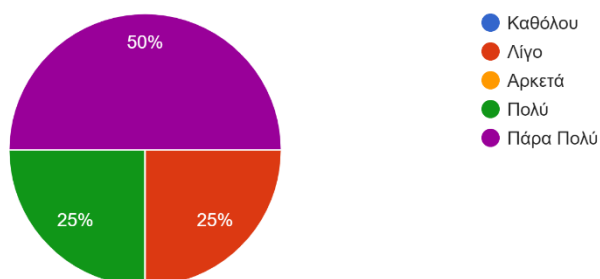
τα αθλήματα, είναι και για τη ζωή, σε όλες τις πτυχές του. Κάθε όνειρο που μπορείς να ονειρευτείς, να εργαστείς σκληρά και να το πετύχεις.

4. Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι επαρκής ώστε να ολοκληρωθεί ο πολιτιστικός και εκπαιδευτικός ρόλος του Μουσείου;  
4 απαντήσεις



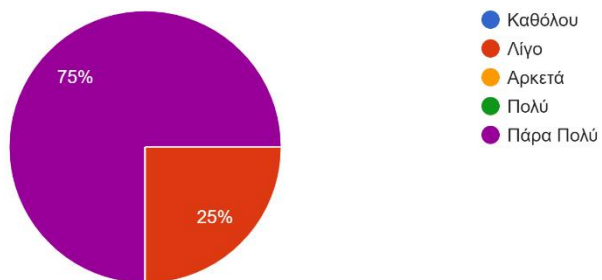
**Γράφημα 10.** Επάρκεια εκπαίδευσης του προσωπικού των Ολυμπιακών μουσείων για την ολοκλήρωση του πολιτιστικού και εκπαιδευτικού τους ρόλου.

5. Ποιο είναι το προφίλ των επισκεπτών του μουσείου σας; Πρωτοβάθμια εκπαίδευση;  
4 απαντήσεις



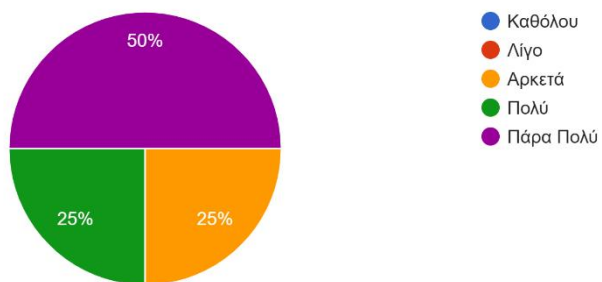
**Γράφημα 11.** Προφίλ επισκεπτών Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση:  
4 απαντήσεις



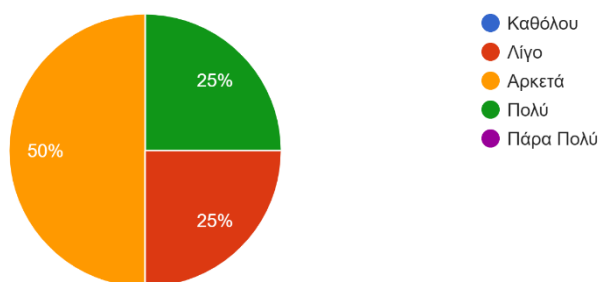
**Γράφημα 12.** Προφίλ επισκεπτών Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Τριτοβάθμια εκπαίδευση:  
4 απαντήσεις



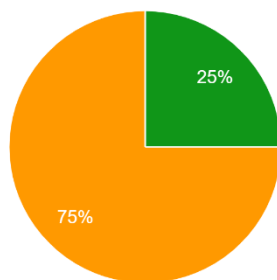
**Γράφημα 13.** Προφίλ επισκεπτών Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Οικογένειες :  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 14.** Προφίλ επισκεπτών ως οικογένειες.

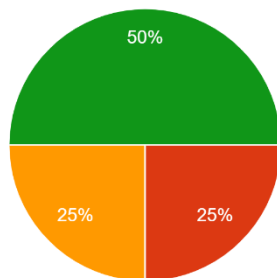
Ενήλικες :  
4 απαντήσεις



● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

**Γράφημα 15.** Ενήλικες επισκέπτες.

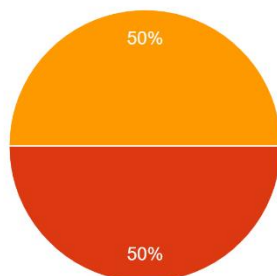
Αμέα :  
4 απαντήσεις



● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

**Γράφημα 16.** Προφίλ επισκεπτών Αμέα.

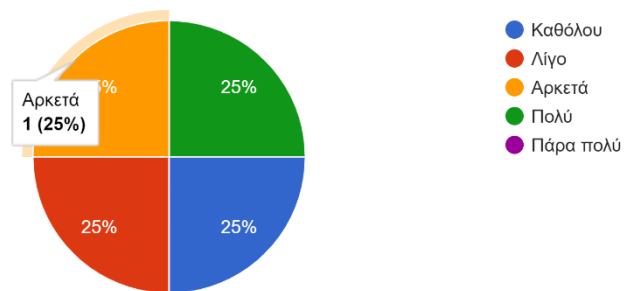
Αλλοδαποί τουρίστες :  
4 απαντήσεις



● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

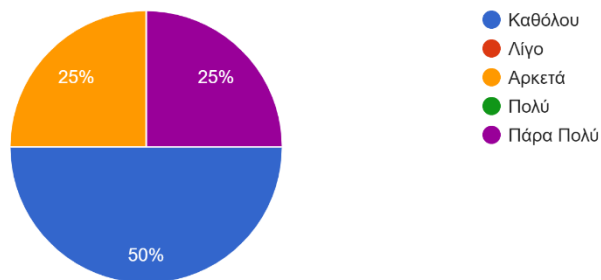
**Γράφημα 17.** Προφίλ ξένων τουριστών.

6. Είστε ικανοποιημένοι από την επισκεψιμότητα στο Μουσείο;  
4 απαντήσεις



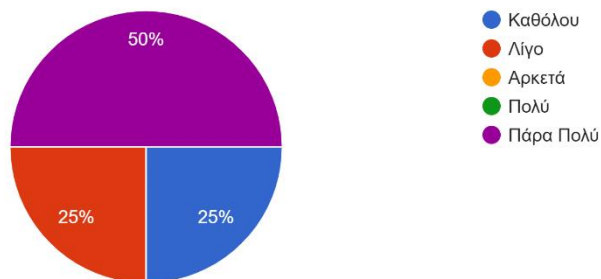
**Γράφημα 18.** Ποσοστά ικανοποίησης επισκεψιμότητας.

7. Ποια και τί είδους προγράμματα εφαρμόζονται στο Μουσείο σας; Για Προσχολική ηλικία:  
4 απαντήσεις



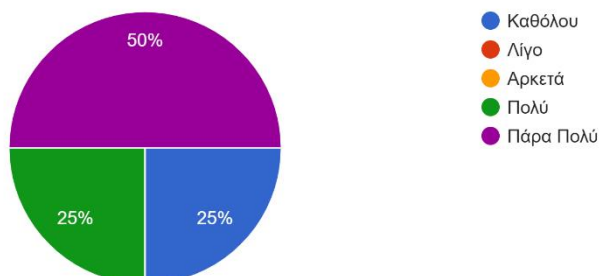
**Γράφημα 19.** Χρήση προγραμμάτων Προσχολικής ηλικίας.

Για Μαθητές Δημοτικού:  
4 απαντήσεις



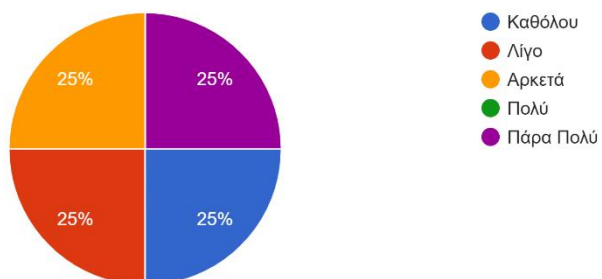
**Γράφημα 20.** Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Δημοτικού.

Για Μαθητές Γυμνασίου:  
4 απαντήσεις



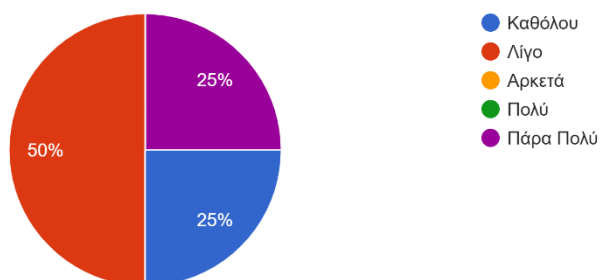
**Γράφημα 21.** Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Γυμνασίου.

Για Μαθητές Λυκείου:  
4 απαντήσεις



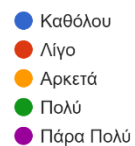
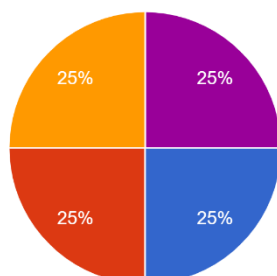
**Γράφημα 22.** Χρήση προγραμμάτων για μαθητές Λυκείου.

Για φοιτητές:  
4 απαντήσεις



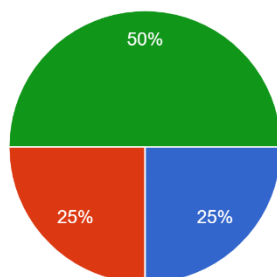
**Γράφημα 23.** Χρήση προγραμμάτων για φοιτητές.

Για ενήλικες:  
4 απαντήσεις



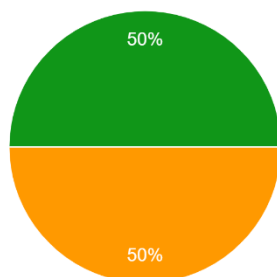
**Γράφημα 24.** Χρήση προγραμμάτων για ενήλικες.

Αμέα:  
4 απαντήσεις



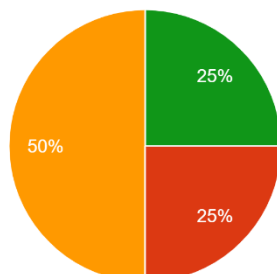
**Γράφημα 25.** Χρήση προγραμμάτων για Αμέα.

Σεμινάρια:  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 26.** Χρήση σεμιναρίων.

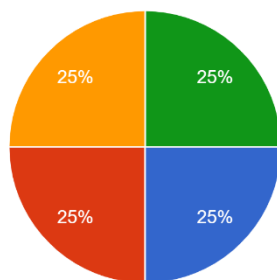
Ημερίδες:  
4 απαντήσεις



● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

**Γράφημα 27.** Χρήση ημερίδων.

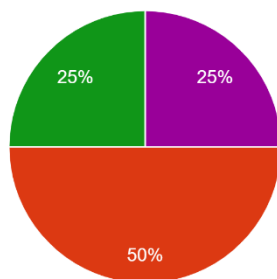
Βραβεύσεις:  
4 απαντήσεις



● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

**Γράφημα 28.** Χρήση βραβεύσεων.

Λοιπές Εκδηλώσεις (Αθλητικές, φιλανθρωπικές, πολιτιστικές...):  
4 απαντήσεις

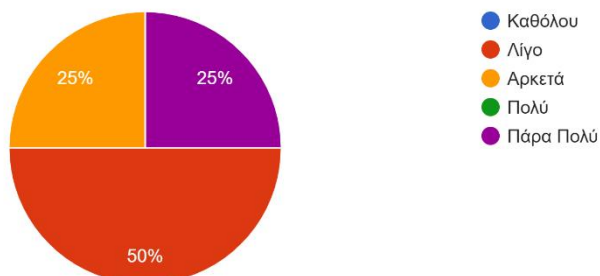


● Καθόλου  
● Λίγο  
● Αρκετά  
● Πολύ  
● Πάρα Πολύ

**Γράφημα 29.** Χρήση Αθλητικών, φιλανθρωπικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων.

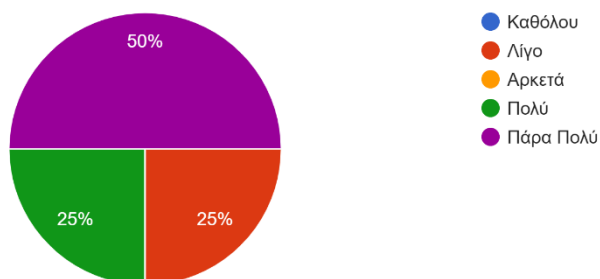


Διαδραστικές δραστηριότητες:  
4 απαντήσεις



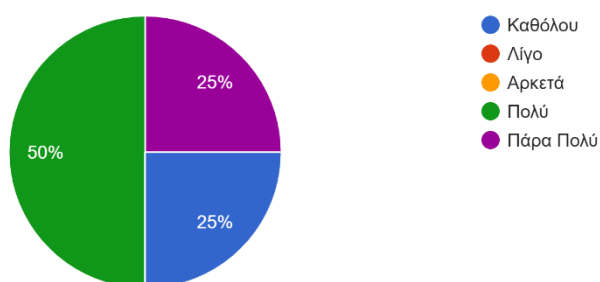
**Γράφημα 30.** Ύπαρξη και εφαρμογή διαδραστικών δραστηριοτήτων.

8. Όσον αφορά την προσβασιμότητα του χώρου είναι επαρκής για άτομα ΑΜΕΑ;  
4 απαντήσεις



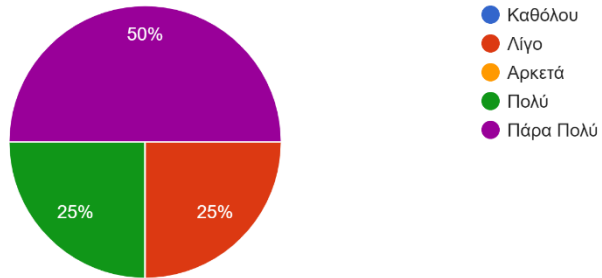
**Γράφημα 31.** Επάρκεια προσβασιμότητας για άτομα Αμέα.

9. Πόσο πιστεύετε πως το Μουσείο σας θα βοηθούσε την επίσκεψη ενός ατόμου με τις παρακάτω ιδιαιτερότητες; Με κινητικές;  
4 απαντήσεις



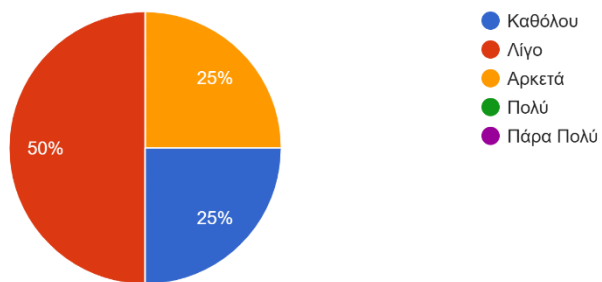
**Γράφημα 32.** Κινητικές ιδιαιτερότητες και επίσκεψη στο μουσείο.

Με νοητικές:  
4 απαντήσεις



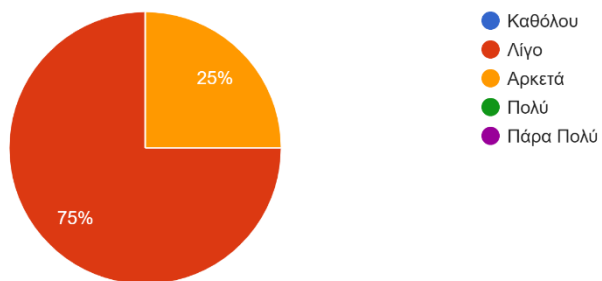
**Γράφημα 33.** Νοητικές ιδιαιτερότητες και επισκεψιμότητα.

Χωρίς όραση:  
4 απαντήσεις



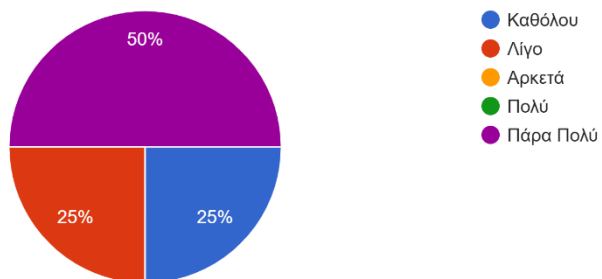
**Γράφημα 34.** Μουσεία και επισκέπτες χωρίς όραση.

Χωρίς ακοή:  
4 απαντήσεις



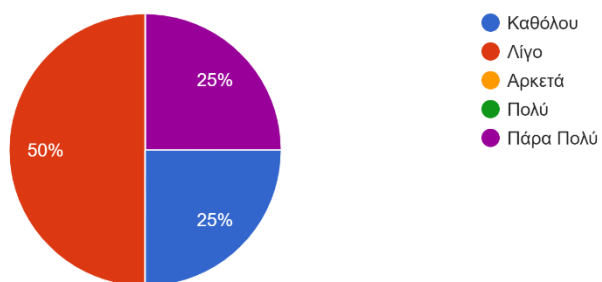
**Γράφημα 35.** Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ακοή.

Χωρίς ομιλία:  
4 απαντήσεις



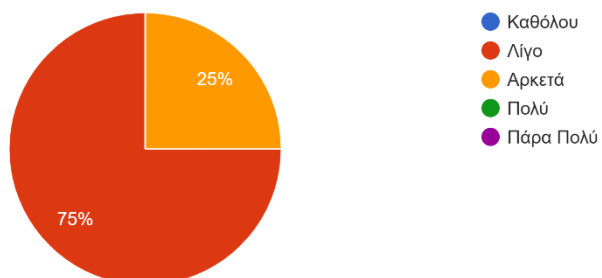
**Γράφημα 36.** Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες χωρίς ομιλία.

Κωφάλαλους:  
4 απαντήσεις



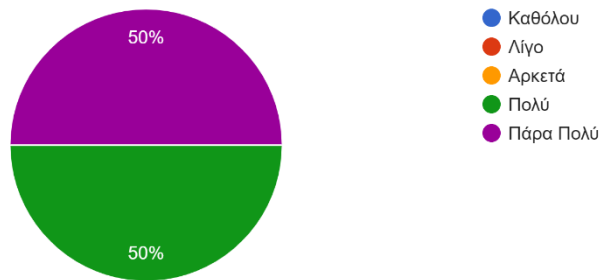
**Γράφημα 37.** Ολυμπιακά μουσεία και κωφάλαλοι επισκέπτες.

Με Αυτισμό:  
4 απαντήσεις



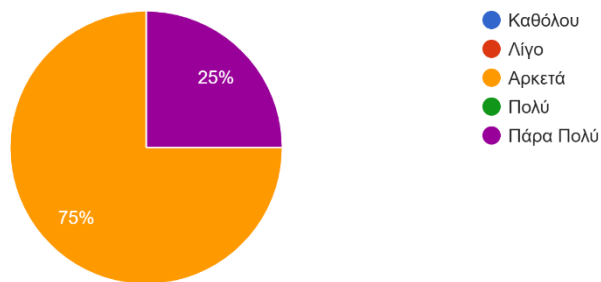
**Γράφημα 38.** Ολυμπιακά μουσεία και επισκέπτες με αυτισμό.

10. Η χρήση του Διαδικτύου και η ψηφιακή τεχνολογία κατά πόσο πιστεύετε ότι συμβάλει στο έργο ενός μουσείου;  
4 απαντήσεις



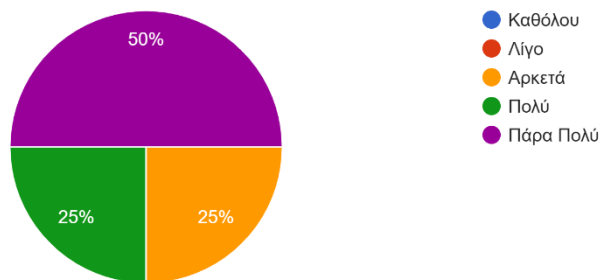
**Γράφημα 39.** Συμβολή διαδικτύου και ψηφιακής τεχνολογίας στο έργο ενός μουσείου.

11. Το Μουσείο μπορεί να υποστηρίξει NOC (Network Operations Center);  
4 απαντήσεις



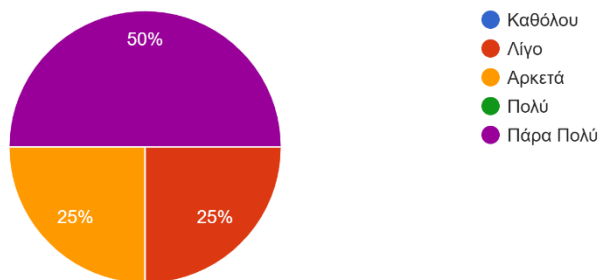
**Γράφημα 40.** Ολυμπιακά Μουσεία και κεντρικό δίκτυο λειτουργιών (NOC).

12. Ποιες από τις παρακάτω εφαρμογές χρησιμοποιείται για την προσέλκυση επισκεπτών; Email :  
4 απαντήσεις



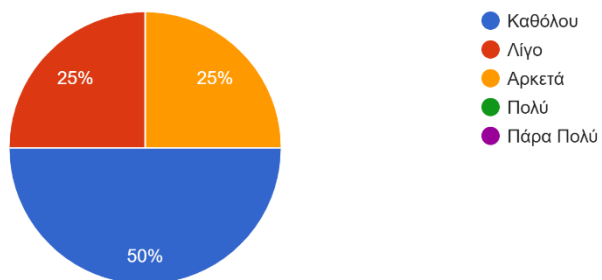
**Γράφημα 41.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω email.

Facebook:  
4 απαντήσεις



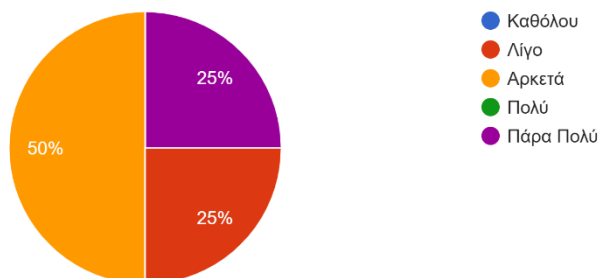
**Γράφημα 42.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω facebook.

Twitter:  
4 απαντήσεις



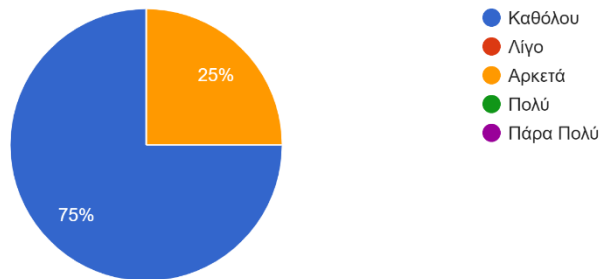
**Γράφημα 43.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω twitter.

Instagram:  
4 απαντήσεις



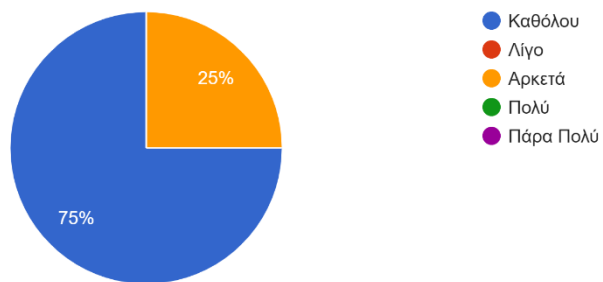
**Γράφημα 44.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω Instagram.

Skype:  
4 απαντήσεις



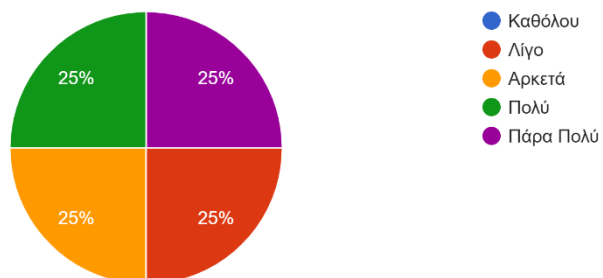
**Γράφημα 45.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω skype.

Viber:  
4 απαντήσεις



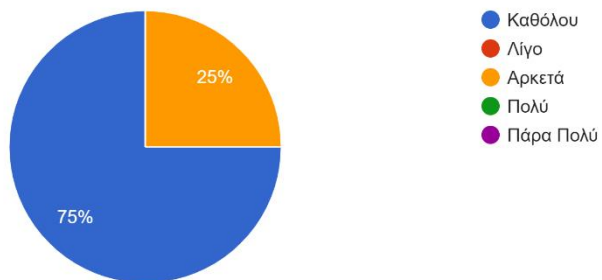
**Γράφημα 46.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω viber.

Επίσημη ιστοσελίδα Μουσείου:  
4 απαντήσεις



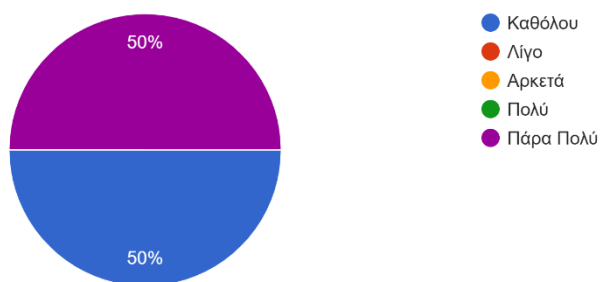
**Γράφημα 47.** Προσέλκυση επισκεπτών μέσω της επίσημης ιστοσελίδας.

Εικονική περιήγηση:  
4 απαντήσεις



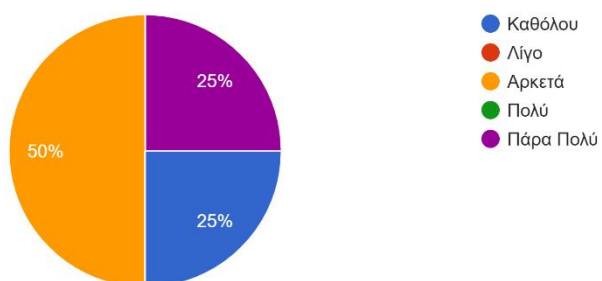
**Γράφημα 48.** Παροχή εικονικής περιήγησης.

13. Η χρηματοδότηση του Μουσείου στηρίζεται σε: Κρατικά κονδύλια:  
4 απαντήσεις



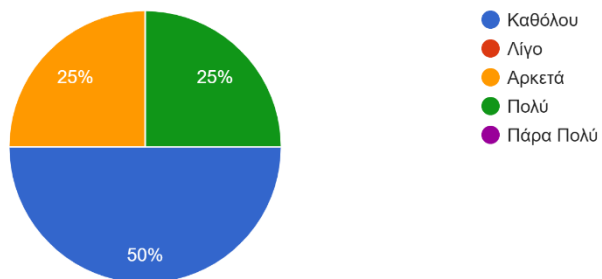
**Γράφημα 49.** Χρηματοδότηση από Κρατικά κονδύλια.

Ιδιωτικά κονδύλια (χορηγίες):  
4 απαντήσεις



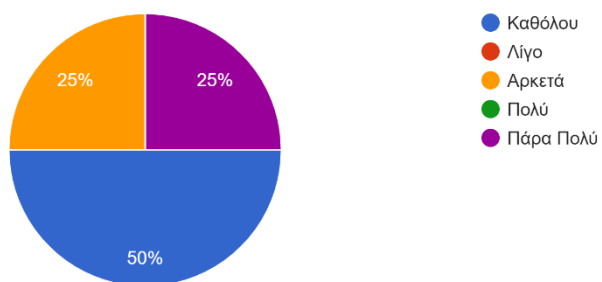
**Γράφημα 50.** Χρηματοδότηση από ιδιωτικά κονδύλια.

Ιδιωτικά και Κρατικά κονδύλια (συνδυαστικά):  
4 απαντήσεις



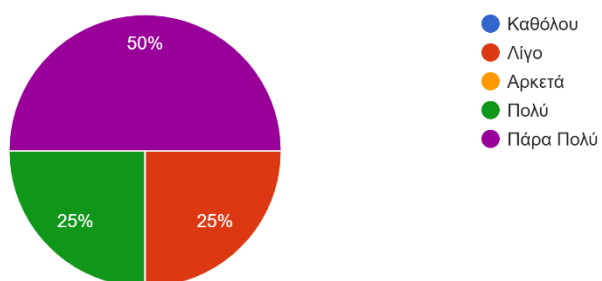
**Γράφημα 51.** Χρηματοδότηση από ιδιωτικά και κρατικά κονδύλια.

Εισιτήριο εισόδου:  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 52.** Χρηματοδότηση από εισιτήρια εισόδου.

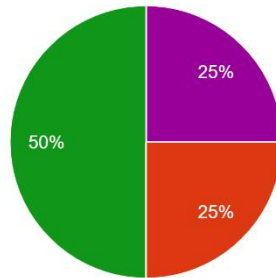
14. Ποια από τα παρακάτω προβλήματα-δυσκολίες αντιμετωπίζετε; Οικονομικής φύσεως :  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 53.** Προβλήματα οικονομικής φύσεως.



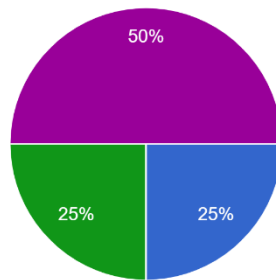
Κτιριακών Υποδομών:  
4 απαντήσεις



- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

### Γράφημα 54. Προβλήματα κτιριακών υποδομών.

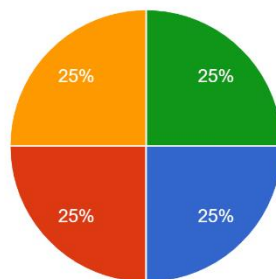
Ανθρώπινου δυναμικού (έλλειψη εργαζομένων):  
4 απαντήσεις



- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

### Γράφημα 55. Προβλήματα ανθρώπινου δυναμικού.

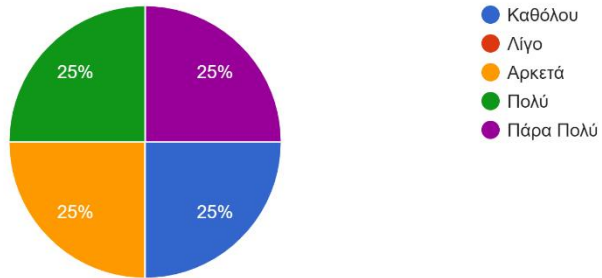
Κοινού (έλλειψη επισκεπτών):  
4 απαντήσεις



- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

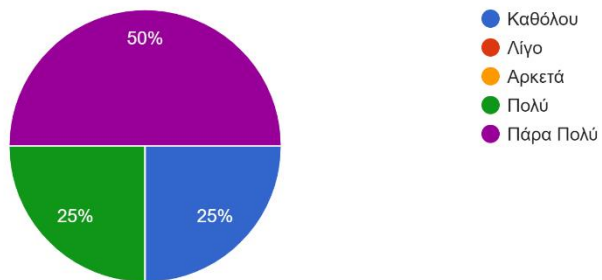
### Γράφημα 56. Έλλειψη επισκεπτών.

Συντήρησης υλικού:  
4 απαντήσεις



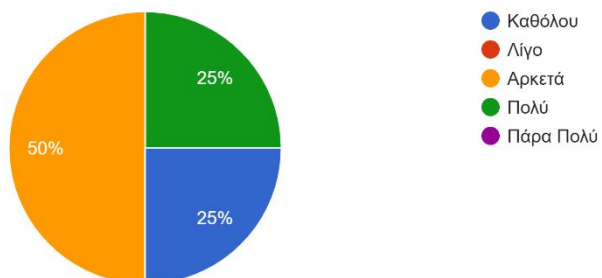
**Γράφημα 57.** Προβλήματα συντήρησης υλικού.

Αποθήκευσης υλικού:  
4 απαντήσεις



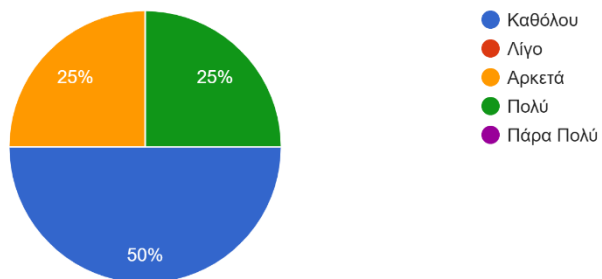
**Γράφημα 58.** Προβλήματα αποθήκευσης υλικού.

Εκπαίδευσης προσωπικού:  
4 απαντήσεις



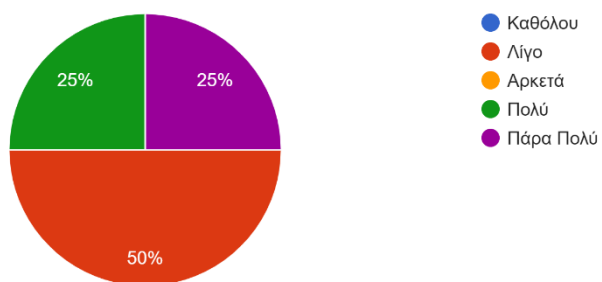
**Γράφημα 59.** Προβλήματα εκπαίδευσης προσωπικού.

Έλλειψη εκπαιδευτικών προγραμμάτων:  
4 απαντήσεις



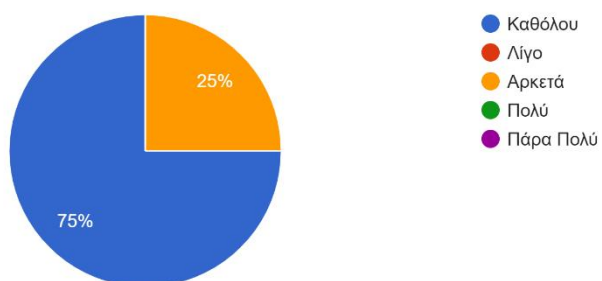
**Γράφημα 60.** Προβλήματα έλλειψης εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Διαφήμισης:  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 61.** Προβλήματα διαφήμισης.

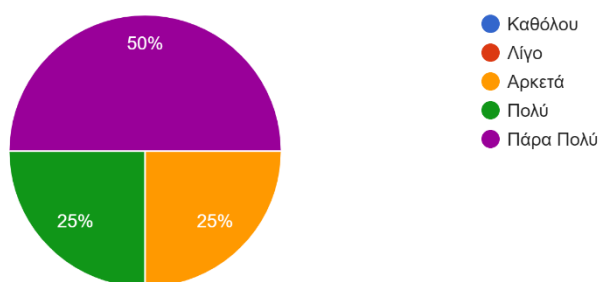
Συνεργασίας (με άλλα Μουσεία):  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 62.** Προβλήματα συνεργασίας με άλλα μουσεία.

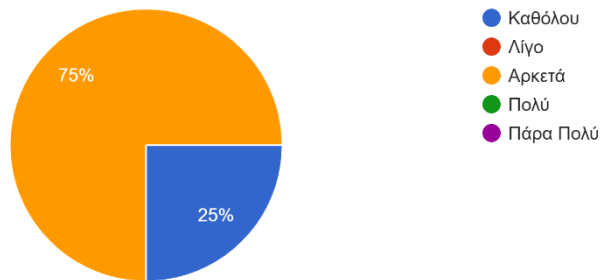
Στην ανοικτή ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση 15): «Ποιες οι αδυναμίες ή τα δυνατά σημεία της λειτουργίας ενός Ελληνικού Αθλητικού Ολυμπιακού Μουσείου σε σχέση με αντίστοιχους χώρους του εξωτερικού;», οι υπεύθυνοι απάντησαν για τις αδυναμίες, δίνοντας έμφαση στην έλλειψη κρατικής οικονομικής υποστήριξης και εν γένει ενδιαφέροντος, έλλειψη ενδιαφέροντος εν γένει για τα Μουσεία από το ελληνικό κοινό, έλλειψη επαρκούς νομοθετικού πλαισίου με αποτέλεσμα να υφίστανται «Μουσεία» και Μη πιστοποιημένοι φορείς (Hall of Fames, Ιδιωτικές Συλλογές, κ.α.) άνευ άδειας λειτουργίας ως Μουσεία (Αναγνώριση από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, Μέλη του Μητρώου Πολιτιστικών Φορέων του Υπουργείου Πολιτισμού) ή έγκρισης εκπαιδευτικής καταλληλότητας (Έγκριση από το Υπουργείο Παιδείας)/ Αποτέλεσμα, ερασιτεχνικές πρωτοβουλίες, άνευ πιστοποίησης να αυτό-αποκαλούνται «Μουσεία» και να παρέχουν «εκπαιδευτικό» έργο από μη πιστοποιημένους ειδικούς επιστήμονες. Ως δυνατά σημεία, αναφέρθηκαν, Ολυμπιακό Μουσείο στη χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες με τόση σπουδαία και πολύτιμη ιστορία.

16. Πόσο σημαντικοί είναι οι κανονισμοί της ICOM / ACOM και ο κώδικας δεοντολογίας των Μουσείων;  
4 απαντήσεις



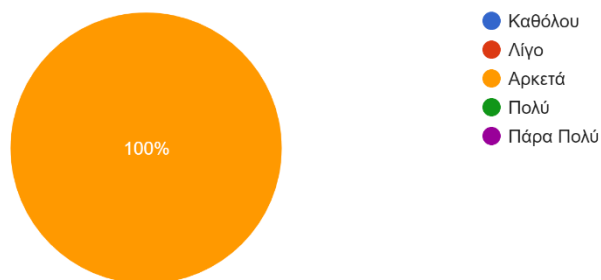
**Γράφημα 63.** Σημαντικότητα κανονισμών ICOM/ACOM και κώδικα δεοντολογίας Μουσείων.

17. Πιστεύετε πως στη χώρα μας υπάρχει έλλειψη από Μουσεία που έχουν ως βασικό τους θέμα τους Ολυμπιακούς αγώνες και ό,τι αυτοί αντιπροσωπεύουν;  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 64.** Ύπαρξη έλλειψης Ολυμπιακών αθλητικών μουσείων στην Ελλάδα.

18. Θεωρείτε πως υπάρχει έλλειψη εθνικού προγραμματισμού, που θέτει εμπόδια στην ανάπτυξη του πολιτισμού και στην πολιτισμική διαχείριση στη Χώρα μας;  
4 απαντήσεις



**Γράφημα 65.** Ύπαρξη έλλειψης εθνικού προγραμματισμού για την ανάπτυξη του πολιτισμού και της πολιτιστικής διαχείρισης στην Ελλάδα.