



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ , ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Πρόταση για ένα

« Μουσείο Κομικ-ής και Γελοίο-γραφικής

Ιστορίας της

Νεότερης Ελλάδας »

Βαρούτη Σπυριδούλα

Αθήνα, 2015

Τριμελής επιτροπή:

Γκαζή Ανδρομάχη, Επίκουρος καθηγήτρια του Παντείου Πανεπιστημίου
(επιβλέπουσα)

Σκαρπέλος Γιάννης, Αναπληρωτής καθηγητής του Παντείου Πανεπιστημίου

Φουντουλάκη Έφη, Επίκουρος καθηγήτρια του Παντείου Πανεπιστημίου

Στην μνήμη της γλυκιάς μου
γιαγιάς που όλες τις δυσκολίες
της ζωής της τις νικάγε με ένα
πονηρό, υπόγειο γέλιο...



Περίληψη εργασίας

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την πρόταση σύστασης ενός μουσείου νεοελληνικής ιστορίας που θα την αφηγείται μέσω της τέχνης της γελοιογραφίας και του κόμικ. Η πρόταση έχει **υποθετικό χαρακτήρα** και το μουσείο σχεδιάζεται από την αρχή.

Η έκθεση του μουσείου φιλοδοξεί να καλύψει μία μεγάλη περίοδο της νεοελληνικής ιστορίας, κάνοντας ιδιαίτερη αναφορά σε εποχές που θεωρεί πιο ενδιαφέρουσες και πλούσιες σατυρικά. Ξεκινά από την περίοδο της Αντιβασιλείας για να φτάσει στη σημερινή, δίχως να κλείνει τον κύκλο ενδιαφέροντος, αφήνοντας την έκθεση ανοιχτή να ακολουθεί τις εξελίξεις όπως ένα μουσείο μοντέρνας τέχνης. Κατά συνέπεια, έχει σχεδιαστεί μια **μόνιμη έκθεση**, καθώς και ο χώρος και οι υποδομές για **περιοδικές-εναλλασσόμενες εκθέσεις**.

Στο **πρώτο μέρος** της εργασίας, που έχει θεωρητικό χαρακτήρα, παρουσιάζεται συνοπτικά η τέχνη της γελοιογραφίας και του κόμικ, και γίνεται η απόπειρα να καταδειχθεί η εκθεσιακή τους αξία. Στο **δεύτερο μέρος**, που είναι πιο πρακτικής υφής, γίνεται προσπάθεια να οριστούν οι βασικοί άξονες δημιουργίας και διαμόρφωσης του μουσείου, καθώς και να προταθούν μερικές ιδέες σχεδιασμού, οργάνωσης, διαχείρισης και προβολής του. Έπειτα, συμπληρωματικά στον βασικό κορμό της εργασίας, οι **μελέτες ανάλογων περιπτώσεων** ανά τον κόσμο και παρατίθενται οι συνεντεύξεις σκιτσογράφων αλλά και επιμελητών αντίστοιχων εκθέσεων. Στο τέλος, παρατίθενται **παραδειγματικά σχέδια-προτάσεις** για την εσωτερική και εξωτερική μορφή του καθώς και των δράσεων του.

Η **μεθοδολογία** που χρησιμοποιήθηκε είναι:

- Η **δευτερογενής βιβλιογραφική επισκόπηση** ελληνικών και ξένων πηγών καθώς και άρθρων, ντοκιμαντέρ, συνεδρίων, επιστημονικών συζητήσεων.
- Η **πρωτογενής και δευτερογενής** ποιοτική έρευνα ημί-δομημένων προσωπικών **συνεντεύξεων**.
- Η μελέτη **ανάλογων περιπτώσεων**.

Οι συντελεστές της εργασίας

Η εργασία αυτή είναι όσα εκμυστηρεύτηκαν, εμπιστεύτηκαν, εξήγησαν, παρατήρησαν οι συν-δημιουργοί της, και η απίστευτη υπομονή που έδειξαν απέναντί μου... (το γιατί, δεν μπορώ ούτε εγώ να εξηγήσω...)

Θα ήθελα να ευχαριστήσω αρχικά τους μαθητές μου που ανέχτηκαν για δύο χρόνια τα απαράδεκτα ωράρια που τους έχω επιβάλει. Πέρα από το να με κάνουν να νοιώθω χρήσιμη, με έκαναν και πιο δυνατή στηρίζοντάς με.

Έπειτα, θα ήθελα να ευχαριστήσω την Πόλυ Καραγιάννη, και τους Γιώργο Ζελιαναίο και Χριστόφορο Φουστέρη για την απλοχεριά τους να μου δανείσουν τα μισά βιβλία της βιβλιοθήκης τους για τόσους μήνες. Χωρίς την ευγένειά τους, πολλά άλμπουμ γελοιογραφίας, βιβλία ιστορίας και μουσειοπαιδαγωγικής δεν θα υπήρχαν στη βιβλιογραφία.

Τα αρχιτεκτονικά σχέδια πραγματοποιήθηκαν χάρις στα μαθήματα σχεδίου που αφιλοκερδώς είχε την καλοσύνη να μου παραδώσει ο Κωνσταντίνος Γκούτης που μου θύμιζε ότι τα κτίρια πέρα από όμορφα, πρέπει να είναι και λειτουργικά.

Οι μεταφράσεις των γαλλικών και των αγγλικών διαλόγων έγιναν με τη βοήθεια του Κωνσταντίνου Ζελιαναίου που ακόμα με αντέχει στη ζωή του...

Μεγάλη μου τιμή και χαρά ήταν οι συνεντεύξεις που μου παραχώρησαν οι γελοιογράφοι (και όχι μόνο), Πάνος Μαραγκός, Ηλίας Ταμπακέας, και Αντώνης Νικολόπουλος ή κατά κόσμων Solούρ. Δίχως την πολύτιμη εμπειρία και γνώση τους, και κυρίως δίχως την αστείρευτη αγάπη για την τέχνη τους, η εργασία αυτή θα ήταν πολύ φτωχή. Ιδίως ο κος Ταμπακέας, με τον βιωματικό του λόγο, μου έδωσε να καταλάβω τη σοβαρότητα που απαιτείται στην υλοποίηση τέτοιου είδους προτάσεων.

Ήταν, επίσης, μεγάλη μου τιμή και χαρά που επιμελητές ανάλογων μουσείων και εκθέσεων είχαν την ευγενή καλοσύνη να απαντήσουν στις ερωτήσεις και να μοιραστούν μαζί μου την επαγγελματική τους εμπειρία. Οι Hugo Gonzálz Castellano από την Αργεντινή, Marie-Aude Piavaux

από το Βέλγιο και ο Andrew από το Σαν Φρανσίσκο, μου έδειξαν πόσο μικρός είναι ο κόσμος αν και εφόσον οι άνθρωποι θέλουν να αλληλοβοηθηθούν και να μοιραστούν εμπειρίες τις τους.

Ομοίως, η συνεισφορά της κας Νατάσας Καστρίτη, επιμελήτριας του Εθνικού Ιστορικού Μουσείου υπήρξε διπλά χρήσιμη: από τη μία οι γνώσεις και η εμπειρία της, τις οποίες μου έκανε την τιμή να μοιραστεί μαζί μου, ήταν διαφωτιστικές περί στησίματος εκθέσεων. Από την άλλη, τα βιβλία που η ίδια έχει επιμεληθεί και ο τρόπος που αντιμετωπίζει τη γελοιογραφία σε αυτά, αποτέλεσαν, βασική πηγή σκέψης.

Ειδική μνεία θα ήθελα να κάνω στον κο Γιάννη Σκαρπέλο. Οι παραδόσεις, τα συνέδρια και η έρευνά του είναι πολύτιμες πηγές της εργασίας. Κυρίως, όμως, τον ευχαριστώ, διότι τα απελευθερωτικά μαθημάτων Οπτικού Πολιτισμού αποτέλεσαν την αρχική πηγή έμπνευσης της ιδέας της εργασίας.

Ειδική αναφορά θα ήθελα να κάνω στην κα Φουντουλάκη Έφη η οποία, μελετώντας βήμα-βήμα τη ζωγραφική μέσα στην Ιστορία, μου έδειξε τον τρόπο να τοποθετήσω αντίστοιχα, τα σκίτσα στην ελληνική ιστορία. Η εμπειρία από τις παραδόσεις της ήταν παραπάνω από βοηθητική κατά τη διάρκεια των σχεδιαστικών προτάσεων της εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα ιδιαιτέρως να ευχαριστήσω την κα Γκαζή Ανδρομάχη για την πολλαπλή βοήθεια της: πρώτον, διότι η διδασκαλία, οι επιμέλειες εκθέσεων και το ερευνητικό της έργο αποτέλεσαν τις βασικές πηγές της μουσειολογικής έρευνας. Δεύτερον, διότι, με τις συμβουλές και τις παρατηρήσεις της επί της εργασίας, με βοήθησε να συντάξω και να δομήσω το χάος που είχα στο μυαλό μου. Αλλά κυρίως, διότι, με τη συμπεριφορά της και τις συζητήσεις που πάντα είχε χρόνο να κάνει μαζί μου, με έκανε καλύτερη δασκάλα...

Περιεχόμενα

Περίληψη εργασίας	4
Οι συντελεστές της εργασίας	5
Περιεχόμενα.....	7
Δομή της εργασίας.....	12
Α΄ Μέρος.....	14
1 ^ο Κεφάλαιο. Ποιο μουσείο;	14
1.Α. Ακόμη ένα μουσείο ιστορίας στην Ελλάδα;	14
1.Β Τι είδους μουσείου προτείνεται;	14
1.Β.α. Ο τίτλος του.....	14
1.Β.β Το όραμα, η αποστολή και οι στόχοι του μουσείου	14
2 ^ο κεφάλαιο. Γιατί αυτά τα εκθέματα στο μουσείο.....	17
2.Α. Βασικά ερωτήματα πριν την αφήγηση.....	17
2.Α.α. Ποια θα είναι τα εκθέματα;	17
2.Α.β Πότε γεννιούνται στην Ελλάδα;	18
2.Α.γ Τι σχέση έχουν με την ιστορία;	18
2.Α.δ Μουσεία- έντυπη σάτιρα. Μια σχέση με παρελθόν	20
2.Α.ε Ποιες συλλογικές ταυτότητες παράγουν τα σκίτσα;	21
2.Α.στ. Η γλώσσα των σκίτσων	22
2.Β. Τα εκθέματα του μουσείου. Ποια μπορεί να είναι;	22
2.Β.α Ποια η φύση τους;	23
2.Β.β Η Ιδιαιτερότητα των εκθεμάτων.....	24
2.Β.γ. Ποια η παιδαγωγική χρησιμότητα τους;.....	24
2.Γ. Το χιούμορ των εκθεμάτων μέσα στα μονοπάτια της ιστορίας	26
2.Γ.α. Ο δημοκρατικός χαρακτήρας τους.....	27
2.Γ.β. Όλα αυτά θα διαμορφώσουν το χαρακτήρα του μουσείου	28
2.Γ.γ Γιατί όμως ένας χώρος μουσείου και όχι άλλος;	28
Β΄ Μέρος.....	31
3 ^ο Κεφάλαιο. Σημαντικές αποφάσεις λίγο πριν την υλοποίηση της ιδέας.	31
3.Α Εισαγωγή.....	31
3. Α. α Πάνω στην άμμο χτίζουμε... μουσεία ;	31

3.Β. Για να ξέρουμε τι γίνεται στον κόσμο: Μελέτες περίπτωσης	32
3.Β.α Αποτυχία μελέτης περιπτώσεων μουσείων εξωτερικού	33
3.Β.β Αποτυχία επικοινωνίας με τις ενχώριες περιπτώσεις μελέτης	34
3.Β.γ. Μελέτες ανάλογων περιπτώσεων μουσείων προς εξαγωγή συμπερασμάτων	34
3.Β.δ. Ποια η μεθοδολογία έρευνας για την μελέτη των μουσείων αυτών	35
3.Γ. Εμείς θέλουμε. Οι συγκυρίες όμως;.....	37
3.Δ. Η νομική υπόσταση του μουσείου	39
3.Δ.α Τι νομικό πρόσωπο θα έχει το μουσείο;.....	40
4 ^ο κεφάλαιο. Στάδια υλοποίησης του μουσείου. Ίσως γίνει	42
4.Α Το απαραίτητο business plan του μουσείου	42
4.Α. α Οι οικονομικές συνθήκες δεν είναι όπως παλιά	43
4.Α. β Άρα προσαρμοζόμαστε. Μπορούμε;	43
4.Α.γ Το μουσείο είναι ένα Brand name.....	44
4.Α.δ Προτάσεις για την οικονομική βιωσιμότητα.....	44
4.Β. Το μουσείο είναι οι άνθρωποι του.....	46
4.Β.α Ομάδα σημαίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	47
4.Β.β Ποια είναι τα μέλη της ομάδας;.....	48
4.Β.γ Κάποιες προτάσεις περί στελέχωσης της ομάδας	49
4.Γ Εμάς μας αρέσει η ιδέα. Στον κόσμο όμως;	50
4.Γ.α Πιλοτική έρευνα κοινού προ του σχεδιασμού: μια πρόταση.....	51
5 ^ο κεφάλαιο.	52
Το μουσείο συνδιαλέγεται, ενημερώνει, επικοινωνεί	52
5.Α Η επικοινωνιακή πολιτική ως μέρος στρατηγικής marketing.....	52
5.Β Η γλωσσική επικοινωνία του μουσείου.....	52
5.Β.α.Κάθε έκθεμα είναι μια λέξη, κάθε ενότητα είναι μια πρόταση.....	53
5.Β.β Άρα, κάθε μουσείο είναι ένα διήγημα	53
5.Β.γ. Άμεση και έμμεση επικοινωνία του μουσείου με το κοινό	53
5.Β.δ.Η επικοινωνία είναι αποτέλεσμα ερμηνευτικής ικανότητας	54
5.Γ Τα κείμενα της έκθεσης	54
5.Γ.α Το μουσείο μιλάει τη δική του γλώσσα	55

5.Γ.β Πώς όμως πρέπει να μιλάει;	55
5.Γ.γ Και πώς θα ξεκινάει την κουβέντα;	56
5.Γ.δ Και που θα γίνεται ο διάλογος;	56
5.Δ Κείμενα της έκθεσης: Μία πρόταση	56
6° Κεφάλαιο:.....	60
Το μουσείο είναι ένα σχολείο δίχως όρια	60
6.Α Η εκπαιδευτική πλευρά του μουσείου	60
6.Α.α. Μουσείο-παιδαγωγική πολιτική του μουσείου	60
6.Α.β Πώς μπορεί να αφηγηθεί το μουσείο την ιστορία του;.....	61
6.Α.γ Δράσεις για τους μικρούς μας φίλους	61
6.Α.δ Δράσεις για τους πιο μεγάλους-μικρούς μας φίλους	62
7° κεφάλαιο	63
Το κτίριο του μουσείου ως έκφραση του χαρακτήρα του	63
7. Α Γιατί είναι σημαντικό το κτίριο;	63
7.Α.α Ποιο θα είναι;	63
7.Β Πώς θα είναι το κτίριο;	64
7.Β.α Σχεδιάζοντας τις λειτουργικές ανάγκες του μουσείου.....	65
7.Γ Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του εσωτερικού του μουσείου	66
7.Γ.α Ο χώρος μιλά τη γλώσσα του. Ποιο είναι το συντακτικό της;.....	66
7.Γ.β Και ποια τα μυστικά της;	67
7.Γ.γ Μια γενική ιδέα νοηματοδότησης του εσωτερικού χώρου.....	67
7. Δ. Μερικές βασικές πρακτικές προτάσεις προ σχεδιασμού.....	67
7.Δ.β Ένα μουσείο είναι έμπρακτα χώρος δημοκρατίας.....	69
Επίλογος.....	70
Βιβλιογραφία	71
Α) περί κόμικ, γελοιογραφίας, οπτικής σάτιρας, εικονολογίας και σημειολογίας της εικόνας.	72
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	72
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία	74
Συνέδρια, συζητήσεις.....	74
Ντοκιμαντέρ	74

αρθρογραφία	74
Πληροφορίες έλληνες γελοιογράφους από ιστότοπους	75
Εφημερίδες-περιοδικά.....	76
περί κόμικ-γελοιογραφίας.....	76
Β) περί νεοελληνικής ιστορίας.....	77
Ιστότοποι εκπαιδευτικών ιστορίας:.....	78
Πληροφορίες από ιστότοπους με ιστορικά άρθρα	78
Γ) Περί σύστασης, οργάνωσης, επιμέλειας, σχεδιασμού και διαχείρισης μουσείων	79
Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία	79
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	82
Ιστότοποι	82
Εκθέσεις- μουσεία ανάλογου περιεχομένου	83
εκπαιδευτικά φυλλάδια των μουσείων.....	83
Δ) Περί οργάνωσης και διοίκησης οργανισμών	84
Ε) Περί παιδαγωγικής επιστήμης και γλωσσολογίας	85
ΣΤ) Περί μεθοδολογίας της έρευνας	86
Παράρτημα Α΄.	87
Συνεντεύξεις, μελέτες περίπτωσης	87
Λίγα λόγια περί της έρευνας	88
1.Λέσχη Ελλήνων Γελοιογράφων (Cartoonists)	90
Α) Συνέντευξη ανοιχτού τύπου με τον αντιπρόεδρο της Λέσχης Ελλήνων Γελοιογράφων και γελοιογράφο στην εφημερίδα Το Έθνος, κο Πάνο Μαραγκό (02/04/2015):.....	90
Β) Τηλεφωνική συνέντευξη ανοιχτού τύπου με τον κο Ηλία Ταμπακέα καθηγητή γελοιογραφίας στη Σχολή Ορνεράκη, γελοιογράφο και πρώην διευθυντή του Ελληνικού Μουσείου Σκίτσου, (09/04/2015).	93
2. Το Μουσείο Σκίτσου στην Αργεντινή: Museo del Dibujo (MUDI).....	97
Α) Πληροφορίες για το μουσείο από την επίσημη ιστοσελίδα του	97
Β) Δομημένη συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τον αντιπρόεδρο του μουσείου Hugo González Castellano (28/04/14).....	97

3. Συνέντευξη ανοιχτού τύπου με την κα Νατάσα Καστρίτη, επιμελήτρια της συλλογής «500 γελοιογραφίες, λευκώματα, λιθογραφίες του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου», στο Εθνικό Ιστορικό Μουσείο: (04/03/2015).....	102
4. Δομημένη συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τον επιμελητή της έκθεσης του μουσείου Cartoon Art Museum του San Francisco, Andrew (07/03/2015)	104
5. Μουσείο Centre Belge de la Bande Dessinée Belgisch Strip centrum, Βέλγιο. 108	
Α) Συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με την υπεύθυνη μουσειοπαιδαγωγικών προγραμμάτων του Μουσείου, κα Marie-Aude Pianaux (10/03/15).....	108
6. Δομημένη συνέντευξη ανοιχτού τύπου μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τον γελοιογράφο και κομίστα Solóur (20/04/2015).	112

Γραφήματα

Σελ. 35-36.	Ανάλυση εξωτερικών παραγόντων PEST
Σελ. 56-58.	Σχεδιαστικά παραδείγματα κειμένων

Δομή της εργασίας

Όταν ήμουν μικρή η ανάγνωση μεγάλων κειμένων με κούραζε και με μπέρδευε. Γι' αυτό και το μάθημα της ιστορίας στα πρώτα σχολικά χρόνια ήταν βασανιστικό. Όσπου βρήκα τη λύση. Είτε ανέτρεχα σε χάρτες και προσωπογραφίες, αν υπήρχαν στις εγκυκλοπαίδειες, για να καταλάβω πού και από ποιον γίνεται τι -είτε σχεδιάζα στην άκρη της σελίδας αυτό που διάβαζα, όπως εγώ το φανταζόμουν. Η αλλαγή έγινε αμέσως αισθητή: η ιστορία από αγγαρεία έγινε παιχνίδι. Έκτοτε το σκίτσο με βοηθά στην απόκτηση γνώσης αλλά ποτέ δεν είχα σκεφτεί ότι μπορεί να προσφέρει γνώση και μάλιστα ιστορική.

Η αρχική ιδέα της εργασίας γεννήθηκε κατά τη διάρκεια των μαθημάτων *Οπτικού Πολιτισμού* όπου συνειδητοποίησα τη σημειωτική αξία που έχουν τα σκίτσα. Η ιδέα για την αξιοποίησή τους προήλθε από τις παραδόσεις της *Μουσειολογίας* όπου μου αποκαλύφθηκαν οι πολλαπλές διδακτικές και βιωματικές δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει ένα μουσείο. Η επιβεβαίωση της ιδέας έγινε στα μαθήματα της *Ιστορίας της Τέχνης*: ναι, η ανάλυση ενός έργου τέχνης είναι πηγή ιστορικής γνώσης αρκεί να βρεθούν τα κατάλληλα εργαλεία που θα την αποκωδικοποιήσουν.

Συνεπώς, η σύλληψη της ιδέας για ένα μουσείο που αφηγείται την ιστορία μέσα από το σκίτσο δεν ήταν κατά βάση δική μου· γεννήθηκε, από το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών του Π.Μ.Σ. και των καθηγητών του που με ενέπνευσαν. Η απουσία ανάλογου μουσείου στη χώρα, με ενθάρρυνε. Το θέμα και οι βασικές ιδέες είχαν βρεθεί. Η μεγάλη πρόκληση ήταν η αποτύπωση τους σε κείμενο και η μορφοποίησή τους σε σχέδιο.

Το πρώτο μέρος της εργασίας προσπαθεί να μεταφέρει τις ιδέες σε κείμενο, γι' αυτό και έχει θεωρητική υφή. Συνδέει την ιστορία με τα σκίτσα ως μαρτυρίες της, αλλά και των διάλογο αυτό των δύο με το μουσείο. Στο **πρώτο κεφάλαιο** του πρώτου μέρους εξηγούνται οι λόγοι για τη δημιουργία του μουσείου. Για να επιτευχθεί αυτό, συντάσσεται μια πρόταση καταστατικού που καθορίζει το όραμα, τους στόχους, τα μέσα επίτευξής τους και τη γενικότερη στρατηγική του.

Παράλληλα όμως με την αποτύπωση των ιδεών προέκυπταν και άφθονα ερευνητικά ερωτήματα που δυσκόλευαν τη συγγραφή. Γιατί επιλέχθηκε αυτή η εκθεσιακή θεματική; Γιατί αυτά τα εκθέματα; Ποια είναι η εκθεσιακή τους αξία, και τι θα προσφέρουν στην μουσειακή εμπειρία του επισκέπτη; Από ποια χρονική στιγμή θα ξεκινάει η έκθεση; Το **δεύτερο κεφάλαιο** αποπειράται να απαντήσει αυτά τα κύρια ερωτήματα αναλύοντας το χαρακτήρα, την ιστορία και τη φύση των σκίτσων.

Μοιραία, προέκυψε εν προκειμένω και το βασικό ερώτημα της εργασίας. Η ιδέα φαντάζει ενδιαφέρουσα, αλλά τι πρέπει να γίνει για να συσταθεί το μουσείο αυτό; Το **τρίτο κεφάλαιο** σηματοδοτεί το πέρασμα της εργασίας από το θεωρητικό επίπεδο στο πρακτικό και άρα, από το πρώτο στο δεύτερο μέρος. Μελετώνται οι οικονομικές, οι νομοθετικές και οι πολιτισμικές συνθήκες μέσα από τις οποίες αναμένεται να δημιουργηθεί το μουσείο καθώς και η εμπειρία συγγενών μουσείων ανά τον κόσμο. Τα συμπεράσματα υποδεικνύουν τη νομική μορφή του μουσείου.

Η οικονομική στρατηγική είναι το θέμα του **τέταρτου κεφαλαίου**. Συντάσσεται σχέδιο οικονομικής διαχείρισης και προτείνεται ο τρόπος στελέχωσης μιας μουσειολογικής ομάδας ως κύριου παράγοντα για την επιβίωση του μουσείου ως οργανισμού. Επίσης, προτείνεται η μελέτη γνώμης του κοινού πριν και μετά την αρχή των εργασιών ως αναγκαία συνθήκη ενός επιτυχημένου μουσειακού σχεδιασμού.

Στη συνέχεια αυτής της λογικής, στο **πέμπτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται η επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου, το οποίο ως ζωντανός οργανισμός επικοινωνεί και συνδιαλέγεται με το κοινό του και με άλλους φορείς, με κάθε δυνατό μέσο. Σημαντικό μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου έχουν τα κείμενα του. Αναλύεται η σημασία τους και παρατίθενται ιδέες σύνταξης και σχεδιασμού τους.

Το **έκτο κεφάλαιο** παρουσιάζει τις εκπαιδευτικές δυνατότητες του μουσείου, καθώς και τις δράσεις και τα παιδαγωγικά προγράμματα που μπορούν να υλοποιηθούν στα πλαίσια της λειτουργίας του.

Τέλος, στο **έβδομο κεφάλαιο**, παρουσιάζονται συνοπτικά, η πιθανή μορφή του κτιρίου που θα στεγάζει το μουσείο, η αισθητική και ο χαρακτήρας του, ο σχεδιασμός των εσωτερικών του χώρων. Τα δύο τελευταία κεφάλαια αυτό είναι σκόπιμα σύντομα. Θεωρείται σημαντικότερη η σχεδιαστική απεικόνιση τους παρά η περιγραφή.

Έπειτα, ακολουθεί το **παράρτημα** με τις συνεντεύξεις που συνιστούν συμπληρωματικές πηγές της εργασίας. Πρόκειται για συνεντεύξεις επιμελητών μουσείων, σκιτσογράφων και θεωρητικών σκίτσου και αποτελούν βασική πηγή έρευνας για την εργασία.

Τέλος, το **σχεδιαστικό παράρτημα** προσπαθεί να δώσει μορφή σε όλα τα παραπάνω. Σε αυτό το μέρος, παρατίθενται σχεδιαστικές προτάσεις εκθεμάτων, εκθεσιακών μονάδων, εκθεσιακών ενοτήτων, κειμένων, φυλλαδίων, προθηκών, εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του μουσείου και μια προσπάθεια κάτοψης του κτιρίου.

Α΄ Μέρος

1^ο Κεφάλαιο. Ποιο μουσείο;

1.Α. Ακόμη ένα μουσείο ιστορίας στην Ελλάδα;

Τι μπορεί να προσφέρει ένα ακόμα μουσείο ιστορίας σε μια χώρα που αρέσκεται στο να αυτό-αφηγείται και να αυτό-εξιστορείται; Θα αναρωτιόταν εύλογα κάποιος διαβάζοντας τον τίτλο της εργασίας αυτής. Και το ερώτημα αυτό δεν θα ήταν μονάχα φιλοσοφικό, αλλά κυρίως πρακτικό, μέρος μιας γενικότερης επισκόπησης του ρόλου των μουσείων σε μια κοινωνία (Preziosi2008,102). Κρίνεται λοιπόν απαραίτητο, να ξεκινήσει η εργασία δικαιολογώντας τον λόγο ύπαρξής της. Δηλαδή, τι και αν, θα συμπληρώσει το προτεινόμενο μουσείο σε σχέση με τα υπόλοιπα της χώρας, τι και πώς θα το αφηγείται, ποια κοινωνικά αιτήματα θα εκπληρώνει; (Δημόγλου2008,47)

1.Β Τι είδους μουσείου προτείνεται;

1.Β.α. Ο τίτλος του

Το προτεινόμενο μουσείο είναι **ιστορικό**. Η χρονική περίοδος την οποία καλύπτει η έκθεσή του είναι η **νεοελληνική** ιστορία από την περίοδο της Αντιβασιλείας (1833) όπου σχεδιάζεται το πρώτο σκίτσο μέχρι και τη σύγχρονη εποχή. Βασικά εκθέματα του μουσείου είναι οι γελοιογραφίες, τα κόμικς, τα σατιρικά σκίτσα και οι αφίσες, δηλαδή όλα όσα μπορούν να θεωρηθούν έντυπη σάτιρα. Λόγω της φύσης των εκθεμάτων, το μουσείο, αν και ιστορικό, θα μπορούσε να εκληφθεί και ως μουσείο **χιούμορ**. Αυτός ο διττός χαρακτήρας, θέλουμε να δηλώνεται ήδη από τον τίτλο του «Μουσείο Κομικ-ής και Γελοιο-γραφικής Ιστορίας της Νεότερης Ελλάδας».

1.Β.β Το όραμα, η αποστολή και οι στόχοι του μουσείου

Η σύσταση ενός μουσείου είναι μια χρονοβόρα και απαιτητική διαδικασία που οφείλει να απαντά μια σειρά βασικών ερωτημάτων. Τί **είδους** μουσείο θα είναι; **Γιατί** να συσταθεί ; Από **ποιον**; Με τι **υλικό**; Με ποιο **αποτέλεσμα** και με ποιες μελλοντικές δυνατότητες; Θα **προσφέρει** νέα γνώση ή νέες εμπειρίες; Σε ποιες πληθυσμιακές ομάδες θα **απευθύνεται**; Θα μπορεί να **αλλάξει** τη θεώρηση μας για τον κόσμο;

Στην πορεία της εργασίας θα γίνει προσπάθεια να απαντηθούν αυτές οι ερωτήσεις. Ωστόσο, ένα βασικό στίγμα του εγχειρήματος μπορεί να δώσει το **καταστατικό** που θα συνέτασσε η διεύθυνση του μουσείου και στο οποίο θα καθόριζε το όραμα, την αποστολή, τους στόχους, τον χαρακτήρα και τα μέσα επίτευξης όλων αυτών. Ακολούθως, παρατίθεται ένα **υπόδειγμα καταστατικού**:

Όραμα του μουσείου είναι να **διηγηθεί την νεοελληνική ιστορία** από την ίδρυση του νεοελληνικού κράτους μέχρι σήμερα, με χιούμορ και αμεσότητα, χρησιμοποιώντας ως εκθέματα τις γελοιογραφίες, τα κόμικς και τα σατυρικά έντυπα της χώρας προβάλλοντας, παράλληλα, **το έργο** και την προσφορά των **δημιουργών**.

Η **αρχική αποστολή** του μουσείου θα είναι η διατήρηση, η συντήρηση και η έκθεση των παραπάνω έργων και η ανάδειξή τους ως πολιτισμικής κληρονομιάς της χώρας. Κατά συνέπεια, **κύρια αποστολή** του θα είναι να γίνουν οι επισκέπτες κοινωνοί της αξίας και της ομορφιάς της πολιτισμικής αυτής κληρονομιάς, μέσα σε ένα ευχάριστο και δια-δραστικό περιβάλλον μάθησης και κοινωνικής συναναστροφής.

Για να εκπληρωθούν τα παραπάνω, τίθενται ως **στόχοι**:

- ✓ η σύσταση **μόνιμης έκθεσης** σατιρικών σκίτσων,
- ✓ η συμπλήρωσή της από **εναλλασσόμενες περιοδικές θεματικές εκθέσεις**,
- ✓ η οργάνωση πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και εκπαιδευτικών εκδηλώσεων σχετικών με την έκθεση,
- ✓ η ανάπτυξη σχέσεων διά-δρασης με την κοινωνία και συμμετοχής των επισκεπτών σε όλες τις δράσεις του μουσείου
- ✓ ο **επαναπροσδιορισμός** της έννοιας της έντυπης σάτιρας από μέρους του κοινού καθώς και τις ίδιες της μουσειακής εμπειρίας.

Μερικά από τα **μέσα πραγματοποίησης** του οράματος είναι:

- Η αίτηση για υπαγωγή του μουσείου στο Ν.3028/2002 και αναγνώριση του από το Συμβούλιο των Μουσείων (άρθρο 51 του 3028/2002)
- Η εύρεση και διαμόρφωση **κτιρίου** που θα στεγάσει την έκθεση και ο κατάλληλος σχεδιασμός του με σκοπό την πολεοδομική έγκριση του κτιρίου
- Η πρόσληψη **προσωπικού**, η δημιουργία μουσειολογικής **ομάδας** και η σύναψη συμβάσεων έργου με επιστημονικούς και καλλιτεχνικούς **συνεργάτες** αλλά και η αρμονική, δίκαιη και αποτελεσματική **συνεργασία** μεταξύ τους.
- Η **συμμετοχή** σε ευρωπαϊκά και διεθνή εκπαιδευτικά και μουσειολογικά προγράμματα, ανταλλαγής και έρευνας με σκοπό την αμοιβαία βελτίωση και εξέλιξη.

- Ο Η **συνεργασία** σε θέματα πολιτισμικών δράσεων και πρωτοβουλιών τόσο με το Υπουργείο **Πολιτισμού** όσο και με τον φορέα όπου θα υπάγεται το μουσείο.
- Ο Η **συνεργασία** με το Υπουργείο **Παιδείας** με σκοπό τον σχεδιασμό εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα συνδιαλέγονται με το πρόγραμμα του Υπουργείου και θα βοηθούν το έργο των εκπαιδευτικών και η οργάνωση επισκέψεων σχολείων στο μουσείο αλλά και κινητών εκθέσεων και δράσεων του μουσείου σε αυτά.
- Ο Η **συνεργασία** με το Υπουργείο **Τουρισμού** με σκοπό τη συνεισφορά στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στη χώρα.
- Ο Η **συνεργασία** με πολιτιστικούς οργανισμούς και ιδρύματα που σχετίζονται με το όραμα του μουσείου, (π.χ. σύλλογοι φίλων γελοιογραφίας και κόμικ) και με όλους τους σχετικούς φορείς δημοσίου και ιδιωτικού χαρακτήρα (ΝΠΔΔ, ΝΠΙΔ, δήμους, κοινότητες, πολιτιστικούς συλλόγους) που μπορούν να βοηθήσουν στην εκπλήρωση των στόχων του.
- Ο Η τακτική έκδοση ενημερωτικών εντύπων με σκοπό την συχνή **πληροφόρηση** του κοινού και των συνεργατών του καθώς και η έκδοση αυτοτελών καταλόγων των εκθέσεων του μουσείου.
- Ο Η συχνή **επικοινωνία** με το κοινό με στόχο τη βελτίωση των υπηρεσιών του μουσείου.

Το μουσείο θα επιδιώξει να απευθυνθεί **σε όλο** το εν δυνάμει κοινό ανεξαρτήτως καταγωγής, γλώσσας, ηλικίας, μορφωτικού επιπέδου ή άλλων χαρακτηριστικών και να είναι **φυσικά και νοητικά προσβάσιμο** σε όλους τους μελλοντικούς επισκέπτες του. Θα είναι ένα μουσείο που θα **μαθαίνει** και άρα, θα έχει τη δυνατότητα να αλλάζει τμήματα της έκθεσης και των δράσεων του, με βάση τις αντιδράσεις του κοινού του, τις οποίες θα **μελετά**.

Εν ολίγοις, θα γίνει προσπάθεια να διαμορφωθεί ένας πολιτιστικός θεσμός που θα συνεισφέρει στην πολιτιστική και δημοκρατική βελτίωση.

2^ο κεφάλαιο. Γιατί αυτά τα εκθέματα στο μουσείο

2.Α. Βασικά ερωτήματα πριν την αφήγηση

Πώς μπορεί ένα μουσείο ιστορίας να κάνει ευχάριστη τη συνομιλία με το παρελθόν; (Νάκου2009,59). Πώς θα διαχειρίζεται τα ζητήματα συλλογικής μνήμης και ταυτότητας; Οι ιστορικές αναφορές και αναπαραστάσεις του θα πλησιάζουν την επίσημη ιστοριογραφία ή θα εισηγείται μια νέα οπτική; (Νάκου2009,66). Τι μηχανισμούς θα βρει προκειμένου να μπορέσει η μνήμη της κοινωνίας να συναντηθεί με την ιστορία της; Πώς θα καταναλωθεί ως πολιτισμικό προϊόν; Με τι είδους εκπαιδευτικά προγράμματα σε τι θα αυτά θα αυτά; (Νάκου2009,72)

2.Α.α. Ποια θα είναι τα εκθέματα;

Η φύση των εκθεμάτων, εγείρει τα περισσότερα ερωτήματα γύρω από την εκθεσιακή καταλληλότητα και την επιστημονική εγκυρότητά τους και συγκεκριμένα τη σχέση τους με την **ιστορία**. Όχι βέβαια για την παρουσία της ως θέμα της έντυπης σάτιρας. Αυτή είναι αυταπόδεικτη και δεν χρήζει ανάλυσης. Όμως, από την παρουσία της ιστορίας στα σκίτσα, μέχρι την παραδοχή ότι αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως **ιστορική πηγή** και μάλιστα ως **έκθεμα σε μουσείο ιστορίας**, η απόσταση φαίνεται χαώδης.



Η αμφιβολία προκύπτει από την στενή σχέση που έχει η γελοιογραφία με την καθημερινότητα. Η γελοιογραφία είναι μια τέχνη εφήμερη, άμεσα σχετιζόμενη με τη δημοσιογραφία και με τη ροή των γεγονότων, φαίνεται α-στορική (Επτακόιλη 2011). Πώς θα μπορέσει να μείνει στατικά σε ένα χώρο;

Η αμφιβολία αυτή επιτείνεται και από το επιστημολογικό ερώτημα: *πόσο ασφαλής είναι η χρήση της έντυπης σάτιρας ως ιστορικής πηγής από τη στιγμή που οι δημιουργοί της ασυνείδητα ή συνειδητά αποσιωπούν, παραποιούν, μεγεθύνουν πρόσωπα και γεγονότα;* Δηλαδή, τη στιγμή που δεν είναι μόνο δημοσιογράφοι αλλά και καλλιτέχνες και επομένως, παράγουν κάτι δικό τους;. Όταν η σχέση με το αναγνωστικό κοινό, είναι αυτή της επιρροής ή και της χειραγώγησης του με σκοπό της άσκηση πίεσης; (Λούβη2011,14).

Βέβαια, ο σκιτσογράφος δεν έχει πάντα τη συνειδητή διάθεση να επηρεάζει. Έχει όμως, τη δύναμη το έργο του να στρεβλώνει την πραγματικότητα γύρω του και ο

ίδιος, διατηρώντας μια συνεχή επαφή με την τρέχουσα πολιτική και κοινωνική επικαιρότητα, να συμμετέχει εμμέσως στα κοινά της χώρας (Παπαδανιήλ2000,17). Σε εποχές μάλιστα κατά τις οποίες ο αναλφάβητος κόσμος διαμόρφωνε γνώμη μέσα από την εικόνα, αυτή η σχέση επιρροής ήταν ακόμα πιο ισχυρή (Αμπατζή2005,7).

2.Α.β Πότε γεννιούνται στην Ελλάδα;

Υπάρχουν διάφορες απόψεις γύρω από το ξεκίνημα της ελληνικής γελοιογραφίας σχετιζόμενες με τις αντίστοιχες θεωρήσεις του εθνικού φαντασιακού περί αδιάκοπης συνέχειας του ελληνικού πολιτισμού. Οι απόψεις αυτές αποτυπώνονται πολύ γλαφυρά στα μουσεία των «μεγάλων αφηγήσεων» (Χαμηλάκης2012,39-42).

Η εργασία που οραματίζεται ένα μουσείο πιο κοντινό στην υλική πραγματικότητα της σύγχρονης Ελλάδας, υιοθετεί τη χρονολόγηση του μελετητή της ελληνικής γελοιογραφίας Δημήτρη Σαπρανίδη ο οποίος αν και ξεκινά τη μελέτη του από τα ζωόμερφα αγγεία της αρχαιότητας, επικεντρώνεται στην νεώτερη μορφή της οπτικής σάτιρας. Θεωρεί ως πρώτη γελοιογραφία του νεοελληνικού κράτους μια ζωγραφιά των Δημήτρη Ζωγράφου και στρατηγού Μακρυγιάννη, ονομάζοντας τον δεύτερο «**πρώτο γελοιογράφο της αναγεννημένης Ελλάδας**» (Σαπρανίδης2001, 43). Κατά συνέπεια, η παραγωγή έντυπης σάτιρας στη χώρα ξεκινά την περίοδο της Αντιβασιλείας 1832-1835 και από εκεί θα ξεκινήσει και η αφήγηση του σεναρίου του μουσείου.

Δεδομένου ότι η ζωγραφιά του Μακρυγιάννη δεν υπάρχει, θα αναφερθεί ως το σημείο γέννησης της γελοιογραφίας στο γενικό εισαγωγικό κείμενο της έκθεσης για να εισάγει τους επισκέπτες στο σενάριο της έκθεσης(**σχεδιαστικό παράρτημα,σ.122**)

2.Α.γ Τι σχέση έχουν με την ιστορία;

«Υπάρχουν τρεις λόγοι για την καθιέρωση των εικόνων στις εκκλησίες: πρώτα για τη διαπαιδαγώγηση των αναλφάβητων, που διδάσκονται από αυτές όπως από τα βιβλία. Δεύτερον, το μυστήριο της Ενσαρκώσεως και οι μορφές των Αγίων διατηρούνται ευκρινέστερα στη μνήμη μας εάν τις αντικρίσουμε καθημερινά. Και τρίτον, γιατί διεγείρουν τα συναισθήματα μας, τα οποία ερεθίζονται πιο αποτελεσματικά από ό,τι βλέπουμε, παρά από ό,τι ακούμε» Θωμάς Ακινάτης (Μένης και Χαλκιά2005,333)

Εφόσον η προσωπική και καλλιτεχνική επιρροή του σκιτσογράφου είναι παρούσα, προς τι η επιστήμη της ιστορίας;

Η εργασία προσπαθεί να απαντήσει σε αυτό το ερώτημα, υποστηρίζοντας ότι η ιστορικότητα της έντυπης σάτιρας έγκειται στην υποκειμενικότητα των δημιουργών της, οι οποίοι γράφουν ή, καλύτερα σχεδιάζουν την ιστορία με άλλο τρόπο. Θεωρητική παραδοχή της είναι ότι η **οπτική** και η **σημειωτική ανάλυση** των έργων των γελοιογράφων και σκιτσογράφων κάθε εποχής, προσφέρει συμπληρωματική ή και αντιπαραθετική ιστορική ανάγνωση πέρα από την επίσημη ιστορία. Για σχεδόν **180 χρόνια** οι γελοιογράφοι και για **50 χρόνια** οι κομίστες δημιουργούν εμπνεόμενοι από τη ζωή στη χώρα, ζώντας μαζί της. Ιδίως οι πρώτοι, που γεννιούνται ταυτόχρονα με το ελληνικό κράτος και μεγαλώνουν μαζί του, προσφέρουν τόσες πολλές ιστορικές πηγές, που μια εκθεσιακή παρουσίαση τους, σημαίνει αυτόματα και ιστορική επισκόπηση της χώρας (*Καστρίτη2015, παράρτημαΑ,σ.104*).

Η απορία που γεννάται είναι το **πώς**; Με ποιο τρόπο μπορεί να γίνει η ανάγνωση της ιστορίας μέσω των πολιτικών γελοιογραφιών και σκίτσων της εποχής;

Με τη **σημειωτική ανάλυση** των συν-παραδηλώσεων του δημιουργού και του έργου του, (Μαρτινίδης1990,168) **σε συνδυασμό** με τη μελέτη της περιόδου στην οποία ζει, θα οδηγηθούμε στα συμπεράσματα: Ο δημιουργός (=άτομο), έχει προθέσεις (=δομικές) που, **τοποθετημένες** σε ένα συγκεκριμένο χρονικό και γεωγραφικό πλαίσιο αποκαλύπτουν τους κανόνες και αξίες της κοινωνίας (Σκαρπέλος2000,130) και άρα, χρήζουν **ιστορικής αξιοποίησης**. Εν ολίγοις, θα μας απασχολήσει ο δημιουργός όχι ως βιογραφία αλλά ως μέρος της εποχής του (Σκαρπέλος2000,118). Από κει και πέρα, η ευρηματικότητα και η οξύτητά του θα καθορίσουν την ιστορική εμβέλεια του έργου του. Ανάλογα με το πόσο εύστοχα θα παρουσιάσει την κωμική πλευρά ενός θέματος, θα θέσει τους αντίστοιχους κοινωνικούς προβληματισμούς.

Η σύγχυση και η αντίφαση χαρακτηρίζουν την ελληνική ιστορία οι οποίες αντικατοπτρίζονται και στο σατυρικό Τύπο. Το υπέροχο στις εικόνες του, είναι ότι, ακόμη κι όταν το περιεχόμενό τους δεν είναι ξεκάθαρο, είναι η σημειοδότηση τους (Μπαρτ2001,203). Απαιτείται η **εικονογραφική ανάλυση τους**, η ανάλυση δηλαδή των εσωτερικών αρχών που τις διέπουν για την εξαγωγή δομικών συμπερασμάτων (Πανόφσκι1991,23). Η λέξη «ανάγνωση» δεν πρέπει να ξενίζει: ακόμα κι όταν δεν υπάρχει *fumetto* (διάλογος σε μπαλονάκι) το πρώτο μήνυμα του σκίτσου είναι γλωσσικό και για να διαβαστεί απαιτείται γνώση κωδικών και σημείων μιας συγκεκριμένης κοινωνίας (Μπαρτ2001,43) όπως και στις υπόλοιπες γλώσσες. Δηλαδή, τα σκίτσα, ακόμα και δίχως λόγια διαβάζονται, μελετώνται. Οι ίδιοι οι

δημιουργοί παροτρύνουν το κοινό να σκύψει πάνω στα έργα τους, να τα μελετήσει προκειμένου να τα κατανοήσει (ΧριστοδούλουΧΗ) όπως συμβαίνει και με τα λογοτεχνικά κείμενα (Μπόνος2014).

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε, ότι τα «πενάκια» **αυτό-προσδιορίζονται** μέσα από την **ιστορική πραγματικότητα**. Ο Βαγγέλης Χερουβείμ συστήνεται: «γεννήθηκα στην Αθήνα όπου γεννήθηκε η Δημοκρατία, αλλά το 1968, αυτή έλειπε....» (Αμπατζή 2005,56). Γι' αυτό και εξιστορούν συνοπτικά μια περίοδο προτού δείξουν τα έργα τους : «Η περίοδος 1960-2015, παρόλα τα χάλια της, ήταν σαφώς καλύτερη από τις προηγούμενες και πιο αστεία. Το πέλαγος της γκαντεμιάς το διαπλεύσαμε και αν και караβοτσακισμένοι και ναυαγοί, καταφέραμε να βγούμε στην ακτή όπου ξεπετάξαμε και ένα παραλιακό αυθαίρετο με στεγαστικό δάνειο ανεξόφλητο!» (Μητρόπουλος2014,8). Έχοντας **αισθητήριο ιστορίας** και όντας ενσωματωμένοι στον κοινωνικό ιστό, αφουγκράζονται τη ματαιότητα της εξέλιξης....Ο Διογένης Καμένος παρατηρεί: «έχω σκισάρει τους Γεώργιο Παπαδόπουλο, Σπυρίδωνα Μαρκεζίνη, Κωνσταντίνο Καραμανλή, Γεώργιο Ράλλη, Ανδρέα Παπανδρέου, Ξενοφώντα Ζολώτα, Κωνσταντίνο Μητσοτάκη, Κωνσταντίνο Καραμανλή και Κώστα Σημίτη,[...] προς μεγάλη μου έκπληξη διαπιστώνω ότι ασχολούμαι ακριβώς με τα ίδια θέματα» (Αμπατζή2005,56).

Φυσικά, η προσέγγιση του παρελθόντος μέσω του σκίτσου δεν αρκεί για να περιγράψει μια εποχή, ούτε η εργασία υποστηρίζει κάτι τέτοιο. Απεικονίζει, όμως, η **σημειωτική αυτή προσέγγιση** τον τρόπο με τον οποίο οι σκιτσογράφοι θέλησαν να μεταφέρουν την **εποχή τους** στο **κοινό** τους. Συνεπώς, προτείνεται η **τοποθέτηση του σατιριζόμενου γεγονότος στην ιστορική πραγματικότητα** με σκοπό τον **εμπλουτισμό της γνώσης** (Λούβη2011,7) και τη **συναίσθηση της ιστορίας**. Ο Derida μας καθησυχάζει περί αυτού: η ιστορία είναι αδύνατο να απεικονισθεί πλήρως διότι απαιτεί την κατασκευή της η οποία εμπεριέχει ιδεολογικό πρόσημο. Η ατελής ανθρώπινη ικανότητα αφήγησης μόνο ίχνη ιστορίας μπορεί να αποδώσει. (Ματζουράνη2015,44). Δεν είναι τυχαίο εξάλλου, ότι σε χώρες με πλούσια γελοιογραφική παράδοση, είχε από νωρίς παρατηρηθεί η ιστοριογραφική σημασία τους. «Η μελέτη περί γελοιογραφίας συνιστά μια τεράστια ανεκδοτολογική πινακοθήκη, μια ιστορία γεγονότων» (Baudelaire2000,10). Άλλωστε, η επιστήμη της ιστορίας χρησιμοποιεί ποικίλους τρόπους κατανόησης του κόσμου πέραν της μελέτης των γραπτών κειμένων (Αυγέρη2012,354).

Σκοπός λοιπόν, του μουσείου θα είναι η **συνεισφορά** στην πλουσιότερη απόδοση **ιχνών** ιστορίας με τρόπο διασκεδαστικό και δια-δραστικό...

2.Α.δ Μουσεία- έντυπη σάτιρα. Μια σχέση με παρελθόν

Στο χώρο των μουσείων η έντυπη σάτιρα ως υλικό μόνιμης έκθεσης σπάνια κάνει την εμφάνισή της. Συνολικά στον κόσμο λειτουργούν το πολύ **10 μουσεία αυτού**

του τύπου. Στην Ελλάδα υπάρχει μόνο **μία μόνιμη υπό-έκθεση** του Εθνικού Ιστορικού Μουσείου με την πολιτική γελοιογραφία του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και ένα **Μουσείο Σκίτσου** στην Τήνο, πρωτοβουλία δύο ελλήνων γελοιογράφων. Ωστόσο, όπως θα φανεί στη συνέχεια, τα τελευταία χρόνια η σχέση μουσείων και έντυπης σάτιρας περνά παγκοσμίως από τα στάδια του πειραματισμού και της προσωπικής πρωτοβουλίας, στο θεσμικό πλαίσιο.

Βήματα όμως γίνονται και στην Ελλάδα. Έχουν διοργανωθεί **περιοδικές** εκθέσεις και φεστιβάλ με επιτυχία γιατί γίνεται συνειδητό ότι για να παρουσιασθεί το πλούσιο **ανεκδοτολογικό υλικό** της ιστορίας της Ελλάδας απαιτούνται πολλαπλοί τρόποι. Ο Μπρεχτ μάλλον θα συμφωνούσε ότι η ιστορική παράδοση και η πραγματικότητα της χώρας ξεπερνά τα όρια του ρεαλισμού και γι αυτό, απαιτεί από την **τέχνη** «να της λύσει τα χέρια», φτιάχνοντας κάτι στημένο για αυτήν (Benjamin 1978, 65). Οι σκιτσογράφοι που έχουν συναίσθηση του σουρεαλισμού της νεοελληνικής ιστορίας, την παρατηρούν από μακριά με ένα πικρό γέλιο (Μητρόπουλος 2015) κλείνοντας παράλληλα το μάτι στον αναγνώστη ότι «κάτι ξέρουν...» (Κουκουλάς 2015)

Την ανάγκη αυτής της προσέγγισης την πιστοποιούν ακόμα και τα ίδια τα ιστορικά υποκείμενα: Οι άγγλοι πρόξενοι στη χώρα παρατηρούν το 1883: «[...]σε πολλές άλλες χώρες [σημ. εκτός της Ελλάδος] παρατηρείται η τάση να καλύπτονται από μυστικότητα οι αδυναμίες των κυβερνήσεων. Τέτοιες τάσεις απομόνωσης δεν ταιριάζουν στον χαρακτήρα των ελευθεροφρόνων ελλήνων, οι οποίοι δεν διστάζουν να λένουν τα χειρίστα για τους εαυτούς τους και τις κυβερνήσεις τους πράγμα που δεν τους εμποδίζει παρόλα αυτά, να ταυτίζονται πολλές φορές με αυτές» (Δερτιλής 2005, 697).

2.Α.ε Ποιες συλλογικές ταυτότητες παράγουν τα σκίτσα;

Τα περισσότερα σκίτσα δείχνουν τους Έλληνες φαίνονται ως ένα λαός που ζει με τα προβλήματα του, γελάει με αυτά, επιβιώνει κοροϊδεύοντας τους «άλλους», το κράτος και τον ίδιο του τον εαυτό. Αυτή η παραδοχή έχει διπλό αντίκτυπο: καταρχάς, λειτουργεί εμψυχωτικά προς τους επισκέπτες του μουσείου σε δύσκολους καιρούς κρίσης και απαισιοδοξίας. Δεύτερον, διαφοροποιεί τον τρόπο που η ελληνική κοινωνία βλέπει και ενσωματώνει το παρελθόν της άρα, ίσως συντελέσει στη διαμόρφωση μιας άλλης συλλογικής οπτικής, περισσότερο αυτό-καθοριζόμενης, μακρινής αυτής που δημιουργούν τα «μεγάλα μουσεία» και οι μεγάλες αφηγήσεις (grand narratives) ενός ένδοξου παρελθόντος. Ρητορική του μουσείου θα είναι ότι ο «μέσος Έλληνας» είναι αυτός που προσπαθεί να επιβιώσει σατιρίζοντας. Και όσο κι αν αυτό φαντάζει μεγαλεπήβολο, ξέρουμε ότι έννοιες όπως «ταυτότητα» και «παράδοση» **μεταβάλλονται μέσα στην ιστορική διαδικασία. Επί-καθορίζονται κοινωνικά και επηρεάζονται από χώρους πολιτισμικής επιρροής** (Χατζηνικολάου 2003, 19).

2.Α.στ. Η γλώσσα των σκίτσων

Οι σκίτσογράφοι επιθυμούν να αφηγηθούν κάτι, αλλά το κάνουν με την τέχνης τους, το σχέδιο. Ισορροπούν συνεπώς ανάμεσα στην **αφηγηματικότητα** και την **εικαστικότητα**, δημιουργώντας την πιο λογοτεχνική των πλαστικών τεχνών. Η γλωσσική επικοινωνία όμως, δεν είναι στατική. Μεταβάλλεται ανάλογα με τους συνομιλητές και με τον χρόνο. Το ίδιο συμβαίνει και με την αναγνωσιμότητα των εικονογραφημάτων: μεταφερόμενα μέσα στον χρόνο και ανάλογα με τον τύπο των αναγνωστών, μπορούν να διαβαστούν με ποικίλους και διαφορετικούς τρόπους, να επανερμηνεύσουν τις ήδη αποκτηθείσες γνώσεις (Eco1995,88). Ιδίως τα σκίτσα δίχως ομιλία: η πολυσημία τους δεν ακυρώνεται, αλλά πολλαπλασιάζεται με τον πλούτο της ιστορικής εξέλιξης και το εύρος του κοινού (Μπαρτ2001,48) με αποτέλεσμα τη μετα-ανάγνωση και μετα-ανακάλυψη νοηματικών εντυπώσεων (Eco1993,49). Η διαδικασία αυτής της μετά-ανάγνωσης και επαν-ερμηνείας μπορεί να γίνει εύκολα και δια-δραστικά μέσα από τις υποδομές ενός μουσείου.

Ο διάλογος αναγνωστών-σκίτσων γεννά μια συνεχή παραγωγή νοημάτων και συμπαραδηλώσεων άρα, δημιουργεί μια **ρητορική** στο χώρο **έκθεσής** τους. Τα όρια θα τεθούν από την παραδειγματική σχέση εικόνας-λόγου (Μπαρτ2001,58): το σκίτσο περιορίζει τις πολλαπλές εκφράσεις τής εικόνας, αλλά αυτή με την σειρά της, θα απογειώνεται ερμηνευτικά μέσω αυτού(Μίσιου2010,41). Το *fumetto*, όπως όλα τα λογοτεχνικά εργαλεία, ζωντανεύει την εικόνα, ενώ η ονοματοποιία ήχων (π.χ.ζζζζζζ=ύπνος) (Μίσιου2010,50), μετατρέπει το μάτι σε αυτί.

Τα εικονογραφήματα λοιπόν, είναι **δείγματα εικαστικής δημιουργίας** αλλά και **επικοινωνίας** των δημιουργών τους με την **κοινωνική πραγματικότητα**. Μπορούν δικαιωματικά, λόγω του δισυπόστατου χαρακτήρα τους (Επτακόιλη2011), να απαιτήσουν μια θέση σε **μόνιμη έκθεση μουσείου ιστορίας**.

2.Β. Τα εκθέματα του μουσείου. Ποια μπορεί να είναι;

«Εφημερίδα δίχως γελοιογραφία,
είναι τριανταφυλλιά δίχως λουλούδι»
(Μητρόπουλος2015)

Η εκθεσιακή διαδρομή του μουσείου θα σχεδιαστεί σύμφωνα με την πορεία της νεοελληνικής ιστορίας και της **ανάλογης** παρουσίας των σκίτσογράφων μέσα σε αυτή. Τα πυκνά ιστορικά γεγονότα γεννούν όμορφες και έξυπνες γελοιογραφίες. Όσο πιο περίπλοκη και δύσκολη είναι η εποχή, τόσο πιο ευφυείς καλλιτεχνικά είναι οι γελοιογραφικές μαρτυρίες της (**Ταμπακέας2015, παράρτημαΑ,σ.97**) οι οποίες θα απαρτίζουν το βασικό εκθεσιακό υλικό του μουσείου.

Πηγές της μουσειακής διαδρομής θα είναι βιβλία, προσωπικές μαρτυρίες και συνεντεύξεις, ντοκιμαντέρ, ταινίες, περιοδικά, ερευνητικά και ιστορικά άρθρα. Η

αφήγηση τους θα είναι συμπληρωματική της ιστορικής γνώσης και μερικά από τα παραπάνω θα αποτελούν και δευτερεύοντα εκθέματα. Στη συνέχεια, αναλύονται ερμηνευτικά, πριν παρουσιασθούν μουσειακά, τα εν δυνάμει αυτά εκθέματα.

2.Β.α Ποια η φύση τους:

Γελοιογραφίες ή κόμικ; Η εργασία δεν θα αναλωθεί σε αυτή τη συζήτηση, η οποία ανήκει σε άλλη σφαίρα ανάλυσης. Θεωρητική παραδοχή της είναι ότι αυτά τα **ομοειδή αφηγηματικά είδη τέχνης** μπορούν να συνυπάρξουν εκθεσιακά, λόγω συγγένειας. *Εικονογραφήματα ή σκίτσα* είναι όροι «ομπρέλα» που καλύπτουν τα γενικά χαρακτηριστικά και ιδιότητες τους (Ταμπακέας2015). Ο γελοιογράφος Κ. Μητρόπουλος αναφέρει ότι κόμικ και γελοιογραφία είναι το **ίδιο**, απλά η δεύτερη είναι συμπυκνωμένη επειδή αναφέρεται στην επικαιρότητα (Μαρτινίδης1990,14).

Το **comic strip** και το **graphic novel** άργησαν να αυτονομηθούν στην Ελλάδα, με ελάχιστες εξαιρέσεις, όπως τα *Κλασσικά Εικονογραφημένα*, το *Ελληνόπουλο*, ο *Μικρός Ήρωας*, που μπορούν να θεωρηθούν πρωτόλεια κόμικ (Ταμπακέας2015). Ενώ υπήρχε ήδη τεράστια παράδοση γελοιογραφίας, μόλις στα τέλη της δεκαετίας του 1970 οι ίδιοι οι γελοιογράφοι άρχισαν να αναζητούν άλλες εκφραστικές διεξόδους (Κρητικός και Σαμπανίκου 2005, 32) ασχολούμενοι ακόμα με την πολιτική και την κοινωνία. Δεν αναζητούσαν φανταστικούς ήρωες, όπως σε άλλες χώρες, ίσως επειδή η πολιτική σκηνή ήταν τόσο **θεατρικά** και **σουρεαλιστικά ενδιαφέρονσα**, που δεν έβρισκαν το λόγο. Ακόμα και τώρα, που το graphic novel έχει πλήρως απογειωθεί, γελοιογράφοι και κομίστες εμπλέκονται μεταξύ τους, με γνωστές περιπτώσεις δημιουργών που διαπρέπουν και στα δύο, όπως ο Γιάννης Καλαϊτζής, ή ο Σολούρ. Μάλιστα, έχει ιδιαίτερο ιστορικό και καλλιτεχνικό ενδιαφέρον το γεγονός ότι σε περιόδους έντονης λογοκρισίας, όπως η Χούντα, κόμικ και γελοιογραφία αναμείχθηκαν επίτηδες, ώστε το ένα να καλύπτει το άλλο: η γελοιογραφία «έκλεψε» τη χρήση σταθερών χαρακτήρων και σεναρίου από το κόμικ, «υιοθέτησε» τη μυθολογία για να ασκήσει κριτική στην πολιτική (Σολούρ2015,παράρτημαΑ,σ.114) για να μπορεί υπόρρητα να μεταφέρει τα μηνύματα της στο κοινό, δίχως να γίνεται αντιληπτή από τους λογοκριτές (ΚΥΡ2011).



Στην περίπτωση της ελληνικής καλλιτεχνικής παραγωγής, λοιπόν, κόμικ και γελοιογραφία συναντώνται με διάφορους τρόπους, με την γελοιογραφία να καταλαμβάνει το μεγαλύτερο κομμάτι. Για λόγους οικονομίας και κωδικοποίησης,

η εργασία θα χρησιμοποιεί κατά βάση, τους όρους «**σκίτσα**», «**έντυπη σάτιρα**» ή «**εικονογραφήματα**».

2.Β.β Η Ιδιαιτερότητα των εκθεμάτων

Τι το ιδιαίτερο έχουν; Είναι εικονοποιημένα αφηγήματα με συν-κείμενα στοιχεία (ύφος, σκιάς, φωτεινότητα, γκριμάτσες, μορφασμοί, κτλ) μέσα από το οποία, ο δημιουργός, όπως και ο συγγραφέας, επιλέγει τι μηνύματα θα επικοινωνήσει και πως (Θεοδωρίδης 2005, 319-327). Παρόλη την κυριαρχία του οπτικού μέρους υπάρχει κειμενικότητα (*textuality VS verbality*) που δεν πηγάζει, υποχρεωτικά, από τα «συννεφάκια» των διαλόγων. Επομένως, η μελέτη των εικονογραφημάτων είναι μελέτη **λόγου-εικόνας**, και όσων κρύβουν. Όσο πιο υπαινικτικά τα λογοπαίγνια και η ειρωνεία, τόσο πιο πετυχημένη η αισθητική εμπειρία και η επικοινωνία (Κούλογλου 2012).

- ❖ Η μελέτη τους είναι άκρως **διασκεδαστική**: η ανάγνωση του κειμένου είναι πιο κοπιώδης από αυτήν της εικόνας (Μπαρτ 200, 49) αλλά αντίθετα από τον κινηματογράφο, προσφέρουν έναν εξατομικευμένο ρυθμό ανάγνωσης, όπου ο αναγνώστης ορίζει την ταχύτητα του (Μίσιου 2010, 55).
- ❖ Αποτελούν **δείγμα λαϊκής φαντασίας** (Εco 1994, 169), απεικονίζοντας ήθη και έθιμα εποχής, βοηθώντας στην κατανόηση όσων σχολιάζουν, ιδίως επειδή σκιαγραφούν όσα η επίσημη ιστορική ανάγνωση αγνοεί (ρουχισμός, γλώσσα του δρόμου, μορφασμοί, χιούμορ εποχής, καθημερινή κοινωνική ιεράρχηση, κτλ). Άρα, χρήζουν **λαογραφικής μελέτης** αφού μαρτυρούν τις συλλογικές αναπαραστάσεις της κοινωνίας όπου παράγονται (Ματλάρ 1982, 44).
- ❖ Είναι **διευκρινιστική**, διότι συγκεκριμενοποιούν το αφηρημένο, ενώνοντας το ρηματικό με το οπτικό μέρος μιας έννοιας (Μαρτινίδης 1990, 141).
- ❖ Είναι **εύκολη**, αφού ακολουθούν ίδιους νόμους σε επαναλαμβανόμενα μοτίβα και στερεοτυπικούς χαρακτήρες όπως οι παλιές λαϊκές διηγήσεις, μιλώντας με απλές φράσεις, τα «καρέ» (Μίσιου 2010, 139).
- ❖ Είναι **οικεία**, γιατί ο αναγνώστης διαβάζει με την ίδια προσοχή που διαβάζει και ένα κείμενο, φαινόμενο που αποκαλείται «**οπτικός γραμματισμός**» (Μπόνος 2014).

Όλες αυτές οι ιδιότητες, θα αξιοποιηθούν στην **εκπαιδευτική διάσταση** του μουσείου.

2.Β.γ. Ποια η παιδαγωγική χρησιμότητα τους;

“La plus perdue de toutes les journées est celle où l’on n’a pas ri.”

*Nicolas Chamfort, Maximes et Pensées,
1805*

Η **εκπαιδευτικές δυνατότητες** των εικονογραφημάτων είναι πολλαπλές και αποτελούν έναν ουσιώδη λόγο υπέρ της δημιουργίας του μουσείου:

- ✓ **Οξύνουν** την αισθητική εμπειρία μέσω του χιούμορ.
- ✓ **Βοηθούν** τους καθηγητές ιστορίας στο να γίνει πιο παραστατικό το μάθημα, διευκολύνοντας στην ανάκληση της μνήμης μέσω εικόνων και στην απομνημόνευση ονομάτων και περιστατικών.
- ✓ **Σχηματοποιούν** δυσνόητους όρους μέσω της πλούσιας εκφραστικότητας τους (Μπόνος2014) παράγοντας μια **έτερο-τοπία**, στην οποία μπορούν να μιλήσουν για οτιδήποτε (Σκαρπέλος2000,40).
- ✓ **Διεγείρουν** το ενδιαφέρον για την ιστορία.
- ✓ **Καλλιεργούν** τη φαντασία (Μαρτινίδης1999,122) όχι τόσο λόγω της εικόνας, όσο λόγω της ελλειπτικότητας του λόγου. Δηλαδή, της διήγησης που «πηδά» ανάμεσα στα κενά, από βινιέτα σε βινιέτα στα κόμικ (Μίσιου2010,55) ή της λεκτικής αφαιρετικότητας στη γελοιογραφία, κάνοντας τον αναγνώστη συμμετέχων και δημιουργό της ιστορίας.

Το εκπαιδευτικό σύστημα πολλών χωρών έχει επαναξιολογήσει την κάποτε «υποκουλτούρα» και «παραλογοτεχνία» αναδεικνύοντας τή σε εκπαιδευτικό εργαλείο και αντικείμενο πανεπιστημιακής μελέτης (Μίσιου2010,17). Στα εκπαιδευτικά βιβλία ιστορίας στην Ελλάδα, έχει γίνει στροφή προς τις εικονογραφηματικές τεχνικές γεγονός ωστόσο, που δεν διεκδικεί καμία πρωτοτυπία: **τα ίδια τα εικονογραφήματα είχαν ήδη συνειδητοποιήσει την εκπαιδευτική σπουδαιότητα τους**. Τα «**Κλασσικά Εικονογραφημένα**» αυτό-προτεινόνταν ως επαναστατικός τρόπος αντιμετώπισης της αδιαφορίας των μαθητών απέναντι στα ογκώδη κλασικά κείμενα (Σκαρπέλος2000,154) προσπάθεια, που εγκαταλείπεται με την έλευση της Χούντας (Σκαρπέλος2000,169). Αυτή την εναλλακτική εκπαιδευτική λειτουργία έχουν αναλάβει πλέον τα **graphic novels** που αφηγούνται ιστορικές περιόδους τις οποίες η επίσημη ιστοριογραφία αποφεύγει (Solóur2015,παράρτημαΑ,σ114).

Η εκπαίδευση στα σχολεία δεν οφείλει να μάθει στα παιδιά να «διαβάζουν» ιστορία, αλλά να την προσεγγίζουν με διάφορους τρόπους ώστε να δημιουργούν σύνθετη γνώση (Νάκου2009,99). Το προτεινόμενο μουσείο, αξιοποιώντας τις **πλούσιες εκπαιδευτικές δυνατότητες** των εικονογραφημάτων, θα δημιουργήσει ερεθίσματα και παιχνίδια ιστορίας εύκολα προσβάσιμα και συγκεντρωμένα.

2.Γ. Το χιούμορ των εκθεμάτων μέσα στα μονοπάτια της ιστορίας

Η αφήγηση της νεοελληνικής ιστορίας προκαλεί σε μεγάλο βαθμό φόβο και θλίψη, όχι γέλιο. Οι εμφύλιες διαμάχες, οι εμπόλεμες περίοδοι, τα αντιδημοκρατικά καθεστώτα, επισκιάζουν την ιστορικότητα της ζωής των πολιτών της χώρας. Μέσα όμως από το χιούμορ, όλα αυτά αντιπαραβάλλονται με τον ηρωισμό της καθημερινής επιβίωσης (Μαρτινίδης2007,24). Ούτως ή άλλως, το χιούμορ δεν κυριαρχεί σε περιόδους χαράς, αλλά σε περιόδους κρίσης και ανισορροπίας όπου επισημαίνει την έλλειψη του μέτρου. Στην τέχνη το κωμικό συζεί με το τραγικό: η αρχαία τραγωδία συνυπάρχει με την αττική κωμωδία του Αριστοφάνη, τα κλασικά αγγεία υιοθετούν κωμικά στοιχεία ζωομορφισμού για να από-δομήσουν την τότε εξουσία, ο Καραγκιόζης ως πολιτισμική κληρονομιά του κατακτητή, χρησιμοποιείται από τον κατακτημένο ως εργαλείο αυτό-προσδιορισμού(Σαπρανίδης2001,10-40).

Στα εικονογραφήματα το χιούμορ είναι κρυμμένο και περίπλοκο λόγω της ειρωνείας (Κωστίου1996,1), παρουσιάζοντας τα πιο θλιβερά γεγονότα με χαρούμενο τρόπο (*Καστρίτη2015,παράρτημαΑ,σ.104*) αντιδιαστέλλοντας τον κόσμο που ο δημιουργός θέλει και αυτόν όπου ζει. Αυτά τα αλληλοσυγκρουόμενα συμφέροντα είναι η **βασική συνθήκη παραγωγής γέλιου** (Μαρτινίδης2007,34). Ο άνθρωπος που γελά με τα παθήματα του και την πραγματικότητα γύρω του είναι ένας φιλόσοφος (Baudelaire2000,29) που με την **τέχνη του γέλιου** (Μπεργκσον1998,10) προσπαθεί είτε να διορθώσει, είτε να επισημάνει όσα θεωρεί λανθασμένα. Δεν είναι σύμπτωση ότι όσοι έχουν υποφέρει από την λογοκρισία, κατάφεραν να την αντιμετωπίσουν χάρη στο χιούμορ τους: ο ρουμάνος ποιητής Ντινέσκου χαρακτηριστικά αναφέρει ότι την εποχή του Τσαουσέσκου, «η πιο ανεπτυγμένη βιομηχανία ήταν αυτή των ανεκδότων όπου [...] το χιούμορ ήταν μηχανισμός άμυνας αλλά και αργή αυτοκτονία» (Κούλογλου1997).

Ως άλλοι φιλόσοφοι οι γελοιογράφοι προσπαθούν σαν μύγες να «ξυπνήσουν» τον κόσμο προειδοποιώντας για αυτά που έρχονται (*Ταμπακέας2015, παράρτημαΑ,σ.97*) διηγούμενοι τις πιο πικρές αλήθειες με γλυκύτητα, παρουσιάζοντας αρμονικά τα πιο ανισόρροπα πράγματα.



Ίσως, αυτό είναι το ταλέντο τους; να ερμηνεύουν τον κόσμο όπως τα παιδιά, με στοιχεία μαγικά όπου όλα να κινούνται φυσικά (Παπαδανιήλ2000,11).

2.Γ.α. Ο δημοκρατικός χαρακτήρας τους

Παιδί της δημοκρατίας και του μοντερνισμού, η έντυπη σάτιρα είναι αντίσταση. Απεικονίζει τα γεγονότα δίχως εξωραϊσμούς και φιλτραρίσματα **παράγοντας** έτσι, **ιστορική γνώση**, όπως δεν μπορεί να παραχθεί από την εξουσία (Πρατ2010,47). Ως **εναλλακτική ειδησεογραφική πηγή** στιγματίζει, ενοχλεί την αυθαιρεσία και την κατάχρηση εξουσίας. Άρα, λειτουργεί ως **δημοκρατικός πυλωρός** της κοινωνίας (Σκαρπέλος2000,29). Ο γελοιογράφος είναι και δημοσιογράφος που αποσκοπεί στην πληροφόρηση του κοινού. Καμιά φορά μάλιστα, νιώθει ότι το εκπροσωπεί



ενάντια στους εξουσιαστές (ΚΥΡ2011). Η ελευθερία έκφρασης λοιπόν, δεν είναι μόνο δική του, είναι και του κοινού που μπορεί να τον διαβάσει. «Για τους δικτάτορες σε όλο το κόσμο, τα καλά νέα είναι όταν οι γελοιογράφοι, οι δημοσιογράφοι και οι ακτιβιστές σιωπούν» (Chappatte2011).

Είναι μάλλον αυταπόδεικτη, η **μη** σχέση της με την αυταρχική εξουσία. Ο σέρβος γελοιογράφος Σαχινιτάσις αναφέρει ότι είναι η καλύτερη απάντηση σε όσα ο φασισμός αντιπροσωπεύει ενώ, ο τούρκος γελοιογράφος Γιουλγκέτς αναφερόμενος στους φυλακισμένους γελοιογράφους της χώρας του παρατηρεί ότι η σάτιρα ξεκινά λίγο πριν από την δημοκρατία (Κούλογλου1997). Ο μελετητής Σαπρανίδης μιλώντας για τη σάτιρα τονίζει ότι «πρέπει να παίζει με επικίνδυνα πράγματα. Ο Αριστοφάνης στις Όρνιθες τα βάζει με τους θεούς [...] η δημοκρατία τσεκάρεται στον βαθμό ανοχής που έχει στη διαφορετικότητα των πραγμάτων. Όσο περισσότερο αντέχει ο λαός, τόσο περισσότερο δημοκρατικός είναι» (Επτακόιλη, ΧΗ)

Το γέλιο και η σάτιρα λοιπόν, κάνουν καλό στην **πολιτική υγεία** ενός λαού (Κούλογλου1997). Και όταν ο λαός αυτός αρχίζει να έχει πολλά συμπτώματα ξενοφοβίας, μισαλλοδοξίας, ιστορικής άγνοιας, και πολιτικής ανωριμότητας όπως συμβαίνει στην **Ελλάδα της κρίσης**, ένας πολιτισμικός θεσμός, όπως το μουσείο μπορεί να **συμβάλει** στην άμβλυνση αυτών των φαινομένων. Ιδίως ένα μουσείο έντυπης σάτιρας, με τη δύναμη της αλληγορίας, μπορεί να λειτουργήσει διδακτικά υπέρ αυτού. Και αυτή επιθυμούμε να είναι μία από τις βασικές διδακτικές λειτουργίες του.

2.Γ.β. Όλα αυτά θα διαμορφώσουν το χαρακτήρα του μουσείου

Η **σάτιρα** ως κορυφαία μορφή της ελευθερίας της έκφρασης και της κριτικής σκέψης, το **απελευθερωτικό** και **λυτρωτικό γέλιο** και το **ενθαρρυντικό χιούμορ**, θα είναι οι **τρεις αναγκαίες συνθήκες** της έκθεσης του μουσείου το οποίο θα στοχεύει στο «άνοιγμα των οριζόντων» των επισκεπτών του. Θα επιδιώξει να το πετύχει στα πλαίσια μιας «ανοιχτής» μουσείο-διδασκτικής προσέγγισης (Νάκου2009,113), μέσα από τη **δυναμική και το εύρος του εκφραστικού υλικού** των σκίτσων, προσκαλώντας το ενήλικο κοινό να επιστρέψει στη νεανικότητα του και το ανήλικο να μάθει το παρελθόν του.

Βασικός στόχος είναι **να διευρυνθεί το κοινό των μουσείων μέσα από μια παιγνιώδη διάθεση**, ιδίως το ενήλικο αντρικό κοινό και αυτό των ηλικιωμένων, που αν και φανατικό των κόμικ και των εφημερίδων, δεν είναι σχεδόν καθόλου των μουσείων (*Ρίαναυχ2015,παράρτημαΑ,σ.111*).

Σε αυτό το σημείο, πρέπει να διευκρινιστεί ότι το μουσείο δεν θα στερείται σοβαρότητας. Το χιούμορ είναι μεγάλο ψυχικό επίτευγμα που απολαμβάνει της εκτίμησης των πνευματικών ανθρώπων, όντας ο καλύτερος μηχανισμός άμυνας ενάντια στις αντικειμενικές δυσκολίες της ζωής (Φρόυντ1989,16). Όπως και οι ίδιοι οι γελοιογράφοι παρατηρούν, αν η τέχνη είναι αρκετά σοβαρή για να εκτίθεται σε ένα μουσείο, το χιούμορ είναι αρκετά σοβαρότερο (Επτακοίλη2011).

Είναι η **σοβαρότητα** δηλαδή, που υπάρχει πίσω από το αστείο κάθε σκίτσου, που το κάνει **άξιο εκθεσιακό αντικείμενο** ενός μουσείου και επίσης, **αναγνώσιμο πολλαπλά** από ένα **ευρύ ηλικιακό κοινό**.

2.Γ.γ Γιατί όμως ένας χώρος μουσείου και όχι άλλος;

*«Τα εικονογραφήματα διαβάζονται **δύο** φορές, μία στην παιδική ηλικία και μία αργότερα, όταν ο γερασμένος αναγνώστης ντύνει με το γόητρο της νιότης του τους ήρωες του παρελθόντος του» (Μίσιου2010,96)*

Το μουσείο, όντας χώρος πολλαπλών δυνατοτήτων και υποδομών, κρίνεται ως ο πλέον κατάλληλος για να στεγάσει την πολιτιστική κληρονομιά της έντυπης σάτιρας της χώρας, διότι:

- ✓ Θα λειτουργεί ως **εκπαιδευτικός φορέας δίνοντας χώρο και στέγη** σε επιμορφωτικά προγράμματα, εκθέσεις παρόμοιου τύπου, δανειστική βιβλιοθήκη, εργαστήρια σκιτσογραφίας, μαθήματα σεναρίου κόμικ, λειτουργώντας δηλαδή, ως **πολύ-χώρος σχετικών εκπαιδευτικών και καλλιτεχνικών δράσεων**.
- ✓ Θα δώσει **μόνιμη στέγη** στις περιστασιακές αλλά συχνές εκθέσεις και φεστιβάλ που οργανώνονται από διάφορους φορείς. Δηλαδή, θα γίνει

σημείο αναφοράς και συνάντησης της 9^{ης} τέχνης, της έντυπης σάτιρας, του σκίτσου, και του κόσμου τους, ο οποίος παράγει μεν πολλά, αλλά δεν έχει χώρο να τα συν-εκθέσει. Η πρόταση αυτή δεν είναι παρά η φυσική συνέπεια της συνεχούς και έντονης δράσης αυτού του κόσμου¹ που αποδεικνύουν ότι το κοινό που **περιμένει έναν αυτόνομο χώρο** του κόμικ και της γελοιογραφίας είναι πολυάριθμο και μαχητικό.

- ✓ Θα συνεργάζεται και προωθεί στα πλαίσια της λειτουργίας του πωλητηρίου του, τα **βιβλιοπωλεία κόμικ** (π.χ. Tilt!, Comicon, Comicstrip, Public, Jemma Books, Σολάρις)
- ✓ Θα εναρμονιστεί στην τάση των πολιτιστικών ιδρυμάτων να «ανοίγουν» τις πόρτες τους στην κοινωνία (Οικονόμου2003,76) προσφέροντας όχι μόνο γνώση αλλά και ψυχαγωγία, στα πλαίσια της **βιομηχανίας του ελεύθερου χρόνου**. Βασική ιδέα δράσης θα είναι **ότι οι άνθρωποι θέλουν να το επισκεφθούν, αρκεί να πειστούν για αυτό** (Black2009,119).
- ✓ Θα αναπτύξει σχέσης συνεργασίας, ανταλλαγής και ανατροφοδότησης με τα αντίστοιχα **μουσεία του εξωτερικού**² και θα μεταφέρει την πολύχρονη εμπειρία τους στην Ελλάδα.
- ✓ λόγω της αρχειοθετικής του δυνατότητας, θα **συγκεντρώσει, αρχειοθετήσει και ψηφιοποιήσει** το διασκορπισμένο σε διάφορους οργανισμούς, ιδρύματα και οικογενειακές συλλογές, **αρχαιακό και πρότυπο υλικό** (Solούρ2015, παράρτημαΑ,σ.116)
- ✓ θα διευρύνει **ηλικιακά και φυλετικά τους επισκέπτες**. Όπως ειπώθηκε, οι μεγάλες ηλικίες και οι άνδρες είναι το βασικό μέρος των συνειδητών «μη επισκεπτών» μουσείων της χώρας (Οικονόμου2003,66) και όσο πιο χειρονακτική η απασχόληση τους, τόσο μειώνεται η επιθυμία τους να επισκεφτούν ένα μουσείο (Γάτου2009,60). Αυτό το φαινόμενο, αποτέλεσμα της φετιχοποίησης της γνώσης και της τέχνης, της κοινωνικής διαστρωμάτωσης και της κακής επικοινωνιακής πολιτικής των μουσείων, μπορεί να αμβλυνθεί, αν τα εκθέματα των μουσείων είναι οικεία, αν οι επισκέπτες έχουν βιωματική σχέση μαζί τους και αν μπορούν να ανακαλέσουν μνήμες βλέποντάς τα.
- ✓ Ίσως έτσι, μπορέσει να αμφισβητήσει τους υπάρχοντες κοινωνικούς διαχωρισμούς στον τρόπο κατανάλωσης των πολιτιστικών αγαθών (Οικονόμου2003,67), **προσφέροντας παρόμοιες δυνατότητες πρόσληψης**

¹Λέσχη Ελλήνων Γελοιογράφων- Cartoonists, Ως3, Comicdom Athens, Δανειστική Βιβλιοθήκη Κόμικ Αθηνών, Σχολή Ορνεράκη, Λέσχη Φύλων Κόμικς, Educartoon, Έκθεση γελοιογραφίας στο Λαφύστι Βοιωτίας, «Γελ(ο)ιογραφικότητες», Σπίτι Σκίτσου, Φεστιβάλ κόμικς, έκθεση «Διάψευσε το!», Youth Alert, κ.α.

² Comics Art Museum Brussels, Cartoonmuseum Basel, German Wilhelm Busch, Cartoon Art Museum San Francisco, Kyoto International Manga Museum, Museum of Caricature and Drawings, Museo del Dibujo de Buenos Aires.

του αντικειμένου, δίνοντας αφορμή για ευχάριστες κοινωνικές συναντήσεις και συμμετοχικές δράσεις δίχως περιορισμούς και όρια (Bourdieu2002,332).

Ο εκπαιδευτικός στόχος του προτεινόμενου μουσείου είναι η μετά-ανάγνωσή της νεοελληνικής ιστορίας μέσω της έντυπης σάτιρας. Η ψυχαγωγία και η διασκέδαση, η ανάδειξη της απελευθερωτικής δύναμης του χιούμορ και της κοινωνικής διάστασης του γέλιου είναι οι υπηρεσίες που επιθυμεί να προσφέρει. Οι εποικοδομητικές συζητήσεις και οι ανταλλαγές προσωπικών βιωμάτων των επισκεπτών με την ανάλογη ενθάρρυνση του μουσείο-παιδαγωγού, η ευχάριστη συνομιλία με το παρελθόν βασιζόμενη στο «κονστρουβιστικό μοντέλο μάθησης στην πράξη» (Οικονόμου2003,87), είναι βασικές παιδαγωγικές επιδιώξεις. Η αποτελεσματικότητά του σε αυτά, θα κριθεί στην αλλαγή συμπεριφοράς του επισκέπτη τόσο ως προς τα εκθέματα όσο και ως προς την ιστορία, αλλά κυρίως ως προς την ίδια τη μουσειακή εμπειρία (McManus2009,6).

Αν έχει γίνει κατανοητή η ανάγκη της δημιουργίας τού εν λόγω μουσείου, μπορούμε να περάσουμε στο κύριο μέρος της εργασίας, που δεν είναι άλλο από το ίδιο το μουσείο. Ωστόσο, για λόγους ευθύτητας και συνέπειας πρέπει να δηλωθεί το εξής: το μουσείο αυτό, όπως και όλα όσα έχουν μια ειλικρινή σχέση με το κοινό τους, θα κατασκευάσει και θα ερμηνεύσει την πραγματικότητα του, **δίχως να πιστεύει ότι αυτή που πρεσβεύει είναι η μία και μοναδική**. Ούτε θα πρεσβεύει ότι η ιστορία που θα εξιστορήσει είναι «η ιστορία» (the History) αλλά μία ιστορία (historie) (Νικονάνου2008,108). Κατά συνέπεια, η πρόσληψη και ερμηνεία της έκθεσης που θα κάνουν οι επιμελητές, μουσείο-λόγοι και εκθέτες, θα είναι η δική τους, **υποκειμενική πρόσληψη** της πραγματικότητας των εκθεμάτων και των μηνυμάτων που αυτά φέρουν (Οικονόμου2003,90). Η επιλογή των σκίτσων ως αποτέλεσμα ερμηνείας τους θα είναι αυτή που θα τα ορίσει ως αξία έκθεσης (Γκαζή και Νούσια2003,41).



Β' Μέρος

3^ο Κεφάλαιο. Σημαντικές αποφάσεις λίγο πριν την υλοποίηση της ιδέας.

3.Α Εισαγωγή

Μέσω της προηγούμενης συνοπτικής συζήτησης, έγινε προσπάθεια να παρουσιασθεί η βασική **ιδέα**: τα σκίτσα, είναι συμπληρωματικά αναγνώσματα ιστορίας στην οποία θα βασίζεται το **θέμα** του μουσείου: μια χιουμοριστική ματιά στην νεοελληνική ιστορία μέσω της έντυπης σάτιρας. **Επικοινωνιακός σκοπός** είναι να γίνει η ιδέα απτή, προσφέροντας πιο ευχάριστη ιστορική γνώση, μέσα σε δια-δραστικό και πολυσύνθετο περιβάλλον μάθησης και κοινωνικής συνεύρεσης.

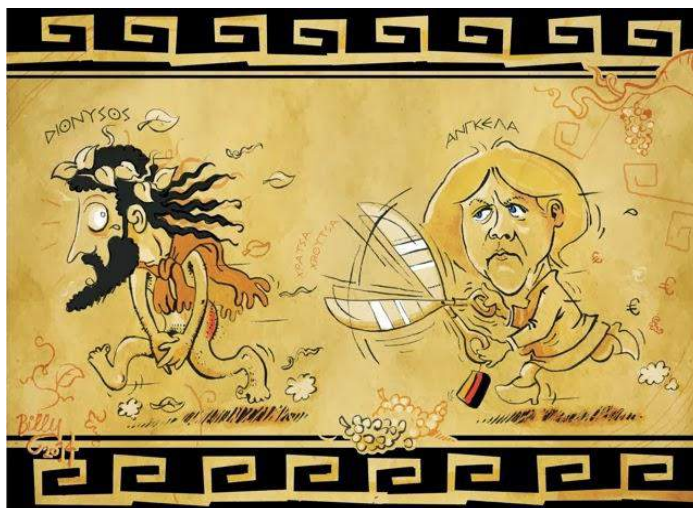
Αυτοί είναι οι **βασικοί άξονες** πάνω στους οποίους θα κινηθεί ο σχεδιασμός του μουσείου. Αλλά, η απόσταση από τις θεωρητικές επιθυμίες μέχρι τον στρατηγικό σχεδιασμό, είναι τεράστια. Απαιτείται οργανόγραμμα και καθορισμός σταδίων εργασίας που πρέπει να ακολουθηθούν, αυτό που θα αποκαλούμε *στρατηγική ή στρατηγικός σχεδιασμός υλοποίησης του μουσείου*.

Μετά την διατύπωση πρότασης λοιπόν, περνάμε στο **επιχειρηματικό πλάνο** με σκοπό την οικονομική βιωσιμότητα του μουσείου.

3. Α. α Πάνω στην άμμο χτίζουμε... μουσεία :

Πόσο ρεαλιστική μπορεί να ακούγεται η πρόταση σύστασης ενός καινούργιου μουσείου στην Ευρώπη της κρίσης; Πώς μπορεί να υλοποιηθεί αυτό το πολυδάπανο project τη στιγμή που τα μουσεία πανευρωπαϊκά μειώνουν προσωπικό και ωράριο λειτουργίας; (Πασχαλίδης 2013, 28).

Με πρόφαση την οικονομική κρίση οι κρατικές δαπάνες για τον πολιτισμό και την παιδεία μειώνονται συνεχώς, σε τέτοιο βαθμό που ο πολιτισμός να θεωρείται



είδος πολυτελείας και οι πολιτιστικοί οργανισμοί να επιβιώνουν οριακά (Ζορμπά2013,13). Ενδεικτικό είναι ότι τον Απρίλη του 2013 στην Διακήρυξη της Λισσαβόνα το **ICOM** έκανε έκκληση για πανευρωπαϊκή στήριξη των μουσείων (Λαζαρίδου2013,72).

Δεν αποτελεί έκπληξη ότι στην σύγχρονη ελληνική συγκυρία τα δεδομένα είναι ακόμα πιο αποθαρρυντικά: τα κρατικά κονδύλια έχουν μειωθεί τα τελευταία 5 χρόνια κατά 30%, τον ίδιο καθοδικό ρυθμό έχει και η επισκεψιμότητα, μία από τις χαμηλότερες της Ευρώπης, και το σταθερά παρών κοινό εξακολουθεί να είναι το μαθητικό, το οποίο εκ των πραγμάτων δεν συνεισφέρει τόσο, όσο τα ταμεία θα θέλανε (Πασχαλίδης2013,31). Τα κοινοτικά πλαίσια στήριξης έχουν ήδη παρέλθει και η Νέα Προγραμματική Περίοδος (σημ.2015 κι έπειτα) δεν προβλέπει την δημιουργία νέων μουσειακών υποδομών (Μενδώνη2013,41).

Πόσο βιώσιμη μπορεί τελικά να είναι μια τέτοιου είδους πρόταση;

Ακολουθώς, θα γίνει η προσπάθεια αναίρεσης του απαισιόδοξου συναισθήματος που προκαλεί η οικονομική πολιτιστική πραγματικότητα. Θα γίνει η απόπειρα αυτή, όχι για να διωχθούν τα «κακά πνεύματα» και να εξιλεωθεί η παρούσα εργασία, αλλά διότι ότι η ανάγκη και οι προϋποθέσεις δημιουργίας του προτεινόμενου μουσείου είναι τέτοιες, που το καθιστούν πραγματοποιήσιμο.

3.Β. Για να ξέρουμε τι γίνεται στον κόσμο: Μελέτες περίπτωσης

Η γνώση της διεθνούς πολιτιστικής πραγματικότητας βοηθά έναν οργανισμό να έχει στα μέτρα του δυνατού, αντικειμενική εικόνα των τάσεων και πρακτικών έτσι ώστε να εμβαθύνει με περισσότερη σοβαρότητα στο έργο του (*Solούρ2015,παράρτημαΑ, σ.116-117*). Γι' αυτό έγινε αναζήτηση μουσείων όμοιων του προτεινόμενου ανά τον κόσμο.

Εργαλείο έρευνας ήταν η **μελέτη ανάλογων περιπτώσεων** διότι αυτή μπορεί να δώσει σε **βάθος ποιοτικά χαρακτηριστικά** και εμπειρίες που η εργασία αναζητά (Babbie2001,329-331). Οι κατηγορίες μουσείων που η έρευνα εντόπισε, ήταν: **α)** μουσεία κόμικ **β)** μουσεία γελοιογραφίας **γ)** μουσεία καρικατούρας και **δ)** μουσεία σάτιρας. Μουσείο ανάλογου περιεχομένου όπως το προτεινόμενο, δηλαδή μουσείο **ιστορίας** χώρας μέσω της έντυπης σάτιρας μάλλον δεν υπάρχει ή δεν υπέπεσε στην αντίληψη μας. Γι' αυτό, η έρευνα εστίασε περισσότερο στα θέματα διοίκησης και οικονομικής διαχείρισης, παρά στην ερμηνεία και στον σχεδιασμό της έκθεσης.

Ακολουθώντας, παρατίθενται τα μουσεία που εμπίπτουν στην σφαίρα του ενδιαφέροντος της εργασίας αλλά δεν έγιναν τελικά αντικείμενα μελέτης για τους εξής λόγους:

3.Β.α Αποτυχία μελέτης περιπτώσεων μουσείων εξωτερικού

Α) “Kyoto International Manga Museum”, Τόκιο.
<http://www.kyotomm.jp>

Η επίσημη ιστοσελίδα είναι στα ιαπωνικά, κινέζικα, κορεάτικα και αγγλικά, με τη τελευταία να μην είναι επικοινωνίας με το μουσείο αλλά διαδικτυακής επίσκεψης για τον αγγλόφωνο επισκέπτη. Δυστυχώς, και λόγω άγνοιας ιαπωνικών της γράφουσας, δεν κατέστη δυνατή η περαιτέρω αναζήτηση.



Β) “Museum House of Humour and Satire”, Γκάμπροβο, Βουλγαρία. <http://www.humorhouse.bg>

Παρόλη τη «ζωντάνια» του κτιρίου με ωραίους εξωτερικούς χώρους, δείχνει πολύ άτονο επικοινωνιακά. Έχουν σταλεί δύο mails, δεν έχει υπάρξει απάντηση, αλλά ούτε και στις τηλεφωνικές κλήσεις.

Γ) “WOW! Spazio Fumetto” ή “Museo del fumetto” Μιλάνο.
<http://www.museowow.it>. Δεν υπήρξε απάντηση σε κανένα από τα δύο mails, αν και από όσο γνωρίζουμε το μουσείο λειτουργεί.



Δ) “Charles M. Schulz Museum”, Καλιφόρνια. <https://schulzmuseum.org>, είναι ένα θεματικό μουσείο αφιερωμένο στην προβολή ενός δημιουργού. Έχει χαρακτήρα κυρίως επιχείρησης με στόχο τη διασκέδαση του κοινού. Προφανώς, για αυτό, η

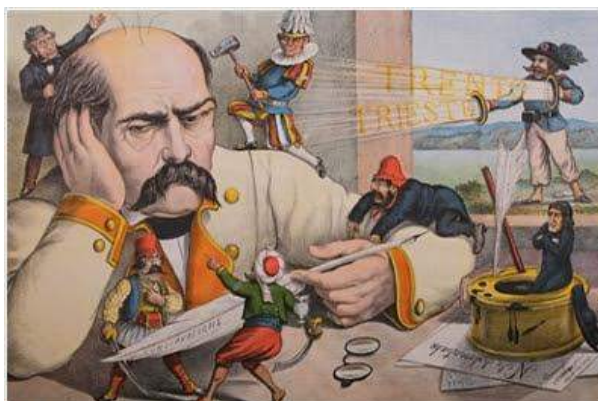


ιστοσελίδα του ενημερώνει για τις δράσεις και τον εντοπισμό του, αλλά δεν υπάρχει η δυνατότητα επικοινωνίας με τον επιμελητή ή υπεύθυνο του μουσείου.

3.Β.β Αποτυχία επικοινωνίας με τις εγχώριες περιπτώσεις μελέτης

Α) Η περίπτωση που περισσότερο ταίριαζε στην εργασία είναι έκθεση, όχι μουσείο. Έγινε το Νοέμβρη του 2011 από το Δήμο Βόλου στο Μουσείο Τέχνης Ντε Κίρικο.

Ήταν μια προσέγγιση της περιόδου του Ανατολικού Ζητήματος και της προσάρτησης της Θεσσαλίας και της Άρτας το 1881 μέσω της **ανάγνωσης των γελοιογραφιών** της εποχής, ελλήνων γελοιογράφων και ξένων δημιουργών. Η συνομιλία με τους επιμελητές θα ήταν πολύτιμη



εμπειρία για την **ερμηνεία** του μουσείου. Δυστυχώς, κατά την επικοινωνία με τον Καλλιτεχνικό Οργανισμό Δήμου Βόλου, δεν υπήρξε καμία πληροφόρηση. Οι δημοτικές υπηρεσίες, ενδεχομένως λόγω αλλαγής δημοτικής αρχής, δεν ήταν ενήμερες (Ο Ταχυδρόμος <http://www.taxydromos.gr/article.php?id=35205&cat=6>)

Β) «**Σπίτι του Σκίτσου**» Φαλατάδος, Τήνος. Είναι πρωτοβουλία των γελοιογράφων Βασίλη και Κώστα Μητρόπουλο με την υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας. Η λειτουργία του συμβαδίζει με την τουριστική ζωή του νησιού και είναι ανοιχτό την καλοκαιρινή περίοδο. Η επικοινωνία προς το παρόν δεν είναι δυνατή λόγω μη λειτουργίας <http://www.tinosecret.gr/tour/museums/50-museums-content/202-to-spiti-tou-skitsou.html>. Δεν έχει επίσημο site, οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τον Τύπο και τα site του Δήμου Τήνου.

3.Β.γ. Μελέτες ανάλογων περιπτώσεων μουσείων προς εξαγωγή συμπερασμάτων³

Α) “ Museo del Dibujo y La Ilustración. M.U.D.I”, Buenos Aires, <http://www.museodeldibujo.com/index.php>.

Είναι μία ιδιωτική πρωτοβουλία δύο φίλων και συλλεκτών γελοιογραφιών και κόμικ της χώρας. Δεν έχουν κτίριο να στεγάσουν την μόνιμη έκθεση. Φιλοξενούνται σε άλλα μουσεία και οργανισμούς, αλλά, παρόλ’ αυτά, έχουν υψηλή επισκεψιμότητα ενώ στήνουν και εκθέσεις συμπληρωματικές της μόνιμης.



Ενδιαφέρον παρουσιάζει η **εξωστρέφεια** των επιμελητών που συνεργάζονται τόσο

³ Αναλυτικά πληροφορίες για τα μουσεία αυτά βλ. (παράρτημα Α, σ. 98-102 και σ. 105-112)

με μουσεία της Λατινικής Αμερικής όσο και της Ευρώπης και φροντίζουν να έχουν καλούς όρους συνεργασίας με άλλους πολιτισμικούς φορείς. Θετική έκπληξη προκάλεσε η συνεχής επικοινωνία και ενημέρωση που φροντίζουν να έχουν με τα μέλη τους διαδικτυακά.

Β) “Cartoon Art Museum”, San Francisco. <http://cartoonart.org>

Είναι επίσης δημιούργημα ιδιωτών συλλεκτών κόκιμ που θέλησαν να εκθέσουν τη συλλογή τους. Το μουσείο βασίζεται στην δική του δράση για να επιβιώσει οικονομικά. Άξια προσοχής και πηγή έμπνευσης είναι η οικονομική του στρατηγική



Γ) “Comics Art Museum Brussels” ή “Belgian Comic Strip Center”, Βρυξέλλες <http://www.comicscenter.net/en/home>



είναι επίσης αποτέλεσμα ιδιωτικής πρωτοβουλίας από λάτρεις και συλλέκτες κόκιμ. Εν αντιθέσει με τα δύο προηγούμενα, λαμβάνει μικρή κρατική χρηματοδότηση. Το μουσείο εκθέτει γενικά κόμικ τόσο φλαμανδών και βέλγων καλλιτεχνών όσο και από τη διεθνή σκηνή. Είναι ένα παράδειγμα διαδραστικού μουσείου με πολλές παιδαγωγικές δράσεις

3.Β.δ. Ποια η μεθοδολογία έρευνας για την μελέτη των μουσείων αυτών

Όταν ξεκινά μια **δειγματοληπτική επεξηγηματική έρευνα συνεντεύξεων**, το πρώτο στάδιο είναι ο προσδιορισμός τού προς μελέτη πληθυσμού. Δεύτερο είναι η διαμόρφωση του δειγματοληπτικού πλαισίου έρευνας (Κυριαζή1999,99) δηλαδή, ο καθορισμός του πληθυσμού που απαιτείται ώστε να θεωρούνται τα συμπεράσματα **αντιπροσωπευτικά** του συνόλου (Παπαγεωργίου1998,163). Στην περίπτωση μελέτης των μουσείων όμως, δεν έγινε έτσι. Και ο λόγος είναι πολύ απλός. Δεν υπήρχε σαφής εικόνα, πόσα μουσεία υπάρχουν στον κόσμο και πού, παρά μόνο στο επίπεδο των υποθέσεων με βάση την αρθρογραφία. Κατά συνέπεια, δεν ξέρουμε αν το δείγμα πληθυσμού, είναι αντιπροσωπευτικό έτσι ώστε να εκφράζει τάσεις και συμπεριφορές.

Λόγω της παραπάνω ασάφειας, ετέθησαν στους επιμελητές των μουσείων **βιωματικές** ερωτήσεις. Ο ερευνώμενος πληθυσμός είναι τέτοιος (3) που δεν μας επιτρέπει να μιλάμε για **πληροφοριακό κορεσμό** από τις απαντήσεις τους (Mason2003) συνεπώς, η εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων είναι **μερική**.

- Τι οδήγησε στην δημιουργία του συγκεκριμένου μουσείου; Ήταν ιδιωτική ή κρατική πρωτοβουλία;
- Ποια ήταν τα κριτήρια διαλογής των εκθεμάτων; Τι ήταν το πρωτεύον, η εκθεσιακή τους δυνατότητα ή η ομορφιά/ χιούμορ του σκίτσου;
- Ποια ήταν η αποδοχή του κοινού στην αρχή του μουσείου; Άλλαξε με την πάροδο του χρόνου; Υπήρχαν αρνητικά σχόλια περί της αξίας των σκίτσων ως εκθέματα;
- Ανανεώνεται η έκθεση με βάση την παραγωγή σκίτσων; Γίνεται επικαιροποίηση τους με βάση τις αλλαγές της κοινωνίας/ της τέχνης;
- Πιστεύετε ότι το στοιχείο του χιούμορ αποτελεί βασικό παράγοντα προσέλκυσης κοινού; Αν μπορούσατε να χαρακτηρίσετε το κοινό που επισκέπτεται το μουσείο, τι είδους χαρακτηριστικά θα του δίνετε;
- Η έκθεση πιστεύετε ότι είναι περισσότερο διδακτική ή διαδραστική; Υπάρχουν οικογενειακά/ παιδικά/ ενηλίκων προγράμματα- εκθέσεις; Σε τι αποσκοπούν;
- Πόσο δύσκολη είναι η οικονομική επιβίωση του συγκεκριμένου μουσείου;

Μελετώντας τις απαντήσεις των τριών επιμελητών (*Hugo González Castellano Museo del Dibujo y La Ilustración. M.U.D.I*, *Andrew Cartoon Art Museum*, και *Marie-Aude Piavaux Comics Art Museum Brussels*) μπορούμε να πούμε για τα μουσεία ότι:

- ✓ Και τα τρία είναι αποτέλεσμα **ιδιωτικής πρωτοβουλίας**.
- ✓ Οι επιμελητές εκθέτουν σκίτσα με εκθεσιακή και εκφραστική δύναμη αλλά τα **κριτήρια διαλογής διαφοροποιούνται** ανάλογα με τη χώρα, την περίοδο της έκθεσης, τη θεματική της και την ιστορία του σκίτσου. Δεν μπορούν να ομαδοποιηθούν τα κριτήρια τους.
- ✓ Τα σκίτσα **χαίρουν αποδοχής από τους επισκέπτες** ως εκθέματα μουσείου, και μόνο στην περίπτωση των ΗΠΑ υπήρχε στην αρχή μια διστακτικότητα του κοινού που ενδεχομένως αιτιολογείται από το γεγονός ότι το μουσείο είναι το πιο παλιό (1984) (Βέλγιο-1989, Αργεντινή-2004).
- ✓ Και τα τρία **ανανεώνουν τακτικά τις εκθέσεις** τους, επικαιροποιώντας τις θεματικές τους, τον τρόπο παρουσίασης τους. Και τα τρία έχουν ως βασικό στοιχείο έκφρασης το **χιούμορ**.
- ✓ Το κοινό τους ποικίλει. Στο Βέλγιο το κοινό του μουσείου είναι διεθνές και πολύ-ηλικιακό με εξαίρεση τους ηλικιωμένους. Στην Αμερική είναι ποικίλο ηλικιακά. Στην Αργεντινή το μουσείο απευθύνεται κυρίως σε ενήλικες.
- ✓ Γι' αυτό το λόγο, το τελευταίο μουσείο δεν θεωρεί τον εαυτό του διαδραστικό, εν αντιθέσει με τα άλλα **δύο** που στοχεύουν στη **βιωματική** και διαδραστική επίσκεψη των παιδιών με διάφορα μέσα.
- ✓ Μόνο το μουσείο του Βελγίου λαμβάνει μια μικρή κρατική ετήσια οικονομική ενίσχυση της τάξης του 8%. Κατά τα άλλα, και τα τρία μουσεία δρουν με βάση την οικονομική στρατηγική που έχουν σχεδιάσει (νέες

θεματικές και δράσεις, μουσειοσυσσκευές, αναζήτηση χορηγών) με σκοπό την **οικονομική τους επιβίωση**.

Το βασικό συμπέρασμα που αφορά την οικονομική στρατηγική του προτεινόμενου μουσείου είναι ότι αν η ομάδα υπηρετεί ένα **επιχειρηματικό πλάνο** που στηρίζεται στην **πρωτοτυπία και εναλλαγή τρόπου έκθεσης** και στην **συνεχή επαφή** με το κοινό τότε, η οικονομική επιβίωση του μουσείου είναι πραγματοποιήσιμη.

3.Γ. Εμείς Θέλουμε. Οι συγκυρίες όμως:

Όταν πρόκειται για ένα τόσο πολυδάπανο και απαιτητικό project, πρέπει πρώτα να μελετώνται οι **εξωτερικές συνθήκες** ώστε να διαπιστώνεται αν είναι υλοποιήσιμο και υπό ποιες προϋποθέσεις.

Για να γίνει αυτό, θα χρειαστεί η **ανάλυση αγοράς ή ανάλυση περιβάλλοντος**, δηλαδή ανάλυση όλων εκείνων των εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν το εγχείρημα (Τζώνος2013,114). Η ανάλυση **P.E.S.T.** που ακολουθεί, είναι ένα από τα εργαλεία που διαθέτουν οι managers για να σχεδιάσουν το **corporate plan**.

3.Γ.α Ανάλυση εξωτερικών παραγόντων PEST⁴

Μελετά τους παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα τη δημιουργία και την μελλοντική οικονομική επιβίωση ενός οργανισμού και οι οποίοι, διακρίνονται σε: α) **πολιτικούς** και **νομικούς** β) **οικονομικούς** γ) **κοινωνικούς** και **πολιτιστικούς** και τέλος δ) **τεχνολογικούς**.

Το προτεινόμενο μουσείο λοιπόν:

⁴Ο σχεδιασμός της κλίμακας PEST έγινε με βάση τις διδακτικές σημειώσεις του κου Κλήμη (Κλήμη,STRATEGYGR.ppt,σελ.15-18). Ανάλυση εσωτερικών παραγόντων ή SWOT του μουσείου δεν έγινε αφού αυτό δεν λειτουργεί. Πληροφορίες για το **φορολογικό καθεστώς** των μουσείων αντλήθηκαν από <http://www.taxheaven.gr> και <http://www.taxspirit.gr>. Για το **νομικό καθεστώς** των μουσείων, (Βουδούρη2004) και <http://www.law-archaeology.gr>

Πολιτικό- Νομικό Περιβάλλον (P):

- Απολαμβάνει το ισχύων νομοθετικό καθεστώς(N.3028/2002) για την σύσταση και λειτουργία του, που το προστατεύει και του επιτρέπει να χαίρει μικρής οικονομικής ενίσχυσης
- Εποπτεύεται από το Υπουργείο Πολιτισμού γεγονός που του δίνει έτοιμα εργαλεία και υποδομές λειτουργίας.
- Όντας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, υπόκειται σε φοροαπαλλαγές , όπως η απαλλαγή από ΦΠΑ για ευκαιριακού χαρακτήρα εκδηλώσεις.
- Από το Υπουργείο δεν υπάρχει μια πάγια μουσειακή πολιτική και φροντίδα ιδίως για τα μη αρχαιολογικά μουσεία.
- Η κυβερνητική αστάθεια είναι ο πιο αποθαρρυντικός παράγοντας που δυσκολεύει τέτοιου είδους επένδυση

Οικονομικό Περιβάλλον (Ε):

- Η διεθνής και εθνική οικονομική συγκυρία είναι η χειρότερη δυνατή. Κινδυνολογία, παρατεταμένη ύφεση, έλλειψη κρατικών επενδύσεων και εισαγωγής ξένων κεφαλαίων, πρόβλημα ρευστότητας.
- Από την πλευρά των ιδιωτικών επενδύσεων υπάρχει κινητικότητα. Ιδρύματα επενδύουν περισσότερο από παλιά στον πολιτισμό (Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών, Ίδρυμα Νιάρχου, Τράπεζα Πειραιώς κ.α.) και οργανισμοί αναζητούν και χρηματοδοτούν καινούργιες ιδέες (start-up, χορηγίες ΕΒΕΑ, Eurobank-Coralia, κ.α.)

Κοινωνικό – πολιτιστικό περιβάλλον (S):

- Τα τελευταία χρόνια υπάρχει συνεχής αύξηση των εκθεσιακών δράσεων και φεστιβάλ σε σχέση με το κόμικ και τη γελοιογραφία.
- Υπάρχει ήδη η ομάδα καλλιτεχνικής επεξεργασίας και στησίματος έκθεσης που προτίθεται να συνεργαστεί καθώς και φορείς και σύλλογοι που δραστηριοποιούνται στο χώρο.
- Υπάρχει πρόταση παραχώρησης κτιρίου για να στεγαστεί το μουσείο (Βουλή των Ελλήνων- Δήμος Αθηναίων).
- Δεν υπάρχει ανάλογο μουσείο παρά μόνο στον Φαλατάδο της Τήνου. Οι συνθήκες είναι μονοπωλιακές. Δεν υπάρχουν περιορισμοί ούτε συγκρίσεις.
- Η γελοιογραφία και τα κόμικς δεν έχουν ηλικιακό κοινό. Όλοι είναι εν δυνάμει επισκέπτες
- Υπάρχουν ήδη πολλές κρατικές και ιδιωτικές συλλογές που θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη πρωτογενής ή δευτερογενής μαγιά της έκθεσης του μουσείου (Βιβλιοθήκη της Βουλής, Γεννάδειος Βιβλιοθήκη, Δημοτική Πινακοθήκη, Εθνικό Ιστορικό Μουσείο, Αρχείο της ΕΣΗΕΑ,Ε.Λ.Ι.Α)

Τεχνολογικό περιβάλλον (Τ):

- Σχεδόν όλο το εκθεσιακό υλικό είναι προσβάσιμο δωρεάν είτε από φορείς (Βουλή Ελλήνων, cartoonists) είτε είναι ψηφιοποιημένο από ιδιώτες και βρίσκεται εύκολα στο διαδίκτυο.
- Η τέχνη της γελοιογραφίας και του κόμικ έχει άμεση εφαρμογή στις νέες τεχνολογίες. Τα μαθήματα του μουσείου θα γίνονται και με αυτές.
- Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να βοηθήσουν τόσο στην προσέλκυση χορηγών μέσω **crowdfunding**, όσο και στην αύξηση της επισκεψιμότητας του μουσείου, μέσω μιας **εικονικής** έκθεσης, αλλά και στην διεύρυνση του εκθεσιακού υλικού μέσω **ψηφιοποίησης** των αρχείων αντί δανεισμού τους.
- Η άλλοτε δαπανηρή διαφήμιση-προώθηση, τώρα μπορεί να γίνει ανέξοδα μέσω internet και κοινωνικών δικτύων ενώ για την προώθηση το μουσείο μπορεί να υπολογίζει και στην βοήθεια των γελοιογράφων που δουλεύουν σε εφημερίδες, blogs, sites για την ανέξοδη προβολή του.

Διαβάζοντας την ανάλυση **P.E.S.T.**, συμπεραίνουμε ότι παρόλη την οικονομική κατάσταση, το εγχείρημα είναι πραγματοποιήσιμο. Οι **τεχνολογικές καινοτομίες** που βοηθούν στην λειτουργία του μουσείου και αντικαθιστούν άλλοτε δαπανηρές εργασίες (π.χ. διαφήμιση), η μοναδικότητα της ύπαρξής του και ο **μονοπωλιακός** του χαρακτήρας, οι **ευνοϊκές πολιτιστικές συνθήκες**, και οι **φορολογικές και νομικές διευκολύνσεις**, μπορούν να μετατρέψουν την θεωρητική πρόταση σε πράξη.

Πέραν όμως των εξωτερικών συνθηκών της αγοράς, ιδιαίτερης σημασίας είναι και το νομικό καθεστώς που του μουσείου.

3.Δ. Η νομική υπόσταση του μουσείου

Ένα μουσείο είναι θεσμός που διέπεται από συγκεκριμένους κανόνες. Αποτελεί **νομικό πρόσωπο** που συστήνεται για συγκεκριμένο σκοπό, έχει συνήθως κεφαλαιουχική βάση στην οποία συμμετέχουν φυσικά ή νομικά πρόσωπα και δρα βάσει της **νομοθεσίας** και του **καταστατικού** του (Κωνστάντιος 2008, 34). Ένα πρώτο θέμα λοιπόν, είναι το νομικό καθεστώς, ο φορέας ίδρυσης και τα συνεπαγόμενα θέματα λειτουργίας του.

Η μόνιμη έκθεση του προτεινόμενου μουσείου πραγματεύεται τη νεότερη νεοελληνική ιστορία και παρουσιάζει την σατυρική - καλλιτεχνική παραγωγή κατά την περίοδο αυτή, οπότε το μουσείο θα πρέπει να υπαχθεί στο **Τμήμα μουσείων νεώτερης πολιτισμικής κληρονομιάς** (σημ. ο όρος από το επίσημο site του Υπουργείου παρόλο που η διάκριση των όρων «πολιτισμική» και πολιτιστική» είναι σαφής) που υπάγεται στη Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς του Υπουργείου Πολιτισμού, Παιδείας και Θρησκευμάτων. Μια πρώτη εισήγηση που θα συνταχθεί προς το Υπουργείο στηριζόμενη στις υπάρχουσες

διατάξεις, θα αποδείξει την πληρότητα του μουσείου ως προς το ύψος και τους σκοπούς του: Σύμφωνα με τον Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM για τα μουσεία (2004) και τη μετάφραση του από το ελληνικό τμήμα ICOM (2009), «ως πολιτιστική κληρονομιά ορίζεται κάθε αντικείμενο ή άυλο στοιχείο που κρίνεται ότι έχει αισθητική, ιστορική, επιστημονική ή πνευματική αξία». Η εισήγηση αυτή θα πρέπει να συνταχθεί σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό για να αποδείξει την εγκυρότητα του εγχειρήματος.

3.Δ.α Τι νομικό πρόσωπο θα έχει το μουσείο;

Θα υπάγεται στον δημόσιο τομέα ή θα δημιουργηθεί από ιδιωτικό φορέα; Θα είναι αυτόνομο ή μέρος ενός υπάρχοντος μουσείου ή πολιτιστικού οργανισμού; Οι ερωτήσεις αυτές είναι καίριας σημασίας και για να απαντηθούν, πρέπει να συνεξετασθούν οι κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες της χώρας, οι ανάλογες εμπειρίες τόσο εγχώριες όσο και του εξωτερικού και οι οικονομικές δυνατότητες που υπάρχουν.

Η **προηγούμενη εμπειρία** και η ανάλυση **P.E.S.T.** υποδεικνύουν ένα μουσείο **Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου**. Η **εμπειρία** από τα μουσεία του **εξωτερικού** δείχνει ότι όλα δημιουργήθηκαν από ιδιώτες με δική τους πρωτοβουλία και μόνο ένα από αυτά στο Βέλγιο λαμβάνει μία μικρή οικονομική βοήθεια από το κράτος. Παραδείγματα αντίστοιχων μουσείων σε χώρες όπως η Αργεντινή που είναι κοντά στην ελληνική οικονομική πραγματικότητα, υποδεικνύουν τον ιδιωτικό τομέα. Η **ελληνική εμπειρία** του Μουσείου Σκίτσου του Δήμου Αθηναίων με διευθυντή τον σκιτσογράφο Ηλία Ταμπακέα, μας ωθεί προς τα εκεί ακόμα περισσότερο. Οι φιλότιμες και αξιόλογες προσπάθειες απέτυχαν παταγωδώς με προσωπικό κόστος των εμπλεκομένων, λόγω της αλλαγής ηγεσίας στην τοπική αυτοδιοίκηση και τις αυθαίρετες αποφάσεις αυτής (**Μαραγκός και Ταμπακέας 2015, παράρτημα Α σ.91-97**). Η έκθεση στο Δήμο Βόλου έγινε πετυχημένα με πρωτοβουλία της δημοτικής αρχής αλλά δεν διασώθηκε αρχειακό υλικό ούτε υπήρξε συνέχειά της. Πέραν αυτών, και όσον αφορά το θεσμικό πλαίσιο, το Υπουργείο ενώ έχει μια σαφή πολιτική μέριμνας και προστασίας για τα αρχαιολογικά μουσεία, δεν φαίνεται να μεριμνά το ίδιο και για τα υπόλοιπα.

Όλοι αυτοί οι παράγοντες μαζί με το γεγονός ότι επιθυμούμε να δραστηριοποιείται το μουσείο **ευέλικτα** και **γρήγορα** δίχως να παρακωλύεται από γραφειοκρατικά εμπόδια στη λειτουργία και την παραγωγή του πολιτιστικού προϊόντος, σύμφωνα με το όραμά του, μας αναγκάζουν να οδηγηθούμε στην καταστατική πράξη ίδρυσης **πολιτιστικού οργανισμού μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα** που θα θέσει στόχο την ίδρυση του μουσείου.

Όποια κι αν είναι η νομική υπόσταση του μουσείου, η συνέπεια, η σοβαρότητα και ο προγραμματισμός θα επιτύχουν την επιβίωση και συνέχεια του (**Solούp 2015,**

παράρτημα Α', σ.116-117). Γι' αυτό, απαιτείται το κατάλληλα σχεδιασμένο και ευφάνταστο **business plan**, καθώς και η εύστοχα διαλεγμένη **μουσειολογική ομάδα** εργασίας ώστε το όραμα να υλοποιηθεί.

4^ο κεφάλαιο. Στάδια υλοποίησης του μουσείου. Ίσως γίνει

Πώς θα σχεδιαστεί και θα υλοποιηθεί σωστά ένα μουσείο και η μόνιμη έκθεσή του; Η απάντηση δεν μπορεί να βασιστεί απλά και μόνο στις προηγούμενες εμπειρίες. Είναι περίπτωση εργασίας **ad hoc νέας δημιουργίας**, ενός νέου θεσμού με δική του **ταυτότητα** και **φιλοσοφία** (Γκαζή2007,45).

4.Α Το απαραίτητο business plan του μουσείου

Όσο μεράκι και αν διαθέτουν οι συν-διοργανωτές, εθελοντές και καλλιτέχνες, αν δεν υπάρχει ο σωστός διοικητικός και οικονομικός προγραμματισμός, τα αποτελέσματα είναι απογοητευτικά. Στην ελληνική πραγματικότητα η αντίστοιχη εμπειρία επιβεβαιώνει τον παραπάνω ισχυρισμό (**Μαραγκός και Ταμπακέας,2015 παράρτημαΑ,σ.91-97**). Το Μουσείο Σκίτσου που δημιουργήθηκε από τους ίδιους τους καλλιτέχνες δεν είχε σχεδιαστεί πριν οικονομικά για να ανεξαρτητοποιηθεί από την κρατική ανάγκη. Παρομοίως, η διεθνής εμπειρία καταδεικνύει την ανάγκη της οικονομικής αυτονομίας του πολιτιστικού οργανισμού αφού οι κρατικές δαπάνες είναι απύσυχες (**Andrew2015,παράρτημαΑ,σ.108**) ή ελάχιστες (**Ριανoux2015, παράρτημαΑ,σ.112**)

Για όλους τους παραπάνω λόγους το οικονομικό σχέδιο (business plan) είναι η αναγκαία συνθήκη επιβίωσης του μουσείου (Negri2009,30). Η ομάδα οικονομικής διαχείρισης θα εξετάσει τους διαθέσιμους πόρους, θα αναζητήσει χορηγούς και χρηματοδοτήσεις και κυρίως θα απαιτήσει την επαρκή και αποτελεσματική χρήση όλων των διαθέσιμων πόρων που θα διαθέτει το μουσείο (προσωπικό, κεφάλαια, υποδομές, συλλογές) με σκοπό την αποτελεσματική διοίκηση του(Ρετσίλα2008,23).

Σε αυτό το σημείο, κρίνουμε αναγκαίο να παρατηρήσουμε ως προς το διοικητικό συμβούλιο της οικονομικής διαχείρισης του μουσείου το εξής: σύμφωνα με τον **Κώδικα Δεοντολογίας** του ICOM άρθρο 2.3: «οι συλλογές τίθενται στην υπηρεσία του κοινού και **δεν πρέπει** σε καμία περίπτωση να θεωρούνται **πηγή κέρδους**»(ICOM2009,32). Κατά συνέπεια, όλες οι παραπάνω συστάσεις δεν αποσκοπούν στην μεγιστοποίηση του κέρδους του διοικητικού συμβουλίου ούτε φυσικά στον πλουτισμό των στελεχών του. Οι προτάσεις που θα ακολουθήσουν αποσκοπούν μονάχα στην απρόσκοπτη λειτουργία και συνέχεια του μουσείου με σκοπό την προσφορά στο κοινωνικό σύνολο και τίποτε άλλο.

4.Α. α Οι οικονομικές συνθήκες δεν είναι όπως παλιά

Το αρνητικό κλίμα που παρουσιάστηκε είναι και απόρροια της προηγούμενης εμπειρίας των κρατικών μουσείων που στήριζαν την οικονομική επιβίωση τους στις κρατικές επιχορηγήσεις. Η αλλαγή των δεδομένων τούς προκάλεσε σοκ και η περίοδος προσαρμογής τους στη νέα κατάσταση δηλαδή, στην **εύρεση οικονομικών πόρων**, φάνηκε ως ένας στόχος δύσκολος να πραγματοποιηθεί.

Το προτεινόμενο μουσείο θα μπει σε ένα ήδη δύσκολο οικονομικά περιβάλλον, οπότε οι διαχειριστές του θα πρέπει από την αρχή να έχουν δομήσει το πλαίσιο λειτουργίας του έτσι ώστε να αναζητά αυτομάτως και **χορηγούς** πέρα από επισκέπτες. Το καινούργιο μουσείο πρέπει να μελετήσει τις τακτικές των εν λειτουργία μουσείων, να αξιολογήσει τις πρακτικές τους και με αυτή την έμμεση αλλά πολύτιμη εμπειρία να υιοθετήσει σχέδιο στρατηγικής. Υπάρχουν στην ελληνική πραγματικότητα παραδείγματα μουσείων που κατάφεραν να εξελιχθούν, να ανοιχθούν στο κοινό έχοντας ένα όραμα για το μέλλον και έτσι κέρδισαν την συνέχεια τους, όπως για παράδειγμα το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο ή το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης.

4.Α. β Άρα προσαρμοζόμαστε. Μπορούμε;

Θεωρούμε ότι το προτεινόμενο μουσείο έχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες πιθανές προτάσεις. Βασικό πλεονέκτημα είναι η μοναδικότητα του και άρα η **μονοπώληση** το ενδιαφέροντος του κοινού. Δεν υπάρχει άλλο στη χώρα, παρά μόνο το μικρό μουσείο του γελοιογράφου Μητρόπουλου στην Τήνο που λειτουργεί τους καλοκαιρινούς μήνες όχι ανταγωνιστικά αλλά συμπληρωματικά. Δεύτερο πλεονέκτημα της πρότασης είναι ότι δεν θα είναι η πρώτη απόπειρα. Η προηγούμενη εμπειρία του Δήμου Αθηναίων και της Λέσχης Γελοιογράφων, αν και ανεπιτυχής μπορεί να φανεί χρήσιμη παραδειγματικά αλλά και αντί-παραδειγματικά. Τρίτο, είναι η ήδη διαμορφωμένη από την παραπάνω Λέσχη ομάδα δημιουργίας της έκθεσης καθώς και σώμα εθελοντών που είναι βέβαιο ότι θα δημιουργεί χάρις στην αγάπη του αναγνωστικού κοινού. Τέταρτο, είναι η διεύρυνση του φύλου και ηλικίας των εν δυνάμει επισκεπτών. Όπως αποδεικνύουν οι έρευνες -(Καυταντζόγλου-Τουνταςάκη-Φρυδάκης,2005,71), (*Piavaux*2015, *παράρτημαΑ,σ.112*), (Οικονόμου2003,66), (Γάτου2009,60)- η επίσκεψη στα μουσεία είναι γένους θηλυκού. Η έντυπη σάτιρα, όμως, και ιδίως η δημοσιογραφική, ασχολείται με την πολιτική επικαιρότητα και, αρκετές φορές, με τις αθλητικές ειδήσεις, ασχολίες κατά βάση αντρικές στην Ελλάδα, γεγονός που πιστεύουμε ότι μπορεί να αυξήσει τον αριθμό των φίλων του. Τέλος, η ανέξοδη συγκέντρωση της πλειονότητας των εκθεμάτων από διάφορους συλλόγους (Συλλογή των Γελοιογράφων, Βουλή των Ελλήνων, Δημοτική Πινακοθήκη του Δήμου Αθηνών, Δημοτική Πινακοθήκη, Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο), καθώς και η

αντιγραφή και ψηφιοποίηση των ιδιωτικών συλλογών, μπορούν να μειώσουν κατά πολύ τα πρώτα έξοδα δημιουργίας του μουσείου.

4.Α.γ Το μουσείο είναι ένα Brand name

Επιδίωξη του μουσείου θα είναι η κάλυψη των αναγκών του και, κατά συνέπεια, η μη επιβάρυνση του φορέα όπου θα υπάγεται. Το οικονομικό του πλάνο θα καθοριστεί με βάση τους άμεσους και μακρόπνοους στόχους του (Ρετσίλα2008,23). Θα είναι **brand name** του εαυτού του, που όσο πιο πολύ σωστά αυτό-προωθείται, τόσο πιο πολλές πιθανότητες οικονομικής επιβίωσης έχει.

Ακολουθώντας, γίνεται μια μικρή απόπειρα πρότασης μερικών **ιδεών οικονομικής στρατηγικής** του μουσείου.⁵

4.Α.δ Προτάσεις για την οικονομική βιωσιμότητα

Βασικές οικονομικές πηγές μπορούν να είναι:

- τα **εισιτήρια** (λόγω του κοινωνικού χαρακτήρα του μουσείου θα είναι προσιτά για όλους και **δωρεάν για ανέργους δύο μέρες την εβδομάδα**)
- η **έκδοση κάρτας μέλους** (πχ ετήσια) που θα εγγυάται ελεύθερη πρόσβαση σε όλες τις δράσεις και διοργανώσεις του μουσείου. Ενδιαφέρουσα πρόταση είναι αυτή του Μουσείου Μπενάκη, όπου, με βάση τις χορηγίες των μελών, υπάρχει **διαβάθμιση φίλων** του μουσείου (μέλος< συμπαραστάτης< οπαδός< εταίρος< υποστηρικτής< αρωγός< δωρητής) με την αντίστοιχη διαβάθμιση προνομίων και συμμετοχής στις δράσεις.
- οι **οργανωμένες θεματικά ξεναγήσεις** από γελοιογράφους και κομίστες όπου θα παρουσιάζουν τα μυστικά της τέχνης τους και ενδιαφέρουσες ιστορίες από τη ζωή τους.
- οι **εκπαιδευτικές δράσεις- σεμινάρια** (πέρα από τα μουσειοπαιδαγωγικά προγράμματα που θα είναι δωρεάν) που θα παρέχονται σε κύκλους μαθημάτων με εγγραφές – παρακολουθήσεις
- η **καφετέρια** και το **εστιατόριο**. Στο σχεδιαστικό κομμάτι προτείνεται να ταιριάζουν στην αισθητική του υπόλοιπου κτιρίου ακόμα και τα σκεύη τους που θα είναι προς πώληση. Οι χώροι αυτοί θα λειτουργούν και **αυτόνομα** προσελκύοντας το δικό τους κοινό.

⁵ Οι προτάσεις είναι εμπνευσμένες από τους (Negri2009,39-42) (Μπένος2013,50-51) (Ζορμπά2013,18) (Οικονόμου2003,79) από το παράρτημα Α, από την ιστοσελίδα του Βυζαντινού Μουσείου καθώς και από τα φυλλάδια χορηγιών του Μουσείου Μπενάκη

- το **πωλητήριο** με αναμνηστικά (σελιδοδείκτες με σκίτσα, πενάκια, παιδαγωγικά παιχνίδια, «βαλιτσάκι σκιτσογράφου», παζλ εκθεμάτων, τετράδια κτλ).
- οι **ειδικές εκδηλώσεις** (φεστιβάλ, προβολές ντοκιμαντέρ, ταινίες), που θα γίνονται δωρεάν για τα μέλη-φίλους του μουσείου, ή με μια μικρή είσοδο γενικά για το κοινό
- η **ενοικίαση χώρων** για διαφήμιση ή εκδηλώσεις άλλων φορέων αρκεί να μην αλλοιώνουν την έκθεση και χαρακτήρα του μουσείου
- οι **χορηγίες** και οι **εισφορές** από ιδρύματα και συλλόγους (πχ. Οι Φίλοι του μουσείου) αλλά και οι νέες μέθοδοι **crowdfunding** με σκοπό την περάτωση συγκεκριμένων projects, μέσα από ιστοσελίδες χορηγιών (όπως www.groopio.com). Οι χορηγίες δεν θα είναι μόνο εγχρήματες. Για παράδειγμα, εταιρείας μαζικής εστίασης θα παρέχουν τον εξοπλισμό για τα συνέδρια, διαφημιζόμενες.⁶
- Οι **ειδικοί τραπεζικοί λογαριασμοί** για τους λάτρεις της ένατης τέχνης που έχουν την οικονομική δυνατότητα να βοηθούν το μουσείο με αντί-προσφορά την απεριόριστη χρήση του αναρτημένου ψηφιακού και εκπαιδευτικού υλικού.
- η **ενημέρωση σχετικά με τις μελλοντικές δράσεις**. Δείγμα αυτής της τακτικής δίνει η διεθνής εμπειρία όπου τα αντίστοιχα μουσεία, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ενημερώνουν τους φίλους τους για το τις μελλοντικές δράσεις τους παρουσιάζουν αναλυτικά τον προϋπολογισμό αναζητώντας πιθανούς δωρητές (όπως συστηματικά κάνει το Cartoon Art Museum στο San Francisco <http://cartoonart.org/2014/11/the-sparky-challenge-2014>)
- η επικοινωνία με **διεθνείς** οργανισμούς, blogs, συλλόγους όπως το <http://www.globalmuseum.org> που ασχολούνται με το μουσείο με σκοπό την ενημέρωση των πιθανών επισκεπτών-τουριστών
- η **προσέγγιση τουριστών** με διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων σε ξενοδοχεία και τουριστικά γραφεία ώστε το μουσείο να γίνει τουριστικός προορισμός.
- η **εύκολη και ανέξοδη διαφήμιση** που μπορεί να γίνει μέσω κοινωνικών δικτύων, blogs φίλων του κόμικ και της γελοιογραφίας, αλλά και από την εύκολη πρόσβαση που έχουν οι ίδιοι οι γελοιογράφοι στον Τύπο τακτική, που έχει ήδη γίνει επιτυχημένα στο παρελθόν (*Ταμπακέας 2015, παράρτημα Α, σ.97*)

⁶ Σε αυτό το σημείο κρίνεται αναγκαίο να υπενθυμιστεί ο Κώδικας Δεοντολογίας της ICOM που θα είναι και ο γνώμονας εύρεσης χορηγών και επαφής μαζί τους. Άρθρο 2.10: «θα πρέπει να καθορίζονται οι σχέσεις μεταξύ μουσείου και φορέων χρηματοδότησης, ιδιωτικών ή δημόσιων» (ICOM2009,34)

-η μερική στελέχωση του προσωπικού από **φοιτητές** με μισθό μικρότερο της κανονικής σύμβασης.

- τα **μαθήματα** γελοιογραφίας, σκιστογραφίας, σεναρίου κόμικ και δημιουργικής γραφής επί πληρωμή

- το **βιβλιοπωλείο** βιβλίων, εντύπων, αφισών και λευκωμάτων που μπορεί να λειτουργεί και ως διαφήμιση των άλλων βιβλιοπωλείων κόμικ στη χώρα

-οι **θεατρικές παραστάσεις** ή performances που ως τώρα έχουν φιλοξενηθεί σε διάφορες σκηνές θα γίνονται στο χώρο εκδηλώσεων του μουσείου (π.χ η θεατρική αναπαράσταση γελοιογραφιών του Μποστ <http://www.athinorama.gr/theatre/article.aspx?id=124297> ή θεατρικά έργα του Αρκά <http://www.athinorama.gr/theatre/article.aspx?id=5883>)

-η **συμμετοχή** σε **προγράμματα οικονομικών πακέτων** και **διαγωνισμών** σε διακρατικούς και ευρωπαϊκούς θεσμούς που στηρίζουν την καλλιτεχνική πρωτοβουλία όπως για παράδειγμα το Creative Europe <http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe> ή το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο 2014-2020 <http://www.esfhellas.gr/el/Pages/staticNewProgrammingPeriod.aspx> που στηρίζει τις νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

-η γενικά σωστή προώθηση του μουσείου από την ομάδα **marketing**. Η ελληνική πραγματικότητα βρίθει παραδειγμάτων εξαιρετικών μουσειολογικών εκθέσεων που επειδή δεν προβάλλονται σωστά χάνονται στην άγνοια κι ένα μέρος του πληθυσμού που θα ήθελε να τις επισκεφθεί, δεν γνωρίζει καν την ύπαρξη τους.

4.B. Το μουσείο είναι οι άνθρωποι του

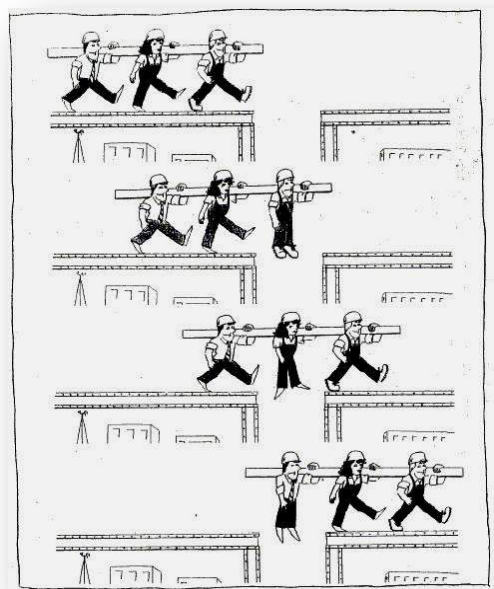
Όμως, πάνω από όλα είναι ο άνθρωπος. Όσες διαφημιστικές εκστρατείες και αν γίνουν, αν το μουσείο δεν διαθέτει την κατάλληλα στελεχωμένη ομάδα που θα του δώσει υπόσταση, μορφή, χαρακτήρα, ενέργεια και πνοή, δεν θα μπορέσει να γίνει ένα μουσείο ζωντανό, που να αναπνέει από παντού και να συνομιλεί με όλους και με καθένα ξεχωριστά τους επισκέπτες του. Η καλύτεροι δυνατοί συνεργάτες, από τον φύλακα μέχρι το διευθυντή είναι μέρος της επενδυτικής πολιτικής του μουσείου η οποία θα καθορίσει άμεσα την αποδοχή και φήμη του μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον (De Vita2000, 35).



4.Β.α Ομάδα σημαίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

«Οι επιχειρήσεις που αναδιαρθρώνονται δεν θέλουν εργαζομένους που να ακολουθούν τους κανόνες: θέλουν ανθρώπους που φτιάχνουν τους δικούς τους κανόνες» (Λύτρας, 2000,77)

Όσο φιλότιμες κι αν είναι οι προσπάθειες, μια ερασιτεχνική απόπειρα σύστασης μουσείου δεν μπορεί να δώσει ικανοποιητικά αποτελέσματα. Στην Ελλάδα είτε λόγω έλλειψης πόρων, είτε λόγω κρατικής αδιαφορίας, είτε λόγω υπερβάλλοντα ζήλου, είτε για προπαγανδιστικούς λόγους δημάρχων και τοπικών αρχόντων, έχουν κατά καιρούς συσταθεί μουσεία που αντί να προσελκύουν το κοινό, καταφέρνουν το αντίθετο (Παπαδόπουλος 2003,525). Η σύσταση ενός μουσείου όμως, είναι μια πολυσύνθετη και πολύ-επιστημονική εργασία που απαιτεί συστηματική, δομημένη και προσεκτική μελέτη και, κυρίως, αρμονική συνεργασία και συνέπεια από την επιστημονική και καλλιτεχνική ομάδα που θα αναλάβει την υλοποίηση του. Και αυτό γιατί για να σχεδιαστεί, οργανωθεί, και συντηρηθεί, απαιτείται πληθώρα ειδικοτήτων, όπως άλλωστε συμβαίνει σε όλους τους πολιτισμικούς οργανισμούς (Βακόλα 2012,22).



Αφού, λοιπόν, έχει συλληφθεί η ιδέα της δημιουργίας ενός νέου μουσείου, πρέπει να μελετηθεί ποιοι θα είναι αυτοί που θα την κάνουν πραγματικότητα δηλαδή ποια θα είναι η **βασική μουσειολογική ομάδα εργασία** και οι συνεργάτες της. Τα κριτήρια επιλογής δεν θα περιορίζονται σε επιστημονικά ή καλλιτεχνικά. Δεδομένου ότι η βασική ομάδα θα συνεργαστεί πολύ καιρό από κοντά, θεωρείται σκόπιμο να επιλεχθούν άτομα **κοινωνικά ικανά**. Ικανά στην συνεργατική εργασία, με υψηλή κοινωνική και εργασιακή νοημοσύνη και ενσυναίσθηση, προσαρμοστικότητα και ικανότητα στην επικοινωνία, ανάγκη για καινοτομία και δημιουργία (Ιορδάνογλου 2008) αλλά και δέσμευση στην ηθική δεοντολογία των μουσείων. Φυσικά, η ομάδα όσο θα λειτουργεί μαζί τόσο θα μαθαίνει να συνεργάζεται. Η συνεχής συνύπαρξη των μελών της θα την ομογενοποιήσει και θα επιφέρει τη συνοχή (Goleman 2012,166) αλλά, για να είναι όσο το δυνατό

μεγαλύτερη η απόδοση της, επιθυμούμε από την αρχή μεγάλη αλληλεπίδραση μεταξύ των μελών της. Βασική συνθήκη των εργασιών της: **1+1+1+1>4**.

Η παρούσα εργασία δεν μπορεί να προτείνει άτομα συγκεκριμένα, μόνο **ιδεατά** μπορεί να σχεδιάσει μια ομάδα μουσειακής εργασίας αναφέροντας τις απαιτούμενες ειδικότητες. Παρόλα αυτά, τονίζει ότι η **αρμονική ομαδική εργασία**, το **πνεύμα συνεργασίας**, η **ενσωμάτωση της κουλτούρας και στρατηγικής του μουσείου** δηλαδή, το **ανθρώπινο δυναμικό** είναι το **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**.

Πέραν της οικονομικής στρατηγικής, η ομάδα θα σχεδιάσει το **πλάνο δραστηριοτήτων**. Είναι αυτονόητο ότι το σχέδιο αυτό θα πορεύεται με βάση τον Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM, κεφ. 2.1. Όσα θα κάνει η ομάδα θα είναι για να διατηρήσει και να αναδείξει όλες τις πλευρές του μουσείου, τις συλλογές του και τις υπηρεσίες του. Επίσης, για λόγους ειλικρίνειας θα **καταγράψει** και **δημοσιοποιήσει** τους σκοπούς, τους στόχους και την πολιτική του μουσείου καθώς και τον ρόλο και τη σύνθεση των διευθυντικών οργάνων του.

4.Β.β Ποια είναι τα μέλη της ομάδας:

Είναι μεγάλη η λίστα των ειδικοτήτων που απαιτούνται. Στην ελληνική πραγματικότητα η κατανομή εργασιών δεν είναι πάντα ξεκάθαρη με αποτέλεσμα καμιά φορά να μπερδεύονται οι αρμοδιότητες ή, λόγω έλλειψης προσωπικού να επιφορτίζονται οι ήδη απασχολούμενοι. Ωστόσο, η αοριστία αυτή δεν λειτουργεί πάντα αποθαρρυντικά. Στους μεγάλους οργανισμούς έχουν αναδιοργανωθεί οι συνθήκες εργασίας και συμπεριφοράς των εργαζομένων μέσα στα πλαίσια της ονομαζόμενης επιχειρηματικής επανάστασης (Λύτρας2000,76). Απαιτείται ευελιξία, έξυπνος σχεδιασμός, εγρήγορση, διευρυμένες συνεργασίες, καινοτομία, προσαρμοστικότητα και συνεχή επικοινωνία (Λαζαρίδου2013,75) και ιδίως περάτωση έργου με βάση την **ανάθεση** και όχι τον ρόλο μέσα στην ομάδα. Ιδίως στις περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας η **δημιουργικότητα** και η **διαίσθηση** καθίστανται καίριες. Γι' αυτό, τα μέλη της ομάδας είναι ζωτικής σημασίας για την επιβίωση και συνέχεια του μουσείου, είναι **stakeholders**. Η διοίκηση του προτεινόμενου μουσείου θα μαθαίνει μέσω των εργαζομένων, και οι εργαζόμενοι ο ένας από τον άλλο δημιουργώντας ένα συνεχή καταιγισμό ιδεών καλλιεργώντας το αίσθημα του ανήκειν στην ομάδα.

Προτείνεται ενδεικτικά μια ομάδα εργασίας που θα αριθμεί τόσες ειδικότητες όσες χρειάζονται για να εκπληρώνονται οι βασικές λειτουργίες του μουσείου χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι η κατανομή των αρμοδιοτήτων είναι τόσο διακριτή. Ο **καταμερισμός εργασίας** δεν νοείται τόσο σε ρόλους όσο σε ομάδες οι οποίες με τη σειρά τους θα συστήνουν υποομάδες με σκοπό την υλοποίηση επιμέρους projects.

4.Β.γ Κάποιες προτάσεις περί στελέχωσης της ομάδας⁷

Ο **αρχαιοθέτης** (registrator) και ο **συντηρητής** (conservator) των εκθεμάτων σε συνεργασία με τον **επιμελητή** (curator) της έκθεσης θα δουλεύουν από κοινού για τη σωστή και υπεύθυνη συλλογή, αρχειοθέτηση, συντήρηση και διαχείριση της συλλογής των εκθεμάτων.

Όταν τα εκθέματα θα τοποθετούνται στις προθήκες και στις εκθεσιακές ενότητες οι προαναφερθέντες συντελεστές σε συνεργασία με τον **ειδικό μουσειακού σχεδιασμού** (exhibition planner), τον **ειδικό εκθεσιακών προγραμμάτων** (developer) τον **συντονιστή του εκθεσιακού προγράμματος** (coordinator), τον **αρχιτέκτονα**, τον **σχεδιαστή μουσειακών εκθέσεων** (exhibition designer), τον **γραφίστα**, τον **αξιολογητή προγραμμάτων** (evaluator) τον **ειδικό πολυμέσων** (technician), τους **μεταφραστές**, **μουσικούς** και **προγραμματιστές** θα αποσκοπούν στη σύνθεση ενός οπτικού θεματικού συνόλου που θα διαμορφώνει το σενάριο του χώρου.

Η επιτυχής διαμόρφωση του εκθεσιακού χώρου δεν σημαίνει αυτόματα και επιτυχημένη προβολή του. Απαιτείται η συνεργατική δουλειά της προώθησής του και της επικοινωνίας με το κοινό. Ο **μουσειοπαιδαγωγός** (museum pedagogist), ο **ειδικός εκπαιδευτικών προγραμμάτων** (educator), ο **ειδικός δημοσίων εκδηλώσεων** (events manager), ο **ειδικός σε θέματα marketing**, ο **ειδικός επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων** (communication specialist), θα επικοινωνεί καθημερινά με τους επισκέπτες μεταφέροντας όσα το μουσείο θέλει να μεταδώσει.

Η **οικονομική επιβίωση** και η **διοικητική αποτελεσματικότητα** του μουσείου θα επιτευχθούν από την αρμονική συνεργασία του **ειδικού οικονομικής διαχείρισης** (finance manager), με τον **ειδικό επιλογής και διαχείρισης προσωπικού**(HR) και τον **υπεύθυνο για την επικοινωνία με τους επισκέπτες**, (customer relationship management CRM), που στοχεύουν στον αρτιότερο προγραμματισμό και σχεδιασμό, με σκοπό την **αποδοτική πολιτιστική επένδυση**.

Όλοι αυτοί θα συνεργάζονται με έναν **μουσειογράφο** (museographer) και έναν **μουσειολόγο** (museologist). Ο μουσειογράφος θα καλύπτει την ανάγκη συντονισμού ανάμεσα στο αρχιτεκτονικό και τον εκθεσιακό σχεδιασμό, ανάμεσα στις σχεδιαστικές επιλογές και τη διαχειριστική οργάνωση μουσείου. Θα αναλάβει δηλαδή, το πιο τεχνικό μέρος του εγχειρήματος. Οι κτιριακοί και χωροταξικοί σχεδιασμοί θα βασίζονται σε έναν δυνητικό μέσο όρο επισκεπτών υπολογισμένο από τον evaluator, και σε έναν προϋπολογισμό που θα έχει συνταχθεί τον finance manager.

⁷ Για τις προτάσεις σύστασης μουσείο-λογικής ομάδας (Negri2009,36-52) (Τζώνος2013,265-273) και (McLean2005,35-47).

Η δουλειά του **μουσειολόγου** είναι καίρια για την υλοποίηση των νοηματικών και των ιδεολογικών στοχεύσεων ενός **συμμετοχικού μουσείου ανοιχτού στην κοινωνία**. Θα επιδιώξει άμεση συνεργασία με τους φορείς που δραστηριοποιούνται στο χώρο της γελοιογραφίας και του κόμικ. Ιδίως η εμπειρία της **Ελληνικής Λέσχης Γελοιογράφων** είναι εξόχως σημαντική: έχουν ήδη επιχειρήσει ένα ανάλογο project, διαθέτουν πλούσιο εκθεσιακό υλικό, γνώση και εμπειρία από προηγούμενους δημιουργούς και εποχές, και φυσικά, είναι οι κύριοι δημιουργοί των εκθεμάτων. Ο μουσειολόγος θα φέρει σε επαφή τους παραπάνω φορείς με την ομάδα και θα προωθήσει τη **συνδημιουργία της έκθεσης**, θα συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός διαδραστικού μουσείου-**οργανικού τμήματος** της κοινωνίας, σε διάλογο και συν-δημιουργία μαζί της (Γκαζή, 2009).

Ο **επιμελητής** σε συνεργασία με το μουσειολόγο θα κρίνει τι είναι άξιο έκθεσης και συνεπώς μνημόνευσης. Θα διαμορφώσει πέρα από τη μορφή της έκθεσης και ιστορική γνώση (Γκαζή2012,33). Γι' αυτό, πρέπει να είναι **ειλικρινής ερευνητής** που αποκαλύπτει από την αρχή στο κοινό του τις προθέσεις του και ξέρει να εκτίθεται και ο ίδιος, μέσω αυτής. Κάθε φορά που θα επιλέγει μία γελοιογραφία και θα απορρίπτει μία άλλη, οφείλει να έχει κατά νου ότι ερμηνεύει το θέμα της έκθεσης, και ότι αναπαριστά σε αυτή τις **δικές του** αξίες και ερμηνείες (Hooper-Greenhill1999,48).

Πέρα από το συντονισμό και τη μεσολάβηση των διαφόρων ειδικοτήτων και συνεργατών, ο **μουσειολόγος** θα φροντίσει να υιοθετήσουν όλοι οι συνεργάτες το «**μάτι**» του επισκέπτη. Θα «θυμίζει» στον καλλιτέχνη που εκθέτει τα έργα του, ότι δεν μπορεί να το κάνει μόνο με δικά του κριτήρια, αλλά ότι το έργο του θα στηθεί έτσι ώστε να τραβήξει τα βλέμματα των επισκεπτών και να συνομιλήσει μαζί τους. Θα τον κάνει να υιοθετήσει το ρόλο του επισκέπτη και παράλληλα, θα κτίσει σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης μαζί του ώστε ο σκιτσογράφος, να μπορεί να του εμπιστευτεί τα έργα του (Μαρίνος,2011,91).

Η αρμονική συνεργασία του με τα μέλη της εκθεσιακής ομάδας και της ομάδας της επικοινωνίας θα καθορίσει την επιτυχημένη **συγγραφή του σεναρίου** της έκθεσης, το οποίο θα είναι και ο βασικός πυρήνας επικοινωνίας του μουσείου με το κοινό του.

4.Γ Εμάς μας αρέσει η ιδέα. Στον κόσμο όμως;

The first thing you want in most museums is a cup of coffee. You feel so tired immediately
(McLean2005,1)

Το μουσείο προορίζεται για το κοινό και όχι για την τέρψη των δημιουργών του. Η μουσειολογική ομάδα και ο υπεύθυνος επιμελητής είναι ενεργά μέλη της κοινωνίας όπου ζουν, όμως δεν μπορούν να ξέρουν όλες τις τάσεις και τις προτιμήσεις της. Πρέπει πρώτα με τη βοήθεια του αξιολογητή προγραμμάτων να γίνει **πιλοτική έρευνα κοινού**, που εξετάζει τις πιθανές αντιδράσεις στις προτάσεις του μουσείου και αξιολογεί τα αποτελέσματα. Αυτά τα πρωτογενή συμπεράσματα θα είναι ουσιαστικά για τις **ερμηνευτικές επιλογές** που θα κάνει η ομάδα (Παπαδόπουλος 2003, 526). Φυσικά, η έρευνα κοινού δεν θα είναι μόνο μία στην πορεία των εργασιών. Με την περάτωση του έργου και με την προσέλευση του κοινού της πρώτης περιόδου, θα επαναληφθεί με σκοπό την ανατροφοδότηση, την βελτίωση. Η έρευνα θα γίνεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα και θα σκοπεύει στον εκσυγχρονισμό της έκθεσης (**feed back**). Έτσι, το σενάριο θα ξαναγράφεται κατά τη διάρκεια της ζωής της με σκοπό την παράταση της.

4.Γ.α Πιλοτική έρευνα κοινού προ του σχεδιασμού: μια πρόταση

Όπως αναφέρθηκε, η έρευνα κοινού πριν τον σχεδιασμό του μουσείου, είναι πολύ ουσιαστική και προτείνεται θεωρητικά. Αλλά δεν μπορεί να γίνει αληθινά και να παρατεθεί ως δείγμα διότι, όσον αφορά τον πληθυσμό που θα ερωτηθεί, προκύπτουν πολλά **μεθοδολογικά ερωτήματα** για τη δειγματοληπτική διαδικασία (Κυριαζή 1999, 108).

Στην υποθετική ερώτηση, «*πώς θα σας φαινόταν η ιδέα δημιουργίας μουσείου γελοιογραφίας- κόμικ που να διηγείται την σύγχρονη ιστορία της χώρας;*», πώς θα **προσδιοριζόταν πληθυσμιακά** το κοινό ώστε να μπορεί να διαμορφωθεί σωστά το **δειγματοληπτικό πλαίσιο**; Θα μελετούσαμε το κοινό που επισκέπτεται τα μουσεία; Το κοινό που επισκέπτεται τα μουσεία ιστορίας μόνο, ώστε να περιορίσουμε το δείγμα; Το κοινό που συμμετέχει στις διάφορες δράσεις της ένατης τέχνης και παράλληλα επισκέπτεται τα μουσεία; Στην τελευταία περίπτωση τα αποτελέσματα της έρευνας μας δεν θα ήταν αντιπροσωπευτικά της πραγματικότητας, αφού το δείγμα μας, δεν θα περιλάμβανε όλες τις πιθανές απαντήσεις και περιπτώσεις κι έτσι, τα **επαγωγικά συμπεράσματα** δεν θα ήταν τα αληθινά. Για να προσεγγιστεί ο *ιδανικός αριθμός* πληθυσμού πρέπει να πραγματοποιηθούν μεγάλης κλίμακας έρευνες και σε τέτοιο δείγμα πληθυσμού που θα θεωρείται αντιπροσωπευτικό του γενικού (Παπαγεωργίου 1998, 163). Τέτοιου είδους έρευνα, δεν χωρά στα στενά πλαίσια της εργασίας. Η έρευνα κοινού λοιπόν, προτείνεται ως απαραίτητη, αλλά δεν πραγματοποιείται.

5^ο κεφάλαιο.

Το μουσείο συνδιαλέγεται, ενημερώνει, επικοινωνεί

Η επικοινωνία που αναπτύσσει το μουσείο ως ένα ζωντανό κοινωνικό μόρφωμα με τους συνομιλητές του, είναι πολύπλευρη. Λόγω του πλήθους των επικοινωνιακών λειτουργιών, πρέπει η ομάδα να οργανώσει έναν βασικό άξονα πριν το ξεκίνημα των εργασιών.

5.A Η επικοινωνιακή πολιτική ως μέρος στρατηγικής marketing

Στην **επικοινωνιακή πολιτική** περιλαμβάνεται το ενημερωτικό φυλλάδιο που δίνεται στην είσοδο, τα φυλλάδια για τις νέες εκθέσεις, δράσεις και παιδαγωγικά προγράμματα και η επίσημη ιστοσελίδα και τα κοινωνικά δίκτυα στα οποία το μουσείο θα μετέχει (Odier2008,62).

Από κει και πέρα, η επικοινωνιακή πολιτική θα αναπτύσσεται στα πλαίσια της στρατηγικής **marketing** που η ομάδα έχει χαράξει. Βασικό μέλος της είναι ο **υπεύθυνος επικοινωνίας** που θα διατηρεί σταθερή σχέση με όλους τους φορείς και άτομα που θεωρούνται απαραίτητα για την οικονομική επιβίωση του μουσείου ως πολιτιστικού οργανισμού. Ο υπεύθυνος επικοινωνίας θα πληροφορεί καλλιτεχνικό τύπο, χορηγούς, συλλόγους, δασκάλους και διευθυντές σχολείων με σκοπό την συνεχή ενημέρωση και την ανανέωση των επισκέψεων και υπηρεσιών τους (Ambrose&Paine1993,38). Θα γνωστοποιεί τις καινούργιες δράσεις που θα λαμβάνουν χώρα, τις νέες εκθέσεις, τα νέα εκπαιδευτικά προγράμματα και θα αναζητά εντυπώσεις από τις προηγούμενες επισκέψεις με σκοπό τη βελτίωση (Οικονόμου2003,81).

5.B Η γλωσσική επικοινωνία του μουσείου

Σύμφωνα με τη **γλωσσολογία**, επικοινωνία θεωρείται το αποτέλεσμα χρήσης ενός κώδικα που χρησιμοποιείται με σκοπό την παραγωγή νοήματος. Εύκολα κανείς καταλαβαίνει ότι το λεκτικό κομμάτι του μουσείου (κείμενα, λεζάντες, ενημερωτικά φυλλάδια, οδηγοί, δελτία τύπου, προβολές βίντεο, εκδόσεις, autoguides, παιδαγωγοί κτλ) είναι μέσα που χρησιμοποιούν την γραπτή και προφορική γλώσσα, «μιλούν» στο κοινό, παράγουν νόημα και μεταφέρουν μηνύματα. Όμως, η χρήση

γλώσσας δεν είναι αναγκαστικά λεκτική. Στην ανθρώπινη επαφή χρησιμοποιούνται όλα τα δυνατά εκφραστικά μέσα του σώματος και της τέχνης (Μπαμπινιώτης 1998, 28-37). Αντίστοιχα το μουσείο, δεν περιορίζεται στο λεκτικό-γλωσσικό κομμάτι για να παρουσιάσει τον εαυτό του στους άλλους και να «γνωριστεί» μαζί τους.

5.Β.α. Κάθε έκθεμα είναι μια λέξη, κάθε ενότητα είναι μια πρόταση

Ένα μουσείο αφηγείται με οποιοδήποτε γλώσσα διαθέτει, λεκτική, ακουστική, οπτική, απτική, φυσική και συναισθηματική. Κάθε έκθεμα που έχει επιλεγεί από την ομάδα αποτελεί βασικό εργαλείο έκφρασης (Τζώνος 2013, 127) και παίζει τον ρόλο μιας **λέξης** μέσα σε μια πρόταση. Όπως η λέξη, δεν μπορεί μόνο του να μιλήσει αν δεν τοποθετηθεί μέσα σε ένα **συντακτικό σύνολο**. Η τοποθέτηση του αντικειμένου μέσα σε ένα πλαίσιο αναφοράς (context) θα το μετατρέψει σε έκθεμα (Τζώνος 2013, 31). Η σημειολογική ανάλυση του εκθέματος θα δείξει ότι έχει σημεία κατά-δηλώσεις (μια γελοιογραφία είναι ένα σατυρικό σκίτσο) αλλά κυρίως συν-δηλώσεις (μια γελοιογραφία είναι κριτική στο πολιτικό καθεστώς της εποχής της και ένας υπαινιγμός του δημιουργού της προς τους πολίτες). Το σχεδιασμένο έκθεμα λοιπόν, ως μια **ολοκληρωμένη συντακτική πρόταση**, είναι αυτό που θα μεταφέρει το μήνυμα του μουσείου και θα το κάνει πρόσφορο σε συνεχή συμβολική επανερμηνεία (Pearce 1992, 192).

5.Β.β Άρα, κάθε μουσείο είναι ένα δήγημα

Η τέχνη της αφήγησης δεν είναι συρραφή προτάσεων αλλά, η σύνταξη ενός ομογενοποιημένου κειμένου. Το μουσείο αντίστοιχα, μπορεί να ειπωθεί ως κείμενο, ως δημιουργική γραφή που παίρνει τρισδιάστατη μορφή (Τζώνος, 2013, 62). Το στήσιμο των επιμέρους στοιχείων του μουσείου είναι ένα σύστημα αναπαράστασης δηλαδή, γλώσσα (Μπούνια 2006, 154) η οποία εκφράζεται τόσο μέσω της έκθεσης όσο και μέσα από τις δραστηριότητες και τα παιδαγωγικά προγράμματα, τη συμπεριφορά των εργαζομένων προς τους επισκέπτες, τις εγκαταστάσεις, τα καθίσματα, την αρχιτεκτονική των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων, από το κτίριο και τους γύρω χώρους (Οικονόμου 2003, 78). Όλα μαζί κατασκευάζουν και μεταβιβάζουν ένα **δομημένο σύνολο μηνυμάτων** κατά τη συνομιλία τους με το κοινό, δημιουργώντας μια δυναμική σχέση επικοινωνίας (Οικονόμου 2003, 82).

5.Β.γ. Άμεση και έμμεση επικοινωνία του μουσείου με το κοινό

Οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες είναι το βασικό μέρος της **άμεσης** επικοινωνίας, όπου μέσα από διάφορες δράσεις μεταφέρονται δίχως μεσολάβηση στο κοινό όλα όσα το μουσείο θέλει να πει. Η έκθεση του προτεινόμενου μουσείου στοχεύει στην μετάδοση ιστορικής γνώσης μέσω δισδιάστατων εκθεμάτων. Θα γίνει συνεπώς προσπάθεια να συνυπάρχουν δύο παράλληλοι τρόποι παρουσίασης τους, τόσο ένας **στατικός** που να ικανοποιεί την ανάγκη οπτικής πρόσληψης με σκοπό την

πληροφόρηση, όσο και ένας **δια-δραστικός** που θα στοχεύει στη **μάθηση**. Τα μέσα που θα επιλεγούν γι' αυτές τις δύο προσπάθειες, (κείμενα, εικόνες, συνθέσεις, βίντεο, ταινίες, κατασκευές, υπολογιστές κτλ) θα συμπληρώσουν την επικοινωνιακή προσέγγιση της έκθεσης (Κωνσταντόπουλος 2004,26) **έμμεσα**.

5.Β.δ.Η επικοινωνία είναι αποτέλεσμα ερμηνευτικής ικανότητας

Ένα μουσείο ερμηνεύει όσα εκθέτει. Μέσω αυτής της διαδικασίας προσπαθεί να εξηγήσει τον ρόλο και την σημασία των εκθεμάτων, γιατί και πώς χρησιμοποιούνταν στην εποχή της δημιουργίας τους και γιατί τα θεωρεί άξια έκθεσης. Μέσω της επεξήγησης δίνεται και το έναυσμα για συζήτηση γύρω από αυτά (Ambrose&Paine 1993,67). Γίνεται δηλαδή ένας διάλογος που στοχεύει στην αναβίωση προσώπων και πραγμάτων, άρα σε πληρέστερη κατανόηση του κόσμου (Παπαδόπουλος 2003,507). Εφόσον είναι ένας στοχευμένος διάλογος, πρέπει πριν από την διεξαγωγή του να έχει λυθεί το εξής ερώτημα: «τι θέλει να πει η έκθεση;» (Ambrose&Paine 1993,68). Η εύστοχη διεξαγωγή του διαλόγου θα κάνει σαφή την ερμηνεία του μουσείου, δηλαδή θα κάνει πετυχημένη την επιθυμία επαφής του με το κοινό.

Όπως όμως φάνηκε, το μουσείο επιθυμεί να επικοινωνήσει με συγκεκριμένους τρόπους δηλαδή, **επιλέγει**. Κατά συνέπεια, η επικοινωνία που διαμορφώνεται ούτε ουδέτερη ούτε αντικειμενική μπορεί να θεωρηθεί. Αντίθετα, είναι μέρος της **ερμηνείας** των εκθεμάτων και του ίδιου του μουσείου.

Βασικά μέσα μετάδοσης της ερμηνείας των εκθεμάτων αλλά και του ίδιου του μουσείου άρα, της επικοινωνιακής του τακτικής και αυτό-παρουσίασης, είναι τα **κείμενα** (Negri 2009,89) όπως είναι τα άρθρα για μια εφημερίδα.

Η μορφή του κειμένων, η επιλογή γραμματοσειράς, ύφους γλώσσας, χρωμάτων, σημείων, διακριτικών, σχημάτων, είναι όλα, μέρη της γλώσσας επικοινωνίας που θα αποφασίσει να έχει το **μουσείο-πομπός** με τους **δέκτες- επισκέπτες** (AAM 1995,8). Η γλώσσα του μουσείου, θα είναι απλή και σαφής από την αρχή και κατά τη διάρκεια όλης της ομιλίας με το κοινό. Ιδίως η τήρηση των κωδίκων και σημείων των κειμένων και πινακίδων είναι τεράστιας σημασίας, αλλιώς, θα μπερδευτεί ο δέκτης, και θα αλλοιωθεί το μήνυμα (Γκαζή 2012,32).

Κύριος σκοπός ενός μουσείου ιστορίας είναι τα κείμενα να ανακαλέσουν τις μνήμες του επισκέπτη και να «συζητήσουν» μαζί του έτσι ώστε μετά από την περιήγηση του να έχει παραγάγει καινούργια γνώση

5.Γ Τα κείμενα της έκθεσης

Τα εικονογραφήματα του μουσείου αναφέρονται στην επικαιρότητα μιας άλλης εποχής. Είναι ιστορικά προσδιορισμένα άρα, δύσκολα **αποκωδικοποιούνται**.

Συνεπώς, για να γίνει κατανοητή η ιστορική στιγμή που σατιρίζουν, θα πρέπει να συνοδεύονται και από ένα **επεξηγηματικό κείμενο**. Το **σχεδιαστικό ερώτημα** που προκύπτει είναι τι ύφος, τι γλώσσα και τι πληροφορίες θα έχει το κείμενο αυτό και πώς θα δομηθεί, ώστε να μην κουράζει αλλά να πληροφορεί τον επισκέπτη.

5.Γ.α Το μουσείο μιλάει τη δική του γλώσσα

Η **σύνταξη** ενός συνοδευτικού κειμένου είναι κρίσιμης σημασίας, απαιτεί συνεργατική σκέψη και σχεδιασμό, διότι αν είναι άστοχη, τότε ένα μεγάλο κομμάτι αυτών που το μουσείο θέλει να επικοινωνήσει θα χαθεί. Πρέπει επομένως, να έχει αποφασιστεί από την αρχή τι θα λέει το κείμενο, σε ποιόν, πώς και γιατί (Γκαζή και Νικηφορίδου2004,2).

5.Γ.β Πώς όμως πρέπει να μιλάει;

Τα κείμενα **πληροφορούν, επικοινωνούν, ερμηνεύουν** την έκθεση και **διευκολύνουν** τον επισκέπτη στην περιήγηση (Οικονόμου1999,55). Επειδή οι πληροφορίες του εκθεσιακού χώρου είναι πολλές και ποικίλες, τα κείμενα που θα τις συνοδεύουν θα πρέπει να τις κάνουν αντιληπτές και κατανοητές. Γι'αυτό θα είναι έτσι γραμμένα ώστε να είναι κατανοητά σε όλους τους εν δυνάμει επισκέπτες. Οι πληροφορίες τους θα είναι διαβαθμισμένες για να μην προκαλούν κόπωση ή σύγχυση. Οι τρόποι μετάδοσης των πληροφοριών δεν θα βασίζονται μόνο στη γλωσσική επικοινωνία αλλά θα είναι ποικίλοι, όπως άλλωστε είναι και η ανθρώπινη αντίληψη, οπτική, αισθητηριακή, ακουστική.

Η **μορφή** των κειμένων είναι επίσης μεγάλης σημασίας διότι, όσο καλά και να είναι γραμμένα, αν δεν είναι ελκυστικά στο βλέμμα του επισκέπτη, δεν προτρέπουν στην ανάγνωση τους. Η αισθητική τους επομένως θα πρέπει να είναι εναρμονισμένη με την αισθητική και θεματική του μουσείου. Η ομάδα θα τα σχεδιάσει ως **μέρος της εκθεσιακής συλλογής**, ώστε να είναι άξια παρατήρησης και αισθητικής υπόστασης (Γκαζή και Νικηφορίδου2004,3).

Αναφορικά με τη σύνταξη τους, το πρώτο στοιχείο που οφείλει να έχει κατά νου η ομάδα είναι ότι το μουσείο είναι ιστορίας. Επομένως, ένα κείμενο που συνοδεύει μια γελοιογραφία, έχει στόχο την **κατανόηση** της συγκεκριμένης **ιστορικής στιγμής** που η γελοιογραφία απεικονίζει, τα πρόσωπα ή γεγονότα που σατιρίζει. Για να επιτευχθεί αυτό, η ομάδα θα αποφασίσει τι από την ιστορική στιγμή θα γραφτεί και τί όχι. Ποιες πηγές θα χρησιμοποιήσει, πως και αν θα τις παρουσιάσει, ποια η χρονολογική και αιτιολογική σχέση μεταξύ γεγονότων, ποια θεωρούνται άξια να εκτεθούν, ποιες οι προηγούμενες και επόμενες ιστορικές συνθήκες θα αναφερθούν και γιατί. Και όλα αυτά, με τρόπο συνοπτικό, σαφή, κατανοητό και δομημένο.

Από την άλλη, δεν πρέπει να παραμελείται ο ιδιαίτερος χαρακτήρας του μουσείου. Εφόσον βασίζεται στην αμεσότητα του **χιούμορ**, τα κείμενα υπηρετώντας την

επικοινωνιακή του δυναμική, θα ακολουθούν το ύφος και την αισθητική του. Θα αφηγούνται την νεοελληνική ιστορία με χιουμοριστικό τρόπο αλλά και την πορεία του ελληνικού χιούμορ ιστορικά και άρα, τη μεταξύ τους σχέση.

Προτείνονται θεματικά κείμενα ενοποιητικά και διαδοχικά με τα προηγούμενα και επόμενα, ώστε όλα μαζί να αποτελούν κομμάτια ενός **ενιαίου σεναρίου**. Κάθε συνοδευτικό κείμενο θα εξηγεί το ρόλο και τη σημασία του εκθέματος. Επειδή τα εκθέματα της συλλογής είναι κυρίως **δύο διαστάσεων**, γεγονός που κουράζει το μάτι, και επειδή ο άνθρωπος για να αντιληφθεί το γύρω του περιβάλλον χρησιμοποιεί όλες τις αισθήσεις, θα γίνει προσπάθεια να προσεγγιστούν οι θεματικές και **με άλλες αισθήσεις**, την ακοή και την αφή, δίνοντας εμπειρική διάσταση και πολλαπλές δυνατότητες εκμάθησης (Χάιτας-Τράντα2010,6) ενώ, οπτικό-ακουστικό υλικό θα συμπληρώνει τα βασικά κείμενα.

5.Γ.γ Και πώς θα ξεκινάει την κουβέντα;

Σε όλων των ειδών κειμένων, πρωταρχική σημασία έχει ο **τίτλος**. Τα χαρακτηρίζει, τους δίνει όνομα και υπόσταση, συνοψίζει το περιεχόμενο, αποτελεί το έναυσμα ανάγνωσης ή απόρριψης τους. Η ομάδα λοιπόν, διεξοδικά θα συζητήσει το πως θα τιτλοφορούνται κάθε φορά τα κείμενα. Βασικός άξονας είναι ότι κάθε κείμενο θα είναι μια σειρά μικρών διαβαθμισμένων μεταβάσεων σε επιπλέον πληροφορία. Δηλαδή, θα υπάρχει ένας **υπέρτιτλος**, που θα συνοψίζει την ουσία, μετά, ένας **εκτενέστερος τίτλος** που θα συμπληρώνει μερικά στοιχεία, μια **μεταβατική πρόταση**, που θα δια φωτίζει περισσότερο και μετά, με μεγαλύτερη ανάλυση, ένα κείμενο που θα απευθύνεται σε αυτούς που έχουν χρόνο και διάθεση να το διαβάσουν. Τα σκαλοπάτια αυτά θα είναι διαφοροποιημένα, σε χρώμα, σχήμα και μέγεθος έτσι ώστε να διαβάζονται στοχευμένα (Γκαζή και Νικηφορίδου2004,240).

5.Γ.δ Και που θα γίνεται ο διάλογος;

Αφού γραφτεί το κείμενο, ειδική **χωροταξική μελέτη** θα γίνει για το που θα τοποθετηθεί, έτσι ώστε να γίνεται **αντιληπτό εύκολα** και να διεγείρει την περιέργεια των ατόμων να το διαβάσουν. Θα προσδιορίζει τα εκθέματα, αλλά όχι εις βάρος τους λόγω υπέρ-πληροφόρησης ή λόγω επιτήδευσης. Μαζί τους, και με τις λεζάντες, τα καθίσματα, τα συμπληρωματικά αντικείμενα, τα φώτα, τα χρώματα, θα δίδουν έναν «δεμένο» ενιαίο διαμορφωμένο χώρο, και όλοι οι χώροι μαζί, ένα μουσείο με σαφή χαρακτήρα, διάθεση, και τρόπο ερμηνείας (Γκαζή και Νικηφορίδου2004,4).

5.Δ Κείμενα της έκθεσης: Μία πρόταση

Στη συνέχεια, γίνεται **απόπειρα** σχεδιασμού των κειμένων του μουσείου.

Βασικοί άξονες των κειμένων είναι:

-Ενώ διηγούνται παρελθόντα γεγονότα, έχει επιλεχθεί η χρήση του **ιστορικού ενεστώτα** για να είναι ζωντανή και άμεση η αφήγηση.

-Όπου υπάρχει η λεζάντα **το πρόσεξες;** η απάντηση είναι καλυμμένη με ένα χαρτόνι ώστε να αναγκάζει τον επισκέπτη να πλησιάσει και να το σηκώσει. Η λογική **hands on** (Negri, 2009, 92) είναι βασικό όργανο ερμηνευτικής πολιτικής του μουσείου, που προτρέπει τους επισκέπτες να το αγγίζουν.

-Όπου υπάρχει  είναι επεξήγηση περί γελοιογραφίας σύμφωνη με την αισθητική των εκθεμάτων. Τα μπαλονάκια αυτά, είναι τρισδιάστατα, φτιαγμένα κατά προτίμηση από συμπιεσμένο χαρτόνι, ώστε να δίνουν μια ακόμα διάσταση στα επίπεδα σατυρικά σκίτσα. Σκόπιμα, και όπου είναι δυνατό, το μπαλονάκι ακουμπάει το σκίτσο, κάνοντας το να μιλάει κι αν γίνεται, σε πρώτο πρόσωπο.

-Όπου υπάρχει  είναι επεξήγηση θεωρητική επί της γελοιογραφίας, και των πρακτικών της ως τέχνη.

-Βρίσκονται **λίγο πιο κάτω από τον μέσο όρο του ύψους** των ματιών του επισκέπτη, ούτε πολύ ψηλά λες και είναι σε σχέση ισχύος, ούτε και πολύ χαμηλά, ώστε να τον αναγκάζουν να σκύβει, ή να αποφεύγει να τα διαβάσει. Υπολογίζεται ότι 1,50m. ύψος είναι κατάλληλο τόσο για όρθιους όσο και για τους επισκέπτες με αμαξίδιο (AAM1995, 31).

-Είναι γραμμένα σε **επίπεδα ενδιαφέροντος** με πληροφορίες τόσο για τον φιλομαθή όσο και τον βιαστικό επισκέπτη. Για να μην κουράζουν, η τεχνική της **κρυμμένης** πληροφορίας είναι συχνή.

-Δεν υπάρχουν σε ένα μόνο σημείο του μουσειακού χώρου. Για παράδειγμα, ο **τίτλος** του εισαγωγικού κειμένου σε κάθε εκθεσιακή μονάδα, είναι τοποθετημένος στο ταβάνι, με έναν αφηγηματικό τρόπο ροής «αλυσίδα» που θα ξεδιπλώνεται, καθώς εξελίσσεται η ιστορική πορεία. Για παράδειγμα:



**Οθωνική περίοδος 1832-1864:
σατυρικές εφημερίδες "μετά εικόνας"**

-Μερικά είναι δίπλα στα **καθίσματα ανάπαυλας**, έτσι ώστε να μην είναι ο επισκέπτης συνεχώς όρθιος όσο διαβάζει. Σχεδιαστικά προτείνουμε **τρειςδιάστατα κείμενα** (π.χ. κύβος με βιογραφίες σκισσογράφων, (βλ. **σχεδιαστικό παράρτημα, σ. 153-157**) που θα προτρέπουν στην αναζήτηση της πληροφορίας, σε όλους τους δυνατούς χώρους του μουσείου.

-Οι χαρακτήρες της γραμματοσειράς πρέπει να είναι **κατανοητοί** και γίνονται **αντιληπτοί** από άτομα που έχουν μειωμένη όραση (AAM1995,8). Για αυτό:

-**Τα σημεία που είναι σημειωμένα με αυτό τον τρόπο**, λειτουργούν ως υπό-τίτλοι των κειμένων, **ενώ όσα είναι σημειωμένα έτσι**, τονίζουν κάτι αξιοπρόσεκτο.

-Όσα θεωρούνται επιπλέον πληροφορία, **είναι σημειωμένα σαν παραπομπή από τη wikipedia**, όποιος θέλει επιπλέον πληροφορίες, τα πατάει σαν να είναι κουμπί, και ένα μικρό **συρταράκι**, δίνει την πληροφορία, που ήταν πριν κρυμμένη.

-Όσα κείμενα είναι πλαισιωμένα, είναι τα κυρίως κείμενα, της έκθεσης, που εξηγούν το ιστορικό πλαίσιο.

- όταν υπάρχει το μήνυμα **το ξέρες ότι;** δίνεται μια πληροφορία, που δεν είναι καθαρά ιστορικού περιεχομένου, αλλά παρακινητική για περισσότερη αναζήτηση.

-Δεν προκαλούν σύγχυση με μικρές **περιόδους** και λιτό **συντακτικό**. Αποφεύγονται πολλές δευτερεύουσες προτάσεις.

-Συμπληρωματικά **οπτικοακουστικά** μέσα και **βίντεο** χρησιμοποιούνται όπου είναι δυνατό, ως μέρος του κειμένου.

-Άλλο φως φωτίζει το έκθεμα και άλλο το κείμενο ώστε να διαβάζονται καλύτερα και να φαίνεται η **εκθεσιακή αυτονομία** του κειμένου (AAM1995,39)

- Το πρώτο κείμενο του μουσείου είναι **εισαγωγικό του εαυτού του στους επισκέπτες**, εξιστορώντας την πορεία δημιουργίας του, από ποιο φορέα, με ποιο τρόπο, και για ποιο λόγο (**σχεδιαστικό παράρτημα, σ.120**)

-Υπάρχουν **εισαγωγικά κείμενα** τόσο σε κάθε διαφορετική εκθεσιακή μονάδα, όσο και σε κάθε θεματικό άξονα. Αποτελούν επιμέρους κομμάτια ενός ενιαίου σεναρίου το οποίο υπηρετούν αισθητικά, υφολογικά, γλωσσικά. Κάθε εισαγωγικό κείμενο είναι συνέχεια του προηγούμενου(Μαρίνος2011,82).

- Αντί να χρησιμοποιηθεί μια διεθνής γλώσσα (αγγλικά) στα λειτουργικά κείμενα του μουσείου (π.χ. *ησυχία, όχι κινητό, έξοδος κινδύνου, τουαλέτες...*) (AAM1995,6) για να είναι εναρμονισμένα με το χαρακτήρα, την αισθητική και με την ερμηνευτική πολιτική του μουσείου, προτείνεται **το σκισάρισμα τους από γελοιογράφους**.

- Προτείνεται δημιουργία σκίτσων και λεζαντών με **ανάγλυφη υφή με τη μέθοδο DIDU** ώστε τα άτομα με προβλήματα όρασης να μπορούν να τα αγγίξουν και να τα ανακαλύψουν με τα χέρια τους. Τα κείμενα θα είναι γραμμένα με **γλώσσα Braille**. Η **ακουστική περιγραφή** και ξενάγηση σε **διάφορες γλώσσες** θα τα συμπληρώνουν (Κωνσταντίνος2008,35) - (site του μουσείου Prado, Ισπανία www.museodelprado.es)

-Εν ολίγοις, τα κείμενα αποτελούν **μέρος της ερμηνευτικής πολιτικής** του μουσείου οπότε, πρέπει κάθε ένα από αυτά να σε συμφωνία μαζί της (Negri2009,30).

Ιδέες περί του πώς φαντάζεται η γράφουσα τα κείμενα του μουσείου υπάρχουν στις σχεδιαστικές παραπομπές.

6° Κεφάλαιο:

Το μουσείο είναι ένα σχολείο δίχως όρια

Το μουσείο που οραματιζόμαστε είναι ένας χώρος πολλαπλής, ευχάριστης και βιωματικής μάθησης. Τα εκπαιδευτικά του προγράμματα θα επιδιώκουν άμεση και ζωντανή επικοινωνία με το κοινό προσφέροντας μόρφωση, καλλιέργεια, ψυχαγωγία σε όλες τις κοινωνικές ομάδες.

Παιδαγωγικοί του **στόχοι** θα είναι να παρουσιάσει την ομορφιά και αξία της τέχνης έντυπης σάτιρας, να συναντηθεί με εκπαιδευτικούς και ιστορικούς, να συνδέσει το παρελθόν με τον παρόν, να κάνει την μάθηση της ιστορίας, παιχνίδι.

6.Α Η εκπαιδευτική πλευρά του μουσείου

Η ιδιαιτερότητα ενός μουσείου σε σχέση με άλλους εκπαιδευτικούς οργανισμούς είναι ότι παρέχει περισσότερες και πολλαπλές **δομικές** και **χωρικές** δυνατότητες μάθησης (Νάκου2009,112). Το προτεινόμενο μουσείο, όντας ιστορίας, οφείλει να παρέχει όλες τις δυνατές προϋποθέσεις για να καταναλώνεται η ιστορία με τον πιο αποτελεσματικό και διασκεδαστικό τρόπο μέσα από συζητήσεις, συλλογικές δραστηριότητες και παιχνίδια που θα ενισχύουν την ομαδικότητα της μουσειακής εμπειρίας (Γαλάνη2006,13).

6.Α.α. Μουσείο-παιδαγωγική πολιτική του μουσείου

Η μουσειοπαιδαγωγική πολιτική εφαρμόζει τα συμπεράσματα της παιδαγωγικής επιστήμης στις δράσεις αλλά και στο σχεδιασμό του χώρου. Τα θέματα και η μορφή των δράσεων διαμορφώνονται με βάση την ηλικία, τις μορφές μνήμης και νοημοσύνης των επισκεπτών, ενήλικων και ανήλικων. Για να διαμορφωθεί σωστά το πρόγραμμα των παιδαγωγικών δράσεων από την ομάδα, απαιτείται πρώτα ερευνητική και βιβλιογραφική επισκόπηση γύρω από τις τελευταίες διατυπώσεις της **παιδαγωγικής επιστήμης** (Νικονάνου2005,18) καθώς και **έρευνες κοινού** πριν από τη δημιουργία αλλά και κατά τη διάρκεια τους. Παράλληλα, απαιτείται η μελέτη της ύλης του Υπουργείου Παιδείας ώστε να συμβαδίζει το παιδαγωγικό πρόγραμμα με αυτό των σχολείων.

Η μουσειοπαιδαγωγική χρησιμοποιεί διεπιστημονικές **μεθόδους** αποσκοπώντας στον διάλογο και την επικοινωνία μεταξύ των επισκεπτών, και μεταξύ επισκεπτών και μουσείου, θεωρώντας ότι η μάθηση είναι κατά βάση μια **κοινωνική διαδικασία**. Για αυτό το λόγο, σχεδιάζει τα προγράμματα της ανθρωποκεντρικά, βασιζόμενη στη θεωρία της **ανακατασκευής** (Νάκου2009,113), σύμφωνα με την οποία δεν

υπάρχουν λανθασμένες και άρα απορριπτές απόψεις αλλά παρατηρήσεις, ερωτήσεις, που λειτουργούν ως αφορμή, για περαιτέρω γνώση και συζήτηση. Η παρέμβαση του μουσειοπαιδαγωγού σε αυτές οδηγεί στην επιπλέον γνώση μέσω της διατύπωσης ερωτημάτων.

Άλλη μια ενδιαφέρουσα παιδαγωγική μέθοδος είναι αυτή της **ανακάλυψης** όπου οι συμμετέχοντες ακολουθώντας οδηγίες καλούνται να ανακαλύψουν μόνοι τους τις πληροφορίες που τους δίνει το μουσείο (Νάκου2001,191). Αυτή η θεωρία θα φανεί ιδιαίτερα χρήσιμη για τη δημιουργία ομαδικών παιχνιδιών που βασίζονται στην αναζήτηση και την εξερεύνηση όπως, για παράδειγμα, το «κυνήγι θησαυρού» *(σχεδιαστικό παράρτημα, σ.149-150)*.

Τα ίδια τα εκθέματα προσφέρονται για παιδαγωγικές δράσεις. Μπορούν να λειτουργήσουν ως **διαμεσολαβημένα εργαλεία μάθησης**, σύμφωνα με τη θεωρία του Vygotsky (Νικονάνου2008,101). Μέσω της γλωσσικής και σημειωτικής ανάλυσής τους θα γίνουν κατανοητές δύσκολες έννοιες πολιτικής και ιστορίας, βοηθώντας τα παιδιά να χρησιμοποιούν αντικειμενικά και συνειδητά τη γλώσσα στο να ορίζουν αυτό που δεν βλέπουν (Rogers1999,151). Από την άλλη, η πρακτική εξοικείωση τους με την τέχνη όπως αυτή της λιθογραφίας, θα τα βοηθήσουν να χρησιμοποιούν τα χέρια και τα μάτια, να κατασκευάζουν ή να αποτυπώνουν την πραγματικότητα (Παπαμιχαήλ1994,145).

6.Α.β Πώς μπορεί να αφηγηθεί το μουσείο την ιστορία του;

Ένα μουσείο ιστορίας θέλει και μπορεί να αφηγηθεί πολλές ιστορίες με πολλαπλούς τρόπους. Η επιλογή του τρόπου αφήγησης είναι κομμάτι του σεναρίου που έχει διαμορφώσει και διαμορφώνει επί της λειτουργίας του. Ανά περιόδους, η μουσειοπαιδαγωγική ομάδα σχεδιάζει και υλοποιεί δράσεις και παιχνίδια λαμβάνοντας υπόψη σε ποιόν απευθύνεται Για ποιο θέμα, για ποιο γεγονός; Με ποιο αποτέλεσμα; Με ποια εργαλεία;(Fairclough1994,6)

6.Α.γ Δράσεις για τους μικρούς μας φίλους

Οι σχολικές ομάδες αποτελούν την πλειονότητα του κοινού των μουσείων διεθνώς (Νάκου2009,107). Υπάρχουν ήδη πολλά και ενδιαφέροντα προγράμματα που απευθύνονται σε μαθητές της πρωτοβάθμιας και της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, από τα οποία μπορεί να εμπνευστεί η ομάδα των παιδαγωγών του μουσείου. Η αλήθεια είναι ότι η γελοιογραφία απευθύνεται κυρίως στο ενήλικο κοινό, αλλά αυτό δεν είναι απαγορευτικός παράγοντας. Αν υπάρχουν τα ανάλογα παιδαγωγικά προγράμματα και ευκαιρίες διάδρασης μέσω ομάδας, μπορεί να αποτραπεί η πλήξη που θα τους απέτρεπε στην ενήλικη ζωή τους να επισκέπτονται μουσεία (Νάκου2001,202). Το προτεινόμενο μουσείο θα αναπαραστήσει ιστορικές περιόδους μακρινές για τα παιδιά. Θα χρησιμοποιήσει τα ίδια τα εκθέματα για την κατανόηση της ιστορικής περιόδου στην οποία αναφέρονται. Τα παιδαγωγικά

προγράμματα θα αποτελέσουν ερέθισμα σωματικής επικοινωνίας των παιδιών με την έκθεση, συνδυάζοντας τη νοητική και χειρωνακτική συμμετοχή και εργασία τους στα προγράμματα (Νικονάνου2009,113).

6.Α.δ Δράσεις για τους πιο μεγάλους-μικρούς μας φίλους

Το μουσείο πρέπει να παρέχει στους επισκέπτες το κατάλληλο περιβάλλον τόσο **επιμόρφωσης** μέσω ομάδας όσο και **αυτο-επιμόρφωσης με** την έκθεση, **στην** έκθεση (Μπούνια-ΧΗ,1). Αυτό σημαίνει ότι όποιος επιθυμεί να περιηγηθεί στην έκθεση **μόνος** του, κατά τη διάρκεια της αυτόνομης πορείας του θα μπορεί να αντιλαμβάνεται τις εκπαιδευτικές δυνατότητες που υπάρχουν (Χάιτας και Τράντα2010,4). Το μουσείο που οραματιζόμαστε αποτελεί αφορμή επιμορφωτικών **ανακαλύψεων**.

Αν, λοιπόν, το μουσείο είναι κατάλληλα σχεδιασμένο μπορεί από μόνο του να είναι μια εκπαιδευτική εμπειρία για το ενήλικο κοινό. Αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι οι ενήλικες δεν έχουν δικαίωμα στο **παιχνίδι**. Ιδίως ένα μουσείο χιούμορ και σάτιρας που θα ανακαλεί παιδικές και εφηβικές αναμνήσεις, μπορεί πολλαπλά να προσφέρει πέρα από επιμόρφωση και ψυχαγωγία, διασκέδαση, συναισθηματική ικανοποίηση, συγκίνηση. Γι' αυτό και ο εκθεσιακός χώρος θα είναι στημένος σχετικά ανεπίσημα ώστε να μπορεί να στηρίξει με επιτυχία ξέγνοιαστες κοινωνικές δια-δράσεις (Γαλάνη2006,10).

Ο εκθεσιακός χώρος δεν είναι ανάγκη να περιορίζεται μέσα στους τοίχους του μουσείου. Προτείνεται ο σχεδιασμός ειδικών δραστηριοτήτων βασισμένων στις παλιές γελοιογραφίες για ηλικιωμένους **τροφίμους γηροκομείων** και μελών **ΚΑΠΗ**. Οι δραστηριότητες αυτές θα πραγματοποιούνται στο χώρο τους με διπλό σκοπό. Πρώτον, για να επαναφέρουν στη μνήμη των ηλικιωμένων ατόμων εικόνες και βιώματα από το παρελθόν που να μπορούν να μεταφραστούν και ως δράσεις χειροτεχνίας ή συζήτησης και ενίσχυσης της μνημονικής τους ικανότητας. (Αντζουλάτου1995,20). Δεύτερον, για να ενισχύσουν το αρχείο του ίδιου του μουσείου που θα αξιοποιεί τις προσωπικές μνήμες των ατόμων αυτών από την παλιές σατιρικές εφημερίδες και περιοδικά.

Γενικότερα, η οργάνωση **κινητών εκθέσεων** είναι μέρος της παιδαγωγικής λειτουργίας του μουσείου καθώς και η δημιουργία μουσειοσυσκευών που θα παρατείνουν το παιχνίδι αλλά και την παρότρυνση για εικαστική δημιουργία και μετά το τέλος της μουσειακής επίσκεψης.

Η γράφουσα έχει επιλέξει να μην αναπτυχθεί σε αυτό άλλο θεωρητικά αλλά να παρουσιάσει μερικά παραδείγματα δράσεων τόσο για το ανήλικό όσο και το ενήλικο κοινό. Οι μουσειοπαιδαγωγικές προτάσεις παρατίθενται αναπαραστατικά στο (σχεδιαστικό παράρτημα, σελίδα 149-152).

7^ο κεφάλαιο.

Το κτίριο του μουσείου ως έκφραση του χαρακτήρα του

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός ενός μουσείου δεν περιορίζεται μόνο στην κάλυψη των λειτουργικών αναγκών της έκθεσης και στην απλή εγκατάσταση της σε ένα κτίριο. Εξωτερικεύει το χαρακτήρα της, εκφράζει τα μηνύματα της και καθορίζει τη σχέση που θα αναπτύξει το μουσείο με τον υπόλοιπο αστικό χώρο.

7. Α Γιατί είναι σημαντικό το κτίριο;

Ο επισκέπτης δεν επηρεάζεται μόνο από τον τρόπο ταξινόμησης των εκθεμάτων κατά τη διάρκεια της επίσκεψης του. Όλα τα ερεθίσματα του χώρου, οι ήχοι, οι οσμές, η φωτεινότητα, η αισθητική θα συμβάλλουν στο αποτέλεσμα της μουσειακής περιήγησης. Κατά συνέπεια, ό,τι θεωρείται μουσειακός χώρος (είσοδος, προαύλιο, τουαλέτες, πωλητήριο κτλ) πρέπει να υπηρετεί το μήνυμα και την αισθητική του μουσείου (Falk-Dierking1994,147-148).

Γι' αυτό το λόγο, πολύ σημαντικό είναι το κτιριολογικό πρόγραμμα που θα συντάξει η αρχιτεκτονική ομάδα. Θα πρέπει να οριστούν από την αρχή οι απαιτούμενοι χώροι, να αποφασισθεί ποιοι θα προοριστούν για τις εκθεσιακές ανάγκες του μουσείου και ποιοι για τις λειτουργικές, πώς θα ομαδοποιηθούν μεταξύ τους, το μέγεθος, τα χαρακτηριστικά τους και κυρίως η λειτουργική και χωροταξική τους επικοινωνία (Τζώνος2013,35).

7.Α.α Ποιο θα είναι;

Ένα **διώροφο, λαϊκό, νεοκλασικό κτίριο δύο ορόφων, 100 τ.μ. έκαστος, με εσωτερική πίσω αυλή** είναι το πλέον κατάλληλο να υποδεχθεί και να εκφράσει το χαρακτήρα του προτεινόμενου μουσείου, για τους εξής λόγους:

- ✓ Παραπέμπει σημειολογικά στην **εποχή** που εξιστορεί η έκθεση, αποτελώντας την αρχιτεκτονική απεικόνιση της σύνδεσης της παλαιότερης σύγχρονης νεοελληνικής ιστορίας με τη σημερινή.
- ✓ Δεν είναι ένας χώρος που θέλει να επιβληθεί μέσω του όγκου και του μεγαλείου του. Συνεπώς, **ταιριάζει** στο χαρακτήρα και τις επιδιώξεις της έκθεσης.
- ✓ Είναι ένα κτίριο ψηλοτάβανο και ευήλιο με δροσερούς εσωτερικούς χώρους, στοιχεία που το καθιστούν **φιλόξενο**, προτρεπτικό τόσο για επίσκεψη όσο και για παραμονή σε αυτό.

- ✓ Οι διαχωρισμοί μεγάλων δωματίων στο εσωτερικό του διαμορφώνουν χώρους **πρόσφορους για πειραματισμούς και μουσειοπαιδαγωγικά παιχνίδια**.
- ✓ Ταιριάζει με το όραμα του μουσείου, να αποτελέσει πόλο έλξης τουριστών και να συντελέσει στην ανάπτυξη του **τουριστικού πολιτισμού**.
- ✓ Τα νεοκλασικά κτίρια της Αθήνας και του Πειραιά είναι **πολιτιστική κληρονομιά** συνεπώς, η σύνδεση με αυτά ισχυροποιεί το χαρακτήρα της έκθεσης που εστιάζει στα θέματα συλλογικής μνήμης.
- ✓ Μία πίσω όμορφη, σκιερή **αυλή** μπορεί να μετατραπεί σε ένα ωραίο καφέ, και χώρο διοργάνωσης εκδηλώσεων. Το **Μουσείο της Πόλεως των Αθηνών** στην οδό Παρνασσού είναι ένα τέτοιο δείγμα της ομορφιάς και λειτουργικότητας της αυλής μουσείων σε νεοκλασικά κτίρια.
- ✓ Υπάρχουν πολλά νεοκλασικά κτίρια στην Αθήνα και στον Πειραιά, ιδιαίτερης **ομορφιάς και αισθητικής** που μένουν αναξιοποίητα.
- ✓ Η αξιοποίηση ενός νεοκλασικού κτιρίου κρίνεται οικονομικά ως η πλέον **συμφέρουσα**. Η οικονομική ομάδα μπορεί να αξιοποιήσει τις ισχύουσες νομικές διατάξεις περί προστασίας της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς και να ζητήσει υπαγωγή του κτιρίου στους υπάρχοντες αναπτυξιακούς νόμους (στεγαστική συνδρομή, χαμηλός φορολογικός συντελεστής, βοήθεια στην αποκατάσταση του κτιρίου κτλ) με βάση τους ισχύοντες νόμους του Υπουργείου Παραγωγικής Ανασυγκρότησης, Περιβάλλοντος και Ενέργειας. <http://www.ypeka.gr/?tabid=382>
- ✓ Τέλος, τα περισσότερα νεοκλασικά κτίρια βρίσκονται στο κέντρο των δύο πόλεων, κοντά στα **μέσα μεταφοράς**.



7.Β Πώς θα είναι το κτίριο;

Το 1994 εγκαινιάστηκε το Μουσείο Σκίτσου. Ήταν μια πρωτοβουλία του Δήμου Αθηναίων σε συνεργασία με τη Λέσχη των Ελλήνων σκιτσογράφων. Το Μουσείο Σκίτσου στεγαζόταν στη νεοκλασική Βίλλα Τράμπερ στη πλατεία Βάθη, ένα κομψοτέχνημα αθηναϊκής αρχιτεκτονικής που καλύπτει όλες τις παραπάνω προϋποθέσεις. Σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού <http://odysseus.culture.gr> αυτό το μουσείο είναι εν λειτουργία.

Ωστόσο, το μουσείο δεν λειτουργεί και ούτε ουσιαστικά λειτούργησε. Καμία υπηρεσία του Δήμου Αθηναίων δεν γνώριζε ποια η τύχη του κτιρίου. Την ίδια αίσθηση δίνουν και οι

δημοσιογραφικές έρευνες. <http://www.kathimerini.gr/461682/article/politismos/arxeio-politismoy/ena-diamanti-sthn-plateia-va8hs>

Γι' αυτό το λόγο, η γράφουσα επέλεξε να μην θεωρήσει δεδομένο το κτίριο της **Βίλας Τράιμπερ** ως αυτό που θα φιλοξενήσει το μουσείο. Η διοικητική αοριстіά του Δήμου Αθηναίων όπου ανήκει η βίλα καθώς και η προηγούμενη εμπειρία διοίκησης του, δεν την καθιστούν πιθανή ενδεικτική κτιριακή πρόταση. (Μαραγκός-Ταμπακέας, παράρτημα Α, σ. 92-98)

Το κτίριο που προτείνεται έχει ήπιο και λιτό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό με ίσιες γραμμές ώστε να μην επισκιάζει την έκθεση και να αντιδιαστέλλονται οπτικά με την πίσω αυλή. Αυτό το στοιχείο θα δώσει μια αίσθηση άνεσης και βάθους στον επισκέπτη κατά την παραμονή του στο κτίριο. Διαχωριστικά θα χωροθετούν τις βασικές λειτουργίες του μουσείου ή τις εκθεσιακές ενότητες τα οποία, μαζί με τις γραφιστικές τεχνικές θα υποδεικνύουν τις πιθανές διαδρομές μέσα στην έκθεση.

Η επιλογή των υλικών, χρωμάτων και σχεδίων θα υπηρετούν το χαρακτήρα του μουσείου. Εφόσον το μουσείο θα βασιζέται στην αφήγηση του στο χιούμορ, τα χρώματα του θα είναι ανοιχτά, απαλά και τα υλικά του ελαφριά και όπου γίνεται, διάφανα. Γενικότερα, ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός θα μαρτυρά την προσωπικότητα και άρα θα στοχεύει στην από μακριά **αναγνώριση** του μουσείου (Τζώρτζη 2013, 57) ακόμα και πριν την είσοδο σε αυτό. Για παράδειγμα, τα παγκάκια παραπλεύρως της εισόδου θα είναι στολισμένα με γνωστούς ήρωες κόμικς και γελοιογραφιών και θα «κάνουν παρέα» στον κόσμο που θα θέλει να αναπαυθεί λίγο πριν μπει στο μουσείο.

Μια ιδέα για το τελευταίο δίνεται και στο φυλλάδιο του μουσείου (σχεδιαστικό παράρτημα σ. 158)

7.Β.α Σχεδιάζοντας τις λειτουργικές ανάγκες του μουσείου.

Το μουσείο είναι όλα όσα φαίνονται και όσα όχι, όπως για παράδειγμα η αποθήκη του. Η σωστή αποθήκευση των εκθεμάτων σημαίνει μείωση φθοράς. Επομένως, πρέπει να σχεδιαστεί η αποθήκη έτσι ώστε να τηρεί όλους τους κανόνες ελέγχου και διατήρησης των κλιματολογικών συνθηκών. Επίσης, πρέπει να σχεδιαστεί με γνώμονα την διευκόλυνση τόσο των επιμελητών όσο και των συντηρητών. Πρέπει λοιπόν, η αποθήκη να βρίσκεται σε σημείο που να επικοινωνεί με την έκθεση ενώ οι υποδομές της πρέπει να προσφέρουν άνεση κατά την εργασία για συγκέντρωση, οργάνωση, αρχειοθέτηση και διαχείριση των συλλογών (Σαλή 2006, 67).

7.Γ Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του εσωτερικού του μουσείου

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του μουσείου είναι η οπτικοποίηση της ερμηνείας που η ομάδα έχει δώσει. Οι **επιμελητές** θα διαμορφώσουν το νοηματικό σχεδιασμό. Οι **αρχιτέκτονες, σχεδιαστές, γραφίστες** θα καταγράψουν τους διαθέσιμους χώρους και τις λειτουργικές ανάγκες του μουσείου. Η ομάδα **οικονομικής διαχείρισης** θα εκτιμήσει τα οικονομικά περιθώρια (Τζώνος2013,171) και όλοι μαζί θα διαμορφώσουν τα τελικά σχέδια του χώρου.

Πριν γίνει αυτό, οφείλουν να εξετάσουν τις αντιδράσεις του κοινού στις προτάσεις τους. Θα παρουσιάσουν ένα παράδειγμα-μοντέλο έκθεσης **πilotικής μορφής** τόσο σε γνώστες των μουσειακών πραγμάτων όσο και σε γνώστες της έντυπης σάτιρας αλλά και σε ομάδες επισκεπτών του μουσείου. Από τις αντιδράσεις αυτών, θα τροφοδοτηθούν με ιδέες χρήσιμες για τον τελικό σχεδιασμό (Τζώνος2013,114).

Συνεπώς, η τελικός σχεδιασμός θα καθοριστεί από την αλληλεπίδραση **ετερογενών** παραγόντων: Από τις **ερμηνείες** που θα θελήσουν να δώσουν τα μέλη της ομάδας, από τις **ανάγκες** του κοινού, από τα πεπερασμένα **όρια** που θα θέσει ο ίδιος ο χώρος, και φυσικά από το διαθέσιμο οικονομικό **κεφάλαιο**. Το αν τελικά θα είναι πετυχημένος ο σχεδιασμός του εσωτερικού θα φανεί από την εμπειρία του κοινού σε αυτόν.

7.Γ.α Ο χώρος μιλά τη γλώσσα του. Ποιο είναι το συντακτικό της;

Η μορφή του εσωτερικού χώρου διαμορφώνει τον τρόπο πρόσληψης της γνώσης του κοινού, όπως ακριβώς επηρεάζει την παραγωγή νοήματος το συντακτικό ενός κειμένου. Η θεωρία που στηρίζει την παραπάνω άποψη ονομάζεται **συντακτικό χώρου** (space syntax) και είναι αυτή που θα χρησιμοποιήσει η ομάδα για να σχεδιάσει την δομή των χώρων, τη δυναμική μεταξύ των χωρικών ενοτήτων και την αλληλεπίδραση τους με τους επισκέπτες (Χουρμουζιάδη2006,161).

Τι είδους όμως κείμενο θα είναι το προτεινόμενο μουσείο; Επειδή είναι ιστορίας και αφηγείται μέσω της εικόνας, επιθυμούμε να θυμίζει **θεατρικό έργο** με εισαγωγή, πλοκή, σκηνές, χρονολογίες, πρωταγωνιστές, δραματικότητα (Κωνσταντόπουλος 2004,43). Η σύνταξη λοιπόν, του χωρικού συντακτικού του θα θυμίζει συγγραφή σεναρίου θεατρικού έργου.

7.Γ.β Και ποια τα μυστικά της:

Είδαμε ότι ο μουσειολογικός σχεδιασμός σημαίνει οπτικοποίηση ερμηνειών. Η ανάγνωση συνεπώς, του χώρου είναι η ανάγνωση μηνυμάτων μιας γλωσσικής επικοινωνίας. Αν λοιπόν, για παράδειγμα, ένα μουσείο έχει επίπεδα δάπεδα, ένας επισκέπτης βλέπει απλά ευθείες και αυτό **κατά-δηλώνει** μια αρχιτεκτονική πρόταση. Με μία όμως δεύτερη ανάγνωση, ο επισκέπτης μπορεί να κινηθεί ανεμπόδιστα παντού, όποια κι αν είναι η φυσική του κατάσταση. Και αυτή η διαπίστωση είναι η αρχιτεκτονική **συνδήλωση** της σχεδιαστικής ομάδας, ένα μουσείο προσβάσιμο σε όλους (Τζώνος,2013,29). Ιδεατό για την σχεδιαστικής ομάδα και τους επιμελητές θα είναι όλοι οι επισκέπτες να δουν όλους τους χώρους.

7.Γ.γ Μια γενική ιδέα νοηματοδότησης του εσωτερικού χώρου

Το μουσείο που οραματιζόμαστε έχει την αίσθηση της προοπτικής. Γι'αυτό το λόγο, η διαμόρφωση του εσωτερικού



χώρου θα είναι τέτοια που θα επιτρέπει στον επισκέπτη να αντιλαμβάνεται **οπτικά** τους χώρους, προτού κινηθεί σε αυτούς (Αντζουλάτου1995,37) ενώ κάθε υπό-εκθεσιακή ενότητα θα σηματοδοτείται με κάποιο διακριτικό (σκίτσο, χρώμα, νούμερο...), ώστε να ξέρει ο επισκέπτης που βρίσκεται (Γκαζή-Νικηφορίδου-Μουσούρη2004,81)

Οι διαδρομές θα ποικίλουν, ώστε να μην περιορίζουν την κίνηση των διαφορετικών ομάδων. Για παράδειγμα, μια σχεδιασμένη και σηματοδοτημένη διαδρομή για παιδιά θα κατευθύνει τις οικογένειες ενώ θα αποτρέπει τους ενήλικες που δεν θα έχουν την ανάλογη διάθεση. Με την ίδια λογική θα γίνεται τόσο μια γενική όσο και μια λεπτομερειακή περιγραφή της έκθεσης μέσω των επεξηγηματικών φυλλαδίων αλλά και μέσω των κειμένων και της έκθεσης (Κωνσταντόπουλος2004,51).

7. Δ. Μερικές βασικές πρακτικές προτάσεις προ σχεδιασμού

- ✓ Γερά και ήσυχα **πατώματα** που δεν προκαλούν θόρυβο (Κατσάνικα2008,57)

- ✓ Οι επισκέπτες είναι άνθρωποι και κινούνται με τα πόδια τους. Οι χώροι **ανάπαυσης** πρέπει να είναι μέσα και κατά τη διάρκεια της έκθεσης, αναπαυτικοί και αισθητικά ενσωματωμένοι σε αυτή.
- ✓ Για τον ίδιο λόγο, όπου υπάρχουν οθόνες προβολής, βίντεο ή ηχογραφημένα μηνύματα, απέναντι τους πρέπει να υπάρχουν πάγκοι ή **καθίσματα**.
- ✓ Τα καθίσματα θα είναι παράλληλα **συνοδευτικά εκθεμάτων** με τσέπες με κείμενα στα πλαϊνά τους, συσκευές με ηχογραφημένο μήνυμα στη ράχη τους ή σκίτσα σταμπαρισμένα.
- ✓ Η **κεντρική** και μεγαλύτερη **αίθουσα** είναι χώρος προβολών, εκπαιδευτικών προγραμμάτων, συγκέντρωσης μαθητών, παιχνιδιών.
- ✓ Ενδεικνύται η **δεξιόστροφη πορεία** της διαδρομής που προφανώς λόγω της κίνησης του χεριού, η πλειοψηφία του κόσμου επιλέγει.
- ✓ Έχει παρατηρηθεί ότι ο κόσμος δίνει περισσότερη προσοχή στα **πρώτα** εκθέματα, και όχι στα τελευταία και ότι όσο πιο **μικρή** είναι η περιοχή έκθεσης, τόσο μεγαλύτερη προσοχή δίνεται (Dean,1994,51). Γι' αυτό, οι τελευταίες εκθεσιακές μονάδες θα είναι πιο έξυπνα σχεδιασμένες, σε πιο μικρούς χώρους, με πιο πολλές γωνίες, ώστε να τραβούν την προσοχή και να υπερνικούν τον παράγοντα της κούρασης.
- ✓ Η πλειοψηφία του κόσμου προτιμά να διαβάσει από την κορυφή προς τα κάτω, από αριστερά στα δεξιά, ενώ όσο πιο φωτεινό το σημείο τόσο παραμένουν σε αυτό. Όλα αυτά θα ληφθούν υπόψη κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού των εκθεσιακών μονάδων (Dean,1994,52).
- ✓ Κρίνεται έξυπνη αισθητικά η χρήση καμπυλών, γωνιών και παραθύρων, όπου γίνεται (Dean,1994,53) με σκοπό την **θελκτικότητα** των εκθεσιακών χώρων.
- ✓ Ο **φωτισμός** είναι τόσο σημαντικός όσο και στις κινηματογραφικές ταινίες. Ο ειδικός στην τεχνική του φωτισμού θα υπηρετεί τις ανάγκες του εκθεσιακού σχεδιασμού δημιουργώντας συνθήκες εναρμονισμένες με την αρχιτεκτονική και αισθητικού του χώρου που θα κατευθύνουν την ροή της έκθεσης (Τζώνος,2013,133).
- ✓ Τα εκθέματα θα διαταχθούν με τρόπο ώστε να αποφευχθεί ο οπτικός **θόρυβος**. Η υπερβολική έκθεση σκίτσων και πληροφοριών θα επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα από τα επιθυμητά (Falk-Dierking,1994,159)
- ✓ Θα ακολουθηθεί το εκθεσιακό σύστημα Kiesler: "Τ" αντικείμενα προς ανάρτηση , " L" οριζόντια τοποθέτηση μακετών (Τζώρτζη,2013,92)
- ✓ Μια **χρονολογική μπάρα** με γελοιογραφίες πάνω στα πιο σημαντικά ιστορικά γεγονότα στην εισαγωγή κάθε εκθεσιακής υποενότητας θα αποτρέψει τη σύγχυση.
- ✓ Ανά τακτά χρονικά διαστήματα, σε γωνίες ή άλλα ευδιάκριτα σημεία πρέπει να υπάρχει **σηματοδότηση**.

- ✓ Τα εκθέματα αυτού του μουσείου είναι από υγροσκοπικά υλικά (χαρτί, χρώμα, μελάνι) δηλαδή, ευαίσθητα στην υγρασία. Η προτεινόμενη σχετική υγρασία θα πρέπει να κυμαίνεται στα 50%-65% (ICOM1985,22).
- ✓ Απαιτείται η επιλογή του σωστού φωτισμού για να μην καταστραφούν τα οργανικά υλικά των εκθεμάτων μιας που τα υλικά της γελοιογραφίας είναι ευαίσθητα στο φως (ICOM1985,9)
- ✓ Τέλος, η **τελευταία εκθεσιακή υπό-ενότητα** είναι ο επίλογος της έκθεσης όπου όμως δεν την κλείνει αλλά αντίθετα, παροτρύνει σε μια επάν-επίσκεψη της (Τζώρτζη, 71, 2013).

7.Δ.β Ένα μουσείο είναι έμπρακτα χώρος δημοκρατίας

Με βάση το Σύνταγμα του 2001 (άρθρο 21, παρ.6) ως άτομα με αναπηρία (ΑμέΑ) ορίζονται τα άτομα που έχουν οποιαδήποτε μορφή αναπηρίας, κινητικής, αισθητηριακής, διανοητικής, ψυχικής. Για τα άτομα αυτά η σχεδιαστική ομάδα θα μεριμνήσει ώστε η πορεία τους στο μουσείο να είναι ίση και παρόμοια των υπολοίπων. Γι'αυτό κρίνεται απαραίτητη η συνεργασία τής με τους συλλόγους ατόμων με αναπηρία σε όλη τη διάρκεια του στησίματος της έκθεσης (Τσιτούρη2005,37). Για παράδειγμα, θα συνεργαστεί με το Φάρο Τυφλών Ελλάδος για τη δημιουργία ανάγλυφων σκίτσων και λεζαντών με μέθοδο Braille και την ακουστική περιγραφή των κειμένων (Κωνσταντίνος2008,35).

Όπου το ίδιο το κτίριο περιορίζει λόγω της μορφολογικής και χωροταξικής διάταξης του, θα χρησιμοποιούνται εργαλεία που θα κάνουν την κίνηση ανεμπόδιση όπως για παράδειγμα ράμπες, ανελκυστήρες, αναβατήρες, χειρολισθήρες, ειδικά WC. Στο πάτωμα θα υπάρχει διαχωριστικό κίνησης για τους τυφλούς ενώ για τα άτομα με προβλήματα ακοής θα υπάρχουν ακουστικά βαρηκοΐας, υποτιτλισμοί και ξεναγοί με γνώσεις νοηματικής. Ομοίως, θα γίνει προσπάθεια να είναι κατανοητό με τον πιο απλό τρόπο και μέσω των αισθήσεων ώστε να γίνεται αντιληπτό από άτομα με νοητική στέρηση (Τσιτούρη2005,38-41).

Η γράφουσα προτιμά να παραθέσει σχεδιαστικές προτάσεις περί του παραπάνω κεφαλαίου (σχεδιαστικό παράρτημα-βίντεο)

Επίλογος

Αυτό που οραματίζεται η εργασία είναι ένα μουσείο που θα **καλοδέχεται** τους επισκέπτες του και που θα τους προσφέρει τόσο ευχάριστες εμπειρίες που θα θέλουν να **επαναλάβουν** την επίσκεψη πολλές φορές.

Όλες οι σχεδιαστικές προτάσεις και επιχειρηματικά πλάνα συντάχθηκαν με αυτό το γνώμονα να δημιουργήσουν τις απαραίτητες συνθήκες μιας ευχάριστης, εποικοδομητικής, επιμορφωτικής και διαδραστικής μουσειακής εμπειρίας. Έγινε η προσπάθεια να σκιαγραφηθεί ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας του μουσείου και οι στόχοι του. Η οικειοποίηση της ιστορικής μνήμης από τον επισκέπτη μέσω των εκφραστικών και απεικονιστικών δυνατοτήτων που προσφέρουν οι γελοιογραφίες, τα κόμικ και γενικά η έντυπη σάτιρα ήταν το κριτήριο σχεδιασμού της έκθεσης. Σκοπός ήταν η ανάδειξη της αφηγηματικής και καλλιτεχνικής αξίας της έντυπης σάτιρας, η ανάδειξη της πλούσιας σατιρικής παράδοσης της χώρας και η χιουμοριστική παρουσίαση της νεοελληνικής ιστορίας.

*Η γράφουσα ελπίζει να μην κούρασε τους αναγνώστες της τους οποίους, θα ήθελε να **ευχαριστήσει** πολύ για το χρόνο και την υπομονή που έδειξαν διαβάζοντας την εργασία...*



Βιβλιογραφία

Α) περί κόμικ, γελοιογραφίας, οπτικής σάτιρας, εικονολογίας και σημειολογίας της εικόνας.

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

Αμπατζή, (Συλλογικό έργο), Έκθεση πολιτικής γελοιογραφίας, Ίδρυμα της Βουλής των Ελλήνων, 2005.

Baudelaire Charles, *Περί της ουσίας του γέλιου και γενικά περί του κωμικού στις πλαστικές τέχνες*, Άγρα, 2000

Benjamin Walter , *Δοκίμια για την τέχνη*, Κάλβος, 1978

Umberto Eco,

- *Επιμύθιο στο Όνομα του Ρόδου*, Γνώση, 1993.

- *Κήνσορες και θεράποντες*, Γνώση, 1994.

- *Σημειώματα σημειολογίας και άλλα*, Μαλλιάρης, 1995

Καστρίτη Νατάσα:

- *Πενάκια... «εφ όπλου»*, Ιστορική και Εθνολογική Εταιρεία της Ελλάδος, 2012

- *Ημερολόγιο 2015, Ο Νέος Αριστοφάνης*, Εθνικό Ιστορικό Μουσείο, 2015.

Κοσκινάς Γιώργος, *Ασκήσεις Ηρωισμών*, Comicon Shop, 2014

Κουκουλάς Γιάννης, *Ένατη τέχνη, από το παρελθόν στο μέλλον*, ΚΨΜ, 2006

Κρητικός Πάνος- Σαμπανίκου Εύη, *Ιχνηλατώντας το φανταστικό: τα ελληνικά κόμικς του φανταστικού 1978-2004*, Futura, 2005

Λούβη Λίνα, *Η ελληνική οικονομία του 19^{ου} αιώνα με τη γραφίδα των γελοιογράφων*, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Πρόγραμμα ερευνών ιστορικού αρχείου, 2011.

Μαρτινίδης Πέτρος:

- *Κόμικς. Τέχνη και τεχνικές της εικονογράφησης*, ΑΣΕ Α.Ε., 1990

- *Πώς πάνε στον παράδεισο του Αρκά, ή ανατρέχοντας στην ιστορία του γέλιου*, Ύψιλον, 2007

Ματζουράνη Τζούτζη, *Τα 24 γράμματα του αλφαβήτου*, Φίλντισι, 2015

Ματλάρ Α.-Ντορφμαν Α., *Ντοναλτ, αυτός ο απατεώνας, ή η διήγηση του ιμπεριαλισμού στα παιδιά*, Ύψιλον, 1982

Μένης Θ. - Χαλκιά Κ., *Εικόνα και παιδί*, Cannot Not Design Publication, 2005

Μητρόπουλος Κώστας,

-1960-2015, *Τα καλύτερα μας χρόνια σε 285 γελοιογραφίες*, Μεταίχμιο, 2014

- *Η κρίση πέρασε*, Πόλις, 2010

Μίσιου Μαριάννα, *Τα κόμικς από το περίπτερο στη σχολική τάξη, ξεφυλλίζοντας τον Γκοσινί*, ΚΨΜ, 2010

Μπαρτ Ρολάν:

- *Μυθολογίες, μάθημα*, Κέδρος, 1979.

-*Εικόνα- Μουσική- Κείμενο*, Πλέθρον, 2001.

Μπεργκσόν Ανρι, *Το γέλιο*, Εξάντας, 1900.

Πανόφσκι Έρβιν, *Μελέτες εικονολογίας. Ουμανιστικά θέματα στην τέχνη της Αναγέννησης*, Νεφέλη, 1991.

Παπαγεωργίου Γήσης, *Έλληνες γελοιογράφοι του 20^{ου} αιώνα*, Αστραία, 2002

Παπαδανιήλ Αρίσταρχος, *Ελληνική Πολιτική Γελοιογραφία, η σοβαρή πλευρά μιας «αστείας» τέχνης*, Syllipsis, 2000.

Πρατ Εουσέμπι, *Οι αφίσες του ισπανικού εμφυλίου πολέμου*, Ίδρυμα Πάμπλο Ιγκλέσιας και Ινστιτούτο Θερβάντες, 2010.

Σαπρανίδης Δημήτρης, *Ιστορία της ελληνικής γελοιογραφίας, 3000 χρόνια αμφισβήτησης*, Ποταμός, 2001.

Σκαρπέλος Γιάννης, *Ιστορική μνήμη και ελληνικότητα στα κόμικς*, Κριτική, 2000

Ταμπακέας Ηλίας, *Τα πρώτα βήματα, Η ιστορία του σκίτσου από τον 19^ο αιώνα έως τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο*, Καθημερινή, 1995.

Φρόντ Σίγκμουντ, *Η ψυχολογική ερμηνεία του χιούμορ*, Ζουμπουλάκης, 1989.

ΧΣ, *Τα καθ-οδηγητικά με την πένα των σκιτσογράφων του Καθοδηγητή*, Οδηγητής, 1982.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Richard Nelly, *Estudios visuales, políticas de la mirada y crítica de las imágenes*, Scielo, 2007.

Συνέδρια, συζητήσεις

-**Σκαρπέλος Γιάννης** και **Κουκουλάς Γιάννης**, *Αϊβαλί: Ένα ταξίδι από τις Καλές Τέχνες στον Οπτικό Πολιτισμό*, Μουσείο Μπενάκη Πειραιώς 138, 05/03/2015

-**Μπόνος Γιώργος**, *Τα κόμικ στα σχολεία*, Μουσείο Κυκλαδική Τέχνης - Comicdom Press, 08/12/ 2014

-**Ταμπακέας Ηλίας**, *Η γυναίκα στην ιστορία του σκίτσου: από την εποχή των σπηλαίων μέχρι σήμερα*, Περιμπανού, 2015

Ντοκιμαντέρ

Κούλογλου Στέλιος,

-«Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα: Πεθαίνοντας στο γέλιο», ΕΡΤ 1997

- «Ρεπορτάζ χωρίς σύνορα: Από τον Μωάμεθ στον Παστίσιο», ΕΡΤ, 2012

-**Σκιαδόπουλος Άρης**, *Νυχτερινός Επισκέπτης-Μέντης Μποσταντζόγλου*, ΕΡΤ, 1998

αρθρογραφία

Patrick Chappatte, *Η δημοκρατία και η σκισσογραφία*, 25/03/11, <http://tvxs.gr>

Επτακοίλη Γιούλη,

-Καυστικά, ξεκαρδιστικά, πικρά σκίτσα, εφημερίδα Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 18/09/2011

-Σάτιρα, ένα παιχνίδι χωρίς όρια; Δύο σκηνοθέτες και δύο δημοσιογράφοι σχολιάζουν με αφορμή την υπόθεση του «Γέροντα Παστίσιου», Η Καθημερινή, ΧΗ.

ΚΥΡ, *Δεν εμπιστεύομαι τους τιμονιέρηδες*, Ποντίκι-Art, 15/08/11

Κυριαζής, *Έκθεση Γελ(ο)ιογραφικότητες*, 29/06, 2012, www.lifo.gr

Κωστής Κατερίνα, *Η πρωτεύει φύση της Σάτιρας*, Το Βήμα, 11/08/1996, <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=81571>

Λούβη Λίνα, *Ο εθνικός μας κλαυσίγελος*, Το Βήμα, 02/11/ 14
<http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=105163>

Μαλανδράκης Άρης, *Ο άνθρωπος με τις 120.000 γελοιογραφίες*, Ελευθεροτυπία, 2001.

Μητρόπουλος Κώστας, *Οι πολιτικοί έχουν καλές προθέσεις, αλλά...*, Καθημερινή, 24 Γενάρη 2015.

Μαγουλιώτης Ν.Απ., *Πώς γεννήθηκαν ο Φασουλής και ο Περικλέτος. Το νεοελληνικό κουκλοθέατρο από τα τέλη του 19^{ου} και για δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα καθιερώθηκε ως το απαραίτητο θέαμα της Αποκριάς*, Η Καθημερινή, 25 Φλεβάρη 2001

Πολενάκης Λεάνδρος, *Ο γελοιογράφος Σταμάτης Πολενάκης και η εποχή του (1908-1997)*, Η Αυγή, 18/08/2014. <http://www.avgi.gr/article/3688028/o-geloiografos-stamatis-polenakis-kai-i-epoxi-tou-1908-1997>

Ρωμαίος Γιώργος, *Από το 1824 η ιστορία μας είναι ιστορία... δανείων!*, Το Βήμα, 06/01/2009 <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=249380>

Βασίλης Χριστοδούλου, *Γελάτε Ελληνικά...* περιοδικό Ω3(ΧΗ)

(ΧΣ) *Το «Σπίτι του σκίτσου» απέκτησε στέγη στον Φαλατάδο της Τήνου*, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 03/08/2011 <http://www.kathimerini.gr>

(ΧΣ) *Έκθεση γελοιογραφίας για το Ανατολικό Ζήτημα και την ενσωμάτωση της Θεσσαλίας από το Δήμο Βόλου*, 19/11/2011, <http://www.eleftheria.gr/index.asp?cat=12&aid=34273#.VGkUxvmUcut>

Πληροφορίες έλληνες γελοιογράφους από ιστότοπους

-<http://comicstrades.me>

-<http://www.biblionet.gr>

-<http://www.topontiki.gr>

-Equipe Interdisciplinaire de Recherche sur l'Image Satirique:

http://www.eiris.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=451:journaux-et-revues-satiriques-en-grce&catid=58&Itemid=118

-<http://war-of-cartoons.blogspot.gr/2010/10/h-1940-41.html>

-<http://war-of-cartoons.blogspot.gr/2010/10/h-1940-41-b.html>

-<http://www.lambiek.net/home.html>

<http://peiratikoreportaz.blogspot.gr> (βασισμένο στα αρχεία της ΕΡΤ)

<http://www.biblionet.gr>

<http://openarchives.gr>

<http://el.wikipedia.org>

<http://www.benaki.gr>

Εφημερίδες-περιοδικά

<http://kokkinosfakelos.blogspot.gr> , σκίτσα και γελοιογραφίες του Ριζοσπάστη, 14 Φλεβάρη 2012

<http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=202216> αφιέρωμα της Ελευθεροτυπίας στο Βασίλη Χριστοδούλου

περί κόμικ-γελοιογραφίας

<http://www.comicdom.gr>

<https://comicsineducation.wordpress.com>

www.sarantakos.wordpress.com

www.catalog.parliament.gr

Β) περί νεοελληνικής ιστορίας

Δερτιλής Γ. Β., *Ιστορία του ελληνικού κράτους 1830-1920 τόμοι Α΄ και Β΄*, Εστία, 2005

Λούλης Γιάννης, *Η κρίση της πολιτικής στην Ελλάδα, εκλογές-κοινή γνώμη, πολιτικές εξελίξεις 1980-1995*, Ι. Σιδέρης, 1995.

Mazower Mark , *Η Ελλάδα και η οικονομική κρίση του μεσοπολέμου*, ΜΙΕΤ, 2009

Meynaud Jean, *Οι πολιτικές δυνάμεις στην Ελλάδα 1946-1965 τόμος α΄*, Σαββάλας, 2002.

Παπαϊωάννου Κώστας, *Η Ελλάδα ποτέ δεν πεθαίνει, μια πολιτική ανασκο(λό)πηση της ιστορίας (1994-2007)*, Καστανιώτης, 2008

Ρωμαίος Γιώργος,

- *Η Ελλάδα των δανείων και των χρεωκοπιών*, Πατάκης, 2012.

-*Θέλει και η πτώχευσις την τέχνην της ΤΑ ΝΕΑ*,

<http://www.tanea.gr/ellada/article/?aid=4693452>

Σβορώνος Νίκος,

- *Επισκόπηση της νεοελληνικής ιστορίας*, Θεμέλιο, 1994

-*Ανάλεκτα νεοελληνικής ιστορίας και ιστοριογραφίας*, Θεμέλιο, 1995

Τζόκας Σπύρος, *Ο Χαρίλαος Τρικούπης και η συγκρότηση του νεοελληνικού κράτους. Οδοιπορικό στον 19^ο αιώνα*, Θεμέλιο, 1999

Τσουλφίδης Λευτέρης,

-*Οι πτωχεύσεις του ελληνικού κράτους*, άρθρο στο ένθετο «Ιστορικό Αρχείο» της εφημερίδας Ο Επενδυτής με γενικό θέμα Δάνεια, Κρίσεις, Χρεωκοπίες, 2013.

-*Οικονομική ιστορία της Ελλάδας*, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 2009

Χαλούλος Παναγιώτης, *Ιστορία για το γυμνάσιο, νεότερη και σύγχρονη*, Ζήτη, 2008

Χαμηλάκης Γιάννης, *Το έθνος και τα ερείπια του. Αρχαιότητα, αρχαιολογία και εθνικό φαντασιακό στην Ελλάδα*, Εικοστός Πρώτος, 2012.

Hering Gunnar, *Τα πολιτικά κόμματα στην Ελλάδα 1821-1936 τόμος α΄*, ΜΙΕ, 2004

Χρήστος Χατζηιωσήφ, *Ιστορία της Ελλάδας του 20ου αιώνα, κεφ: Κοινοβούλιο και δικτατορία 1922-1936*, Βιβλιόραμα, 2009

Ιστότοποι εκπαιδευτικών ιστορίας:

<http://users.sch.gr//pchaloul>

<http://itzikas.wordpress.com>

<http://enthemata.wordpress.com>

<http://constantinoskyriakis.blogspot.gr>

Πληροφορίες από ιστότοπους με ιστορικά άρθρα

<http://mikros-romios.gr>

<http://www.ethnos.gr/article>

<http://ebooks.edu.gr>

<http://www.imerisia.gr>

<http://to-paliatzidiko.blogspot.gr>

<http://www.greekcomics.gr>

<http://www.24grammata.com>

<http://sarantakos.wordpress.com>

<http://tvxs.gr>

<http://www.sansimera.gr>

<http://www.tanea.gr>

καθώς και ντοκιμαντέρ και οπτικές μαρτυρίες από το **Εθνικό Οπτικοακουστικό Αρχείο**

<http://mam.avarchive.gr>

Γ) Περί σύστασης, οργάνωσης, επιμέλειας, σχεδιασμού και διαχείρισης μουσείων

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

Αντζουλάτου-Ρετσίλα Ευρυδίκη, *Μουσειολογικοί διαλογισμοί. Προσεγγίσεις εφαρμογές*, Μουσικοφιλολογικός σύλλογος Άρτης «Ο Σκούφας», 1995.

Αυγέρη Σοφία, Από την «εκμάθηση» στη «δημιουργία» Ιστορίας. Ένα πρόγραμμα προφορικής Ιστορίας για τη βουλγαρική κατοχή με μαθητές Λυκείου, από το Συνέδριο: «Γεφυρώνοντας τις γενιές, διεπιστημονικότητα και αφηγήσεις ζωής στον 21^ο αιώνα, Προφορική ιστορία και άλλες βιο-ιστορίες, Μάιος 25-27 Βόλος, 2012

Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο. Μουσεία και επισκέπτες*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, 2009

Βουδούρη Δάφνη, *Νόμος 3028/2002*, ενημερωτικό δελτίο ICOM, Ιανουάριος 2014

Bourdieu Pierre, *Η Διάκριση*, Πατάκης, 2002.

Γαλάνη Αρετή, *Η κοινωνικότητα της μουσειακής επίσκεψης: μια διαδραστική επίσκεψη*, Τετράδια Μουσειολογίας, Μεταίχμιο, τεύχος 3, 2006.

Γάτου Ισμήνη, Αξιολόγηση της έκθεσης « Άνθρωποι και Εργαλεία- Όψεις της εργασίας στην προβιομηχανική κοινωνία», Τετράδια Μουσειολογίας, τεύχος 6, 2009

Γκαζή Ανδρομάχη και Νούσια Τόνια, *Αρχαιολογία στον Ελληνικό χώρο. Τόμος Γ'. Μουσειολογία: μέριμνα για τις αρχαιότητες*, Ανοιχτό Πανεπιστήμιο, 2003.

Γκαζή Ανδρομάχη- Νικηφορίδου Αλεξάνδρα- Μουσούρη Θεανώ, *Μια έκθεση για τα αρχαία ελληνικά μαθηματικά, πλαίσιο ανάπτυξης και μουσειολογικός σχεδιασμός*, Museology: International Scientific Electronic Journal, Issue 1, 2004.

Γκαζή Ανδρομάχη και Νικηφορίδου Αλεξάνδρα, *Κείμενα για μουσεία και εκθέσεις*, Museology: International Scientific Electronic Journal, Issue 2, 2004.

Γκαζή Ανδρομάχη,

- *Μουσεία για τον 21^ο αιώνα*, Τετράδια Μουσειολογίας, τεύχος 1^ο, 2004.

- *Δημόσια αρχαιολογικά μουσεία: νέες μόνιμες εκθέσεις και επανεκθέσεις*, Τετράδια Μουσειολογίας 4, 2007

- *Σε τι χρησιμεύουν τα μουσεία;*, τεύχος 26, Ιούνιος 2009, www.academia.edu

-Μουσεία και επισκέπτες στην εποχή της «βιομηχανίας» της μνήμης, από το Συνέδριο: «Γεφυρώνοντας τις γενιές, διεπιστημονικότητα και αφηγήσεις ζωής στον 21^ο αιώνα, Προφορική ιστορία και άλλες βιο-ιστορίες, Μάιος 25-27 Βόλος, 2012

Δημόγλου Αίγλη, Μουσείο της πόλης του Βόλου: ένα νέο μουσείο δημιουργείται, Τετράδια Μουσειολογίας τεύχος 5, 2008

Καυταντζόγλου, Τουνταςάκη, Φρυδάκης, Ιστορία, δομή και λειτουργία των εθνικών μουσείων της Αθήνας, ΕΑΜ, ΒΧΜ, ΜΕΛΤ, μια έρευνα κοινού, Τετράδια Μουσειολογίας, τεύχος 2^ο, 2005

Κατσανίκα- Στεφάνου Λένα, Αρχιτεκτονική και μουσειολογία. Συνεργάτες ή αντίπαλοι; περιοδικό ΙΛΙΣΙΑ, τεύχος 2, ΒΧΜ, 2008.

Κωνσταντίνος Δημήτριος,

-Διοικώντας το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, σελ 34-38, , από τα πρακτικά του **Διεθνές Επιστημονικού Συνεδρίου Ζητήματα διαχείρισης Συλλογών, Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων**, Θεσσαλονίκη 2 Δεκεμβρίου 2005, εκδ. Εντευκτήριο-ΑΠΘ-ΠΔΜ, Θεσσαλονίκη, 2008.

Κωνσταντόπουλος Θανάσης, Ιστορίες Ολυμπιακών Αγώνων. Μία άλλη έκδοση, Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, 2004

Μαρίνος Χριστόφορος, Το έργο της επιμέλειας, ΑΙκα Ελλάς, 2011.

McManus M. Paulette, Σκέψεις για την αξιολόγηση στα μουσεία, Τετράδια Μουσειολογίας, τεύχος 6, 2009

Μπούνια Αλεξάνδρα,

-Μουσεία και αντικείμενα, κατασκευάζοντας τον κόσμο, Κριτική, 2006

-Τα πολυμέσα ως ερμηνευτικά εργαλεία στα ελληνικά μουσεία: γενικές αρχές και προβληματισμοί, ΧΗ, http://www.makebelieve.gr/mr/teaching/UoA-MS/papers/Bounia_museology02.pdf

Νάκου Ειρήνη,

-Μουσεία, Ιστορίες και ιστορία, Νήσος, 2009.

-Μουσεία: εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός, Νήσος, 2001.

Negri Massimo, Εγχειρίδιο μουσειολογίας για τα μουσεία επιχείρησης, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, 2009.

Νικονάνου Νίκη- Κασβίκης Κώστας, *Εκπαιδευτικά ταξίδια στο χρόνο, εμπειρίες και ερμηνείες του παρελθόντος*, Πατάκης, 2008

Νικονάνου Νίκη,

-*Ο ρόλος της μουσειοπαιδαγωγικής στα σύγχρονα μουσεία*, Τετράδια μουσειολογίας, τεύχος 2, 2005.

-*Μουσειοπαιδαγωγική. Από τη θεωρία στην πράξη*, Πατάκης, 2009.

Οικονόμου Μαρία,

-*Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*, Κριτική 2003

-*Μουσεία για τους ανθρώπους ή για τα αντικείμενα ; Αρχαιολογία & Τέχνες 72*, Σεπτέμβριος 1999.

Pearce M. Susan,

-*Μουσεία, αντικείμενα και συλλογές*, Βάνιας, 2002.

-*Μελετώντας τα Μουσεία. Νέες ανάγκες και νέες προσεγγίσεις*, Αρχαιολογία και Τέχνες 70, Μάρτιος 1999.

Serota Nicholas, *Εμπειρία ή ερμηνεία; Το δίλημμα των μουσείων μοντέρνας τέχνης*, 1999, Άγρα

Παπαδόπουλος Στέλιος, *Ανθρωπολογικά-Μουσειολογικά, μικρά μελετήματα*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, 2003

Σαλή – Αξιώτη Τέση, *Βασικές Αρχές Τήρησης μουσειακών συλλογών Μουσειολογία 1*, τόμος Α', Μεταίχμιο, 2006.

Τζωνός Πάνος, *Μουσείο και μουσειακή έκθεση. Θεωρία και πρακτική*, Εντευκτήριο, 2013.

Τζώρτζη Κάλη,

-*Ο χώρος στο μουσείο, η αρχιτεκτονική συναντά τη μουσειολογία*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Πειραιώς, 2013

-*Η χωρική αρχιτεκτονική των μουσείων*, Καλειδοσκόπιο, 2010.

Τσιτούρη Αμαλία, *Καθολική πρόσβαση των ατόμων με αναπηρία σε χώρους πολιτισμού: πραγματικότητα ή ουτοπία; Τετράδια Μουσειολογίας, τεύχος 2*, 2005.

Χάιτας Χαράλαμπος -Τράντα Αλεξάνδρα, Όταν τα αντικείμενα αγγίζονται... το παράδειγμα της έκθεσης «Πρόσωπα και πράγματα», Το Μουσείο, περιοδική έκθεση του Κέντρου Μουσειακών Ερευνών Παν/μίου Αθηνών, τεύχος 7, Σεπτέμβρης 2010

Χατζηνικολάου Τέτη, Εισαγωγή στο «Μουσεία και λαϊκός πολιτισμός» Εθνογραφικά, τ. 12-13, 2003, σελ 11-26

Hooper-Greenhill Elean, Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή, Αρχαιολογία και Τέχνες, τεύχος 72, Σεπτέμβρης 1999

Χουρμουζιάδη Αναστασία, Το ελληνικό αρχαιολογικό μουσείο, Βάνιας, 2006

Vergo Peter, Επανεξέταση της «Νέας Μουσειολογίας», Αρχαιολογία και Τέχνες 70, Μάρτης 1999.

Ψαρρά Σοφία, Αρχιτεκτονική μουσείων: χώρος και περιεχόμενο, Τετράδια μουσειολογίας, τεύχος 2, 2005.

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Ambrose Timothy and Paine Crispin, *Museum basics*, Routledge, 1993

Dean David, *Museum exhibition. Theory and practice*, Routledge, 1994.

De Vita M. Christine, *Service to People: Challenges and Rewards. How museums can become more visitor-centered*, Lila Wallace-Reader's Digest Fund 2000.

Falk H. John- Dierking D. Lynn, *The museum experience*, Whalesback Books, 1994.

McLean Kathleen, *Planning for people in museum exhibitions*, Association of Science-Technology Centers, 2005

Odier André, *Das MOMA. An experience*, σελ. 67-69, από τα πρακτικά του **Διεθνές Επιστημονικού Συνεδρίου Ζητήματα διαχείρισης Συλλογών, Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων**, Θεσσαλονίκη 2 Δεκεμβρίου 2005, εκδ. Εντευκτήριο-ΑΠΘ-ΠΔΜ, Θεσσαλονίκη, 2008.

Preziosi Donald, *Museums... and other dangerous things*, σελ. 100-113, από τα πρακτικά του **Διεθνές Επιστημονικού Συνεδρίου Ζητήματα διαχείρισης Συλλογών, Μουσείων και Αρχαιολογικών Χώρων**, Θεσσαλονίκη 2 Δεκεμβρίου 2005, εκδ. Εντευκτήριο-ΑΠΘ-ΠΔΜ, Θεσσαλονίκη, 2008.

Ιστότοποι

-Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα μουσεία (1986/2001/2004), Ελληνικό Τμήμα ICOM, 2009 <http://network.icom.museum>

-Προληπτική συντήρηση στα μουσεία. Έλεγχος του φωτισμού, έλεγχος του κλιματισμού, ICOM,1985.

-**AAM Standards Manual for Signs and Labels**, The Metropolitan Museum of Art, 1995.

- Περί πολιτισμικής κληρονομιάς <http://ayla.culture.gr>

Εκθέσεις- μουσεία ανάλογου περιεχομένου

<http://www.eleftheria.gr>

<http://www.museodeldibujo.com>

<http://www.todohistorietas.com.ar>

<http://www.hau.gr>

<http://name-aam.org>

<https://www.museodelprado.es>

<http://www.byzantinemuseum.gr>

<http://www.benaki.gr>

<http://www.rizospastis.gr>

<http://www.kathimerini.gr>

εκπαιδευτικά φυλλάδια των μουσείων

Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης (εκπαιδευτικά προγράμματα 2012-2013)

Δ) Περί οργάνωσης και διοίκησης οργανισμών

Βακόλα, Μ. - Νικολάου, Ι., *Οργανωσιακή ψυχολογία & συμπεριφορά*, Rosili, 2012

Goleman, Daniel, *Κοινωνική νοημοσύνη. Η νέα επιστήμη των ανθρωπίνων σχέσεων*, Πεδίο, 2012.

Ζορμπά Μυρσίνη, *Πολιτική του πολιτισμού στην Ελλάδα της κρίσης: όροι και συνθήκες της αλλαγής παραδείγματος*, από τα πρακτικά διημερίδας **Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε περίοδο κρίσης**, Πάντειο Παν/μιο, 31 Μαΐου-1^η Ιουνίου 2013.

Ιορδάνογλου Δήμητρα, *Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού στις σύγχρονες οργανώσεις. Νέες τάσεις και πρακτικές*, Κριτική, 2008.

Κλήμης Γεώργιος Μιχαήλ, [STRATEGYGR.ppt](#), για το μάθημα οργάνωση και διοίκηση πολιτιστικών οργανισμών

Λαζαρίδου Αναστασία, *Τα μουσεία σε κρίση*; από τα πρακτικά διημερίδας **Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε περίοδο κρίσης**, Πάντειο Παν/μιο, 31 Μαΐου-1^η Ιουνίου 2013.

Λύτρας Ανδρέας, *Κοινωνία και εργασία. Ο ρόλος των κοινωνικών τάξεων*, Παπαζήση, 2000.

Μενδώνη Λίνα, *Ο πολιτισμός απέναντι σε μια αλλαγή παραδείγματος*, από τα πρακτικά διημερίδας **Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε περίοδο κρίσης**, Πάντειο Παν/μιο, 31 Μαΐου-1^η Ιουνίου 2013.

Μπένος Σταύρος, *Βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών και δραστηριοτήτων. Νέοι τρόποι και πηγές χρηματοδότησης: η εμπειρία του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ*, από τα πρακτικά διημερίδας **Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε περίοδο κρίσης**, Πάντειο Παν/μιο, 31 Μαΐου-1^η Ιουνίου 2013.

Πασχαλίδης Γρηγόρης, *Η ελληνική πολιτιστική πολιτική πριν, κατά, και μετά την κρίση*, από τα πρακτικά διημερίδας **Διαχείριση Πολιτιστικών Οργανισμών σε περίοδο κρίσης**, Πάντειο Παν/μιο, 31 Μαΐου-1^η Ιουνίου 2013.

Ε) Περί παιδαγωγικής επιστήμης και γλωσσολογίας

Μπαμπινιώτης Γεώργιος, *Θεωρητική Γλωσσολογία*, 1998, ΧΕ.

Παπαμιχαήλ Γιάννης, *Κοινωνιο-γνωστική Προσέγγιση και Διδακτικές Διαδικασίες της Μάθησης των Φυσικών και Λογικό-Μαθηματικών Εννοιών στο Σχολείο*, Gutenberg, 1994.

Rogers Alan, *Η εκπαίδευση ενηλίκων*, Μεταίχμιο, 1999.

Fairclough John, *A teacher's guide to History through Role play*, English Heritage, 1994

ΣΤ) Περί μεθοδολογίας της έρευνας

Babbie E., The basics of social research, Wadsworth Cengage Learning, 2011

Κυριαζή Νότα, *Η κοινωνιολογική έρευνα, κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, Ελληνικά Γράμματα, 1999.

Λυδάκη Άννα, *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, Καστανιώτης, 2001

Mason J., *Η διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας*, Ελληνικά Γράμματα, 2003

Παπαγεωργίου Γιώτα, *Μέθοδοι στην κοινωνιολογική έρευνα*, Τυπωθήτω, 1998.

Robson Colin, *Η Έρευνα του Πραγματικού Κόσμου*, Gutenberg, 2007

Παράρτημα Α΄.

Συνεντεύξεις, μελέτες περίπτωσης

Λίγα λόγια περί της έρευνας

Η εκλογή της μεθόδου έρευνας υπαγορεύεται από τη φύση του ερευνώμενου αντικείμενου. Αρχική επιδίωξη της παρούσας εργασίας ήταν η αναζήτηση ανάλογων μουσείων ανά τον κόσμο με σκοπό την ανάδειξη συμπερασμάτων και ενδεχομένως μιας θεωρίας. Προηγούμενη θεωρία ή εμπειρία δεν υπήρχε ούτε και ανάγκη ελέγχου της, κάτι που θα προσέφερε η ποσοτική έρευνα. Η φύση της εργασίας μας υπαγόρευε την επιλογή της **ποιοτικής έρευνας** (Κυριαζή1999,123).

Κατά τη διάρκεια της έρευνας διεξήχθησαν **επτά** συνεντεύξεις. Η μία ήταν **τηλεφωνική ανοιχτού τύπου**, τέσσερις έγιναν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με **ερωτήσεις ανοιχτού τύπου** και δύο ήταν **ελεύθερες μη-τυποποιημένες συνεντεύξεις**.

Ανατρέξαμε σε ένα πρώτο στάδιο, στην εμπειρία επιμελητών ανάλογων μουσείων με σκοπό τη συλλογή πληροφοριών. Εντοπίστηκαν συνολικά **επτά** μουσεία ανά τον κόσμο εκ των οποίων τα **τρία** αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης. Η επιλογή της ημι-δομημένης συνέντευξης με τους επιμελητές υπαγορευόταν από τις συνθήκες: ήταν μια προσπάθεια επικοινωνίας με άγνωστους ανθρώπους από τους οποίους θέλαμε να μάθουμε τις δικές τους ερμηνείες. Μόνο οι **ερωτήσεις ανοιχτού τύπου** θα μπορούσαν να μας δώσουν έμμεσα την εμπειρία τους για το πώς στήνουν τις εκθέσεις, ποια προβλήματα αντιμετωπίζουν και τι κάνουν για να επικοινωνούν με το κοινό. Η επικοινωνία μαζί τους έγινε μέσω mails που εξηγούσαν τους σκοπούς έρευνας και παράλληλα προσπαθούσαν να μεταφέρουν μια αίσθηση εμπιστοσύνης, απαραίτητης για την επιτυχή έκβαση της συνέντευξης. Αφού αυτό επετεύχθη, ετέθησαν οι ίδιες ερωτήσεις βιωματικής φύσης και στους τρεις. Οι απαντήσεις που εστάλησαν ποίκιλαν αφού προέρχονταν από διαφορετικές χώρες και διαφορετικές εμπειρίες. Κοινό τους σημείο ήταν ότι επρόκειτο για μουσεία ιδιωτικής πρωτοβουλίας που για να επιβιώσουν οικονομικά ανανεώνουν θεματικά τις εκθέσεις τους, ανακαλύπτουν νέες δράσεις και επικοινωνούν τακτικά με το κοινό τους.

Σε ένα δεύτερο στάδιο, αναζητήσαμε τις εμπειρίες των σκιτσογράφων. Αυτή τη επιλογή σκόπευε στην θεωρητική **απομίμηση** του στησίματος μιας πραγματικής έκθεσης. Ένας επιμελητής θα επέλεγε να συνεκθέσει το μουσείο σκίτσου συνομιλώντας με τους δημιουργούς του για το πώς το φαντάζονται, έτσι κι εμείς αναζητήσαμε τη γνώμη τους περί της ιδέας της εργασίας. Όμως, στην κατά την αναζήτηση σκιτσογράφων πρόθυμων να μας μιλήσουν, βρεθήκαμε μπροστά σε μια **έκπληξη**: οι ίδιοι οι σκιτσογράφοι είχαν πριν χρόνια στήσει ένα δικό τους μουσείο. Οι καινούργιες συνθήκες άλλαξαν την πορεία της έρευνας. Πλέον, προσπάθεια μας ήταν η αναζήτηση ανάμεσα στους γελοιογράφους των **εμπλεκομένων στο στήσιμο του μουσείου** που θα αποτελούσαν μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα πηγή πληροφόρησης.

Η αναζήτηση ήταν αρκετά περίπλοκη λόγω της προηγούμενης τραυματικής εμπειρίας των εμπλεκομένων και της αρχικής απροθυμίας τους να μιλήσουν γι'αυτή. Έγινε η επιλογή από την γράφουσα να αναμένει και να επιβραδύνει την πορεία της εργασίας με στόχο να χτίσει σχέση εμπιστοσύνης και φιλικής

ατμόσφαιρας μαζί τους. Όταν αυτό επετεύχθη, έγινε η επιλογή της ελεύθερης, μη-τυποποιημένης συνέντευξης που θα ενίσχυε το παραπάνω κλίμα και θα επέτρεπε στην γράφουσα την απαραίτητη ευελιξία να αλλάζει τη ροή της συνέντευξης ανάλογα με τις πληροφορίες του συνεντευξιαζόμενου (Robson2007,321). Φυσικά, οι συνεντεύξεις που έγιναν με αυτό τον τρόπο είχαν έντονα στοιχεία αλληλεπίδρασης. Συνειδητά η γράφουσα «αφέθηκε» στη ροή του συνομιλητή της αποκτώντας έτσι την εμπειρία του με έναν πιο ενσυναισθητικό τρόπο (ή έτσι πιστεύει...). Η μία συνέντευξη τηλεφωνική ήταν ανοιχτού τύπου και η άλλη διαπροσωπικά, επίσης ανοιχτού τύπου.

Η ίδια μέθοδος χρησιμοποιήθηκε και στην μελέτη εγχώριας περίπτωσης επιμελήτριας έκθεσης που λόγω της εμπειρίας και του έργου της, επιλέχθηκε από τη γράφουσα να διατηρήσει αρκετά το ρόλο του ακροατή με σκοπό τον εμπλουτισμό γνώσεων και εμπειριών. Τέλος, ένας ιδιαίτερος δημιουργός της ελληνικής σκίτσογραφίας ερευνήθηκε με συνέντευξη ανοιχτού τύπου μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η επιτυχής δημιουργική πορεία του τόσο στον κόσμο της γελοιογραφίας όσο και σε αυτό των graphic novels, η έρευνα και το συγγραφικό του έργο καθώς και οι συνεντεύξεις που ο ίδιος έχει πάρει από παλιούς σκίτσογράφους, ήταν παράγοντες που έκαναν τη συμμετοχή του στις έμμεσες εμπειρίες της έρευνας απαραίτητη.

Σε όλες αυτές τις επαφές οι προτιμήσεις της γράφουσας ήταν παρούσες. Όσο κι αν υπήρχε η προσπάθεια αντικειμενικής αντιμετώπισης του συνεντευξιαζόμενου, υπήρχε παράλληλα η συνείδηση ότι οι ερωτήσεις που τίθεντο προέρχονταν από τη δική της αισθητική και κοσμοθεωρία. Η συμπάθεια προς τη γελοιογραφία και τους εκπροσώπους της ήταν παρούσα σε κάθε στιγμή. Η συναισθηματική εμπλοκή μαζί τους κατά τη διάρκεια των προσωπικών τους τραυματικών αφηγήσεων, επίσης. Κατά συνέπεια, η πολυπόθητη δι-υποκειμενικότητα της κοινωνιολογικής μελέτης που ο Weber αναζητούσε, διακυβεύεται στην παρούσα εργασία σε μεγάλο βαθμό (Λυδάκη2001,209-211).

1.Λέσχη Ελλήνων Γελοιογράφων (Cartoonists)

Α) Συνέντευξη ανοιχτού τύπου με τον αντιπρόεδρο της Λέσχης Ελλήνων Γελοιογράφων και γελοιογράφο στην εφημερίδα Το Έθνος, κο Πάνο Μαραγκό (02/04/2015):

Πώς ξεκίνησε η ιδέα των Cartoonists;

Το ξεκίνημα για τους Cartoonists (Λέσχη Ελλήνων Γελοιογράφων) έγινε από τον Αρχέλαο. Όλοι θέλαμε να ενωθούμε και να κάνουμε κάτι μαζί, είχαμε τόσο υλικό, αλλά εκείνος μας μάζεψε μας ένωσε με σκοπό τη Λέσχη που θα έκανε το μουσείο.

Δηλαδή από την αρχή θέλατε να φτιάξετε μουσείο γελοιογραφίας;

Μα φυσικά! Γι' αυτό ενωθήκαμε! ... σκοπός μας ήταν αυτός. Στην αρχή απευθυνθήκαμε στον Δήμο Αθηναίων. Τότε ήταν δήμαρχος, ένας μετά τον Τρίτση, τότε, που ήταν για λίγο.... Δεν θυμάμαι τώρα, κοίτα να δεις, αν το ψάξεις, θα το βρεις, ήταν μετά τον Τρίτση και πριν τον Αβραμόπουλο. Λοιπόν, του λέμε την ιδέα μας, του ζητάμε χώρο, και πράγματι, μας παραχωρούν τη βίλα Τράιμπερ, ένα υπέροχο νεοκλασικό εκεί στη πλατεία Βάθη, κοντά στο Δημαρχείο, τότε. Το στήσιμο και τη διοίκηση και το τρέξιμο τα ανέλαβε ο Ηλίας (ΣτΕ. Ταμπακέας, γελοιογράφος) και έγινε ο διευθυντής.... Και ξέρεις, δεν ήταν εύκολο. Ήταν και οι παλιοί, άλλα μυαλά, νόμιζαν ότι μουσείο είναι κρεμάω ένα πίνακα και έρχεται ο άλλος και το βλέπει.... Ξέρεις, ήταν τώρα σε μια παρέα και η παλιά γενιά Χριστοδούλου, Μητρόπουλος,... ήμασταν εμείς, οι ενδιαμέσσοι, ο Ηλίας, εγώ, ο ΚΥΡ, και οι πιο νέοι όπως ο Σολούρ , ο μικρότερος, και προσπαθούσαμε να τα βρούμε. Λέγαμε στους παλιούς να κάνουμε ένα site για το μουσείο, μας λέγανε «τι να το κάνουμε;».

Εσείς πώς το οραματιζόσασταν το μουσείο;

Διαδραστικό! Να γίνονται μαθήματα, να έχουμε συνεχώς καινούργιες εκθέσεις, να ανανεώνονται τα εκθέματα με βάση την καθημερινότητα, να 'ρχονται τα παιδιά να τους δείχνουμε πως δουλεύουμε και με το χέρι και τον υπολογιστή... να 'ναι ζωντανό. Τέλος πάντων, με αυτά και μ'αυτά, και με πολύ κούραση προσωπική, κυρίως του Ηλία, γιατί όλα μόνοι μας τα κάναμε, στήνεται το μουσείο, το εγκαινιάζει ο Στεφανόπουλος το '94, όλα επίσημα όλα καλά, και μετά από ένα χρονικό διάστημα, σταματάει η λειτουργία του. Δεν ξέρω τι ακριβώς έγινε. Ο επόμενος δήμαρχος έκλεισε το μουσείο; (αναρωτιέται), έδωσε την έκθεση και τον Ηλία; Υπήρχε η δικαιολογία ότι δεν υπήρχαν χρήματα και ότι χρειαζόντουσαν το κτίριο... πάντως, ο Ηλίας παθαίνει τότε εγκεφαλικό... και κακές γλώσσες λένε ότι τα

λεφτά για το μουσείο έγιναν χριστουγεννιάτικο δέντρο... το πιο ψηλό της Ευρώπης.....

Και τα εκθέματα τι απέγιναν;

Έλα ντε; Εμείς πήραμε τα δικά μας, και τα άλλα... τι να έγιναν; Είναι παρατημένα σε τίποτε αποθήκες του Δήμου; Δεν έχω ιδέα... ο Ηλίας τα ξέρει αυτά

Υπήρχε όντως οικονομικό πρόβλημα πιστεύετε; Πώς γινόταν η διοίκηση;

Δεν νομίζω αλλά δεν ξέρω κιόλας...

Είχατε κάνει business plan;

Όχι, δυστυχώς... κι έπρεπε.. δυστυχώς... σου λέω, μόνοι μας το στήσαμε...

Και μετά, εγκαταλείψατε την ιδέα;

Στην αρχή ναι, αλλά αργότερα πολύ αργότερα έμαθε ο Σιούφας την περιπέτεια μας, και επειδή είναι καλός αυτός, είναι λάτρης της γελοιογραφίας, μας πρότεινε ένα επίσης ωραίο αλλά μικρό κτίριο, ξύλινο με δύο πατώματα, αλλά με μικρούς χώρους, στην οδό Βουλής. Μάλιστα, μου έλεγε τότε ο Σιούφας (τότε πρόεδρος της Βουλής) «να στε δω κοντά, στο κέντρο, να ρχονται οι μαθητές επίσκεψη στη Βουλή, και να τους λέω, μια που στε δω, πεταχτείτε και στο μουσείο σκίτσου που ναι εδώ κάτω».

Και τελικά δεν έγινε;

Όχι, γιατί μπλέξαμε με την αρχαιολογική εταιρεία... εμείς είχαμε κάνει μελέτες, εγώ ως αρχιτέκτονας, και είχαμε προτείνει να γκρεμιστούν μερικοί τοίχοι να ανοίξει ο χώρος, γιατί ήταν πολύ μικρά τα δωμάτια,και επειδή το κτίριο είναι διατηρητέο, δεν μπορούσαμε.... Κοίτα, ξέχασα να του φέρω τα σχέδια, τα χω ακόμα... τέλος πάντων, μας προτείνει, αφού βλέπει ότι δεν γίνεται, το παλιό καπνεργοστάσιο στη Λένορμαν. Στην αρχή δεν το θέλαμε γιατί είναι μακριά από όλα, αλλά το κτίριο είναι ωραίο, θα μας έδιναν την κεντρική αίθουσα... αλλά άλλαξε κυβέρνηση, νομίζω ότι ο Μειμαράκης ήταν μετά πρόεδρος, ήταν στην αρχή θετικός αυτός, μετά ήρθε η κρίση... δεν ξέρω.. και εμείς ψιλοδιαλυθήκαμε, και πριν λίγο καιρό αρχίσαμε πάλι να μαζευόμαστε, φτιάξαμε το site, πάλι με τον ίδιο σκοπό, να γίνει το μουσείο, γιατί είναι κρίμα... η Τουρκία νομίζω έχει δύο, και εμείς με τόσο υλικό, και δεν έχουμε... ε, στο ενδιάμεσο, κάναμε αυτές τις κινήσεις που ξέρεις. Μια έκθεση για την Ευρώπη τον 27, μια μικρή έκθεση όταν ήταν η Πάτρα πολιτιστική πρωτεύουσα, το «Μ..πενάκι»

Όλα αυτά έγιναν για να γίνει και ένα άνοιγμα στο κοινό φαντάζομαι;

Ναι, εννοείται, μας διαβάζουν καθημερινά και δεν μας ξέρουν...

Τώρα τι σκοπεύετε να κάνετε;

Κοιτά, πρέπει να πλησιάσουμε πάλι το θέμα της Βουλής. Να πάμε να ρωτήσουμε. και με τη Δημαρχεία...



Β) Τηλεφωνική συνέντευξη ανοιχτού τύπου με τον κο Ηλία Ταμπακέα καθηγητή γελοιογραφίας στη Σχολή Ορνεράκη, γελοιογράφο και πρώην διευθυντή του Ελληνικού Μουσείου Σκίτσου, (09/04/2015).



Επειδή ο κύριος Ταμπακέας επιμελήθηκε εξ ολοκλήρου της έκθεσης, της έρευνας, του στησίματος, της επιμέλειας και της διοίκησης του μουσείου, έγιναν ερωτήσεις διαφορετικού περιεχομένου.

Πώς ξεκίνησε η ιδέα του μουσείου;

Ήταν η εποχή μετά τον Τρίτση και πριν τον Αβραμόπουλο. Εκείνη την περίοδο ήταν δήμαρχος ο Λεωνίδας Κουρής (ΣτΜ:1992-1994) ο οποίος αγαπούσε πολύ τη γελοιογραφία. Μας κάλεσε λοιπόν σε μια ανοιχτή συζήτηση τους γελοιογράφους και μας πρότεινε να γίνει το μουσείο. Μου προτάθηκε εμένα να αναλάβω το μουσείο. Εγώ μόλις είχα γυρίσει από ΗΠΑ εκείνη την περίοδο και είχα μια κάποια ιδέα για τα μοντέρνα μουσεία

Τι μουσείο οραματιζόσασταν;

Ένα διαδραστικό, δυναμικό μουσείο, όχι στατικό. Επειδή κι εγώ δεν είχα ιδέα πώς στήνονται τα μουσεία, έκανα μια έρευνα τι υπάρχει στο εξωτερικό και ξεκίνησα να παρακολουθώ σεμινάρια μουσειολογίας και οικονομοτεχνικής μουσείων. Παράλληλα μιλούσα με τα μεγάλα μουσεία της χώρας για να δω πώς οργάνωναν τις εκθέσεις.

Σε ποιο φορέα υπαγόταν το μουσείο;

Τότε της «μόδας» ήταν ο θεσμός της Δημοτικής Επιχείρησης Πολιτισμού, που αν θυμάμαι καλά, είχε ξεκινήσει από το δήμαρχο Πάτρας, και το υιοθετούσαν σιγά σιγά και άλλοι δήμοι. Οπότε ανήκαμε στο Δήμο αλλά ο Δήμος μας παραχωρούσε μόνο το κτίριο και την οικονομική βιωσιμότητα... ένα πανέμορφο, μικρό αλλά... χωρούσε κάπως το μουσείο... κοντά στο παλιό δημαρχείο στη Λιοσίων, πριν πάει στην Κοτζιά

Από πού προμηθευτήκατε τα εκθέματα; Είχατε από τη Λέσχη Γελοιογράφων;

Όχι, η Λέσχη δεν είχε πολύ υλικό, μόνο τα προσωπικά έργα του καθένα. Η «μαγιά» η πρώτη και μεγάλη του μουσείου ήταν από το αρχαικό υλικό της Δημοτικής Πινακοθήκης. Είχα πολύ καλή συνεργασία με την κα... να δεις πώς την έλεγαν.. τη κα Κυριαζή νομίζω, που ήταν η μόνη που συνεργαστήκαμε έτσι καλά και άμεσα.

Κατά τα άλλα, έκανα έρευνα για το που μπορούν να υπάρχουν σκίτσα σε όλη την Ελλάδα, στη Βουλή, σε άλλα μουσεία, σε ιδιωτικές συλλογές. Είχα κάνει μερικές κινήσεις να μας παραχωρήσουν υλικό, αλλά δεν πρόλαβα...

Το μουσείο πόσο καιρό λειτούργησε;

Το μουσείο ως μουσείο.... Κοιτάζτε, συνολικά το μουσείο μπορούμε να πούμε ότι υπήρχε από το 93 έως το 97, αλλά η έκθεση ως έκθεση... ουσιαστικά το κέλυφος υπήρχε, από κει και πέρα δεν πρόλαβε να λειτουργήσει ουσιαστικά. Όταν άλλαξε η δημαρχία, και για λόγους πολιτικούς, κάναμε εσπευσμένα τα εγκαίνια για να «σιγουρέψουμε» ως πούμε το μουσείο, ότι θα το συνεχίσει και η επόμενη δημαρχία. Για αυτό το λόγο εγώ, και για να το κάνω ακόμα πιο επίσημο, έφτασα στο σημείο να καλέσω τον πρόεδρο της Δημοκρατίας τότε, το Στεφανόπουλο. Ο Αβραμόπουλος μου έλεγε, τι τον θες και δεν θα 'ρθει, αλλά κοίτα που εκείνος δέχθηκε αμέσως και ήρθε. Αλλά δεν πρόλαβε να λειτουργήσει το μουσείο.

Τι ακριβώς έγινε και διακόπηκε η λειτουργία του;

Όταν άλλαξε η δημαρχία, μαζευτήκαμε μερικοί του χώρου και βρήκαμε τον Αβραμόπουλο. Εκείνος μας διαβεβαίωνε ότι θα μας στηρίξει και θα είναι δίπλα μας. Μάλιστα, το κονδύλι για το μουσείο είχε παμψηφεί εγκριθεί από το δημοτικό συμβούλιο του Δήμου τότε, πράγμα πολύ σπάνιο λόγω των πολιτικών διαφορών. Την ίδια μέρα όμως που μας διαβεβαίωνε ότι θα είναι δίπλα μας, εγώ πολύ καιρό μετά, ανακάλυψα ότι μας ακύρωνε την έγκριση του δημοτικού συμβουλίου! Την ίδια μέρα! Και ήταν παμψηφεί!

Τα εκθέματα τι τύχη είχαν;

Όπως σας είπα, ουσιαστικά είχαμε μόνο το υλικό από τη Δημοτική Πινακοθήκη. Για να μην έχουν τα εκθέματα την τύχη του μουσείου, φρόντισα προσωπικά να σταλούν όλα πίσω ακέραια

Τι επισκεψιμότητα είχε το μουσείο; Πρόλαβε να υποδεχθεί κοινό στους χώρους του;

Κοινό, αυτό που λέμε καθημερινοί επισκέπτες δεν υπήρχαν, γιατί όπως σας είπα, δεν είχε προλάβει να στηθεί κανονικά. Μόνο το αρχιτεκτονικό κέλυφος και η μαγιά της μόνιμης έκθεσης. Αλλά όταν κάναμε έτσι εκδηλώσεις, ως το πούμε για να γίνει γνωστό, ..χαμός γινόταν! Εγώ δεν χώραγα να μπω στο γραφείο μου! Ακόμα και έξω είχαμε κόσμο!

Είχε γίνει διαφήμιση από το φορέα; Είχε κάνει προβολή ο Δήμος;

Δεν χρειαζόταν! Γινόταν πανικός στον τύπο... επειδή είμαστε και του χώρου της δημοσιογραφίας, όλες οι εφημερίδες μας ανέφεραν... ολοσέλιδα, αφιερώματα...

Πώς κατάφερνε να επιβιώνει οικονομικά το μουσείο; Πέρα από το Δήμο είχατε και χορηγούς;

Είπατε τη μαγική λέξη. Όπως σας είπα, εμείς εξαρτιόμασταν από το κονδύλι του Δήμου, οπότε όταν μας το έκοψαν, αν και το δικαιούμασταν, δεν μπορούσαμε να συνεχίσουμε. Εγώ αναζητούσα χορηγούς, αλλά είχα στο μυαλό μου... επειδή είχα εμπειρία από Αγγλία και Αμερική, ότι οι χορηγοί είναι αυτοί οι.. μαικήνες, που βγάζουν πολλά λεφτά αλλά από την επένδυση τους στη τέχνη. Εδώ όταν αναζητάς χορηγούς, κυρίως μιλάς με τους διαφημιστές. Ακόμα θυμάμαι αυτόν τον Καρέλια.. μού βγαλε το λάδι για να μου δώσει μια χορηγία, και η αφίσα που πρεπε να βάλω στην είσοδο ήταν πιο μεγάλη από το κτίριο.... (γελάει)

Εσείς αν κάνατε ξανά αυτό το εγχείρημα, τι είδους μουσείο θα κάνατε; Με τι νομικό πρόσωπο και δεδομένης της κρίσης;

Με καμία κυβέρνηση δεν θα το ξανάκανα... (γελάει). Δεν ξέρω, πολύ δύσκολη ερώτηση... και με την κρίση που λέτε, που να βρεις λεφτά... δεν ξέρω, η γραφειοκρατία είναι τεράστια στη χώρα για να μπλέξεις με το δημόσιο, από την άλλη στον ιδιωτικό τα πράγματα είναι πιο ευέλικτα, είναι πιο γρήγορα, είναι πιο εύκολο να βρεις πράγματα αλλά ... πρέπει να βρεις και αυτό τον μαικήνα, τον χορηγό... Νομίζω θα έβρισκα έναν υγιή πολιτιστικό οργανισμό με ήδη υπάρχουσες υποδομές και θα ενσωμάτωνα εκεί το μουσείο, όπως το Μουσείο Μπενάκη, που έχει τους χώρους, τις υποδομές, την εμπειρία. Άλλη ιδέα που όσο πάει και μεγαλώνει η τάση, είναι η virtual έκθεση, με τους έξυπνους μαυροπίνακες, τις εφαρμογές στα smart phones και σε αυτά, τα γίνει πιο πολύ ένα εκπαιδευτικό εργαλείο δηλαδή. Ένας θεσμός που θα μπορούσε να ασχοληθεί με αυτό θα ήταν η ΕΣΗΕΑ αφού η γελοιογραφία είναι μέσα στη δημοσιογραφία, αλλά η ΕΣΗΕΑ τον τελευταίο καιρό καταδικάζει τους γελοιογράφους για τα σκίτσα τους, όπως με τον Αναστασίου...(γελάει)

Πώς προτείνεται την διαμόρφωση ενός μουσείου νεοελληνικής ιστορίας μέσω της γελοιογραφίας και του κόμικ; Για παράδειγμα, θεματικές ενότητες (Λαυρεωτικά-Χρηματιστήριο) ή μόνο χρονολογικά;

Εξαρτάται από τον σχεδιασμό. Μπορεί να υπάρχουν θεματικές ενότητες, ιστορική πορεία, να φαίνεται η πορεία της γελοιογραφίας μέσα από αυτής της ιστορίας... μπορεί να υπάρχει μια μόνιμη έκθεση με χαμηλό φωτισμό για να μην χαλάει το χαρτί, και ανάλογα με το χώρο και τις δυνατότητες του, και μετά ... να γίνονται εκθέσεις που συνεχώς αλλάζουν.. η γελοιογραφία είναι μια τέχνη εφήμερη οπότε

το μουσείο που προτείνετε, επειδή ο χώρος είναι πάντα περιορισμένος, μπορεί να επιλέγει ανά περιόδους, θέματα ιστορίας και να τα αναλύει

Οι γελοιογράφοι τι ρόλο πρέπει να έχουν σε αυτό, πιστεύετε;

Οι γελοιογράφοι μπορούν να εξηγήσουν όλα αυτά. Βέβαια για Λαυρεωτικά που είπατε, δεν έχουμε κανέναν να ζει (γελάει).... αλλά για παράδειγμα η εποχή της Χούντας είναι πολύ καλή για να εξηγήσουμε τι κάνανε τότε οι σκιτσογράφοι. Για παράδειγμα, ο ΚΥΡ κυνηγήθηκε πολύ και αυτός δεν δίσταζε να σκισάρει αυτό που θέλει. Μια φορά μάλιστα, σχεδίασε απλά μια λευκή κόλλα χαρτί, έβαλε την υπογραφή του, και του την απέρριψαν και αυτή (γελάει)....

Στην διαδικασία στησίματος του έκθεσης; Στην επιλογή των εκθεμάτων, πρέπει να πάρουν μέρος;

Πολλοί συνάδελφοι μου επιμένουν ότι μόνο ο καλλιτέχνης μπορεί να στήσει εκθέσεις. Εγώ διαφωνώ. Δεν μπορείς να τα κάνεις και τα δυο, δεν γίνεται. Εγώ όσο ασχολιόμουν με το μουσείο, δεν είχα σκισάρει σχεδόν τίποτε. Και όταν βάζαμε έργα σύγχρονων γελοιογράφων στην έκθεση, δικά μου έργα δεν έβαλα καθόλου... καταλαβαίνετε, το έβρισκα αντί-ιδεολογικό να βάζω δικά μου στο μουσείο που διηύθυνα. Δεν γίνεται,... χρειάζεται κάποιος που να ξέρει από πολιτιστικό management. Όχι άσχετος, να ξέρει γενικότερα από το αντικείμενο, αλλά κυρίως να ξέρει να κάνει κουμάντο σε έναν χώρο.

Ποιες είναι οι περίοδοι γελοιογραφίας που θα προτιμούσατε να βάζατε στο μουσείο αυτό;

Κοιτάξτε, η γελοιογραφία είναι μια τέχνη εφήμερη, όπως σας είπα, ...είναι μέρος της δημοσιογραφίας, της χώρας,... την περίοδο της φούσκας πριν την κρίση, που όλα ήταν καλά, ή έτσι πιστεύαμε, η γελοιογραφία ήταν μια χλαπάτσα! Ένα χλιαρό. ανιαρό πράγμα, εκτός από μερικούς συναδέλφους προφήτες που τά 'λεγαν από τότε, προειδοποιούσαν, αλλά ποιος τους άκουγε.. (γελάει).. ε, τώρα, η τέχνη έχει απογειωθεί, είναι απίστευτα αυτά που φτιάχνουν, κεντάνε! γιατί είναι η εποχή τέτοια... νομίζω ότι οι δύσκολες εποχές είναι αυτές που θα διάλεγα, οι δύσκολες παράγουν ωραία κι έξυπνη γελοιογραφία.

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας, οι πληροφορίες που μου δώσατε ήταν παραπάνω από πολύτιμες

Μακάρι να βοήθησα. Σας εύχομαι καλή επιτυχία στην εργασία σας, και αν με χρειαστείτε κάτι, εδώ είμαστε.

2. Το Μουσείο Σκίτσου στην Αργεντινή: Museo del Dibujo (MUDI)

Α) Πληροφορίες για το μουσείο από την επίσημη ιστοσελίδα του

Το εθνικό μουσείο χιούμορ, γελοιογραφία, κόμικ, αφίσα, της Αργεντινής, με έδρα στην πρωτεύουσα της χώρας, εγκαινιάστηκε το 2004. Διαθέτει μια συλλογή περί των 10.000 σκίτσων και σκοπός του είναι η συντήρηση και καταλογογράφηση αυτής της σημαντικής **πολιτιστικής κληρονομιάς** της χώρας με σκοπό την διάδοση της και την μετάδοση της στις επόμενες γενιές. Η πραγμάτωση αυτού του σκοπού έγινε με την υποστήριξη άλλων μουσείων και των επιμέρους εκθέσεων τους, καθώς και η δωρεές από προσωπικές εκθέσεις. Μέσω του μουσείου, προβάλλεται το έργο σχεδόν 1000 καλλιτεχνών καθώς και η συλλογή των αντίστοιχων σατυρικών εφημερίδων και περιοδικών. Μια εκδοτική επιτυχία του μουσείου είναι το «200 χρόνια έντυπου χιούμορ, η σύγχρονη εποχή 1960-2000» που αναφέρεται σε καλλιτέχνες που για πολιτικούς λόγους, διέπρεψαν στο εξωτερικό. <http://www.museodeldibujo.com>, <http://www.todohistorietas.com.ar>.

Β) Δομημένη συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τον αντιπρόεδρο του μουσείου Hugo González Castellano (28/04/14)

Estimada Amiga, no hay ningún problema en responder a sus consultas, si le parece bien lo podemos realizar a través de este medio, desde ya muchas gracias por comunicarse con nosotros. Cordialmente.

Αγαπητή φίλη, δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα στο να απαντήσουμε στις ερωτήσεις σας, αν θέλετε, μπορούμε να μέσω αυτού του μέσου (yahoo), σας ευχαριστούμε που επικοινωνήσατε μαζί μας. Εγκαρδίως,

¿Cuál era la idea principal que orientó hacia la creación del museo? ¿Era una iniciativa privada o pública?

Tanto el Presidente como yo, somos dos coleccionistas particulares (además de amigos de más de treinta años),
Al ver que la cantidad de obras se incrementaba exponencialmente, pensamos que una buena forma, además de preservarlas,
podía ser compartirlas con la comunidad, mediante la exhibición, para su conocimiento.
Esto sucedió a partir del 2004, donde decidimos crear el Museo del Dibujo y la Ilustración (MUDI)

Τι σας οδήγησε στην δημιουργία του συγκεκριμένου μουσείου; Ήταν ιδιωτική ή κρατική πρωτοβουλία;

Τόσο ο πρόεδρος όσο και εγώ, είμαστε ιδιώτες συλλέκτες (επίσης, είμαστε φίλοι εδώ και τριάντα χρόνια). Βλέποντας την ποσότητα έργων που αυξανόταν συνεχώς, σκεφτήκαμε ότι πέρα από να τα διατηρήσουμε, θα ήταν καλό να τα μοιραστούμε με την κοινωνία, μέσω της έκθεσης, με σκοπό την γνώση. Αυτό συνέβη το 2004 όταν αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε το Μουσείο Σκίτσου και Γελοιογραφίας (MUDI)

¿Cuáles son los criterios de elegir una pieza como expuesta en el museo? ¿Cuál elemento es más primordial, su capacidad expositiva o la belleza o el humor de la pieza?

Las muestras se hacen aplicando los dos criterios, en algunos casos reflejan períodos históricos como la muestra del “Bicentenario...”, y en otros casos están dedicadas a un artista (Lino Palacio, Divito, etc.), o grupo de artistas como la muestra “Grandes autores, grandes ilustradores”.

Ποια ήταν τα κριτήρια διαλογής των εκθεμάτων; Τι ήταν το πρωτεύον, η εκθεσιακή τους δυνατότητα ή η ομορφιά/ χιούμορ του σκίτσου;

Οι εκθέσεις εφαρμόζουν και τα δύο κριτήρια, σε μερικές περιπτώσεις αναπαριστούν ιστορικές περιόδους όπως ήταν η έκθεση «Διακόσια χρόνια γελοιογραφία» και σε άλλες περιπτώσεις είναι αφιερωμένες σε έναν καλλιτέχνη (Lino Palacio, Divito, etc.), ή σε μια ομάδα καλλιτεχνών όπως η έκθεση « Μεγάλοι καλλιτέχνες, μεγάλοι γελοιογράφοι».

¿Se considera el humor gráfico argentino también como un fruto de la historia política del país?

Claramente el humor gráfico tanto costumbrista como político, refleja, en cualquier latitud, la historia política de un país.

Θεωρείτε ότι το έντυπο χιούμορ της Αργεντινής είναι επίσης αποτέλεσμα της πολιτικής ιστορίας της χώρας;

Φυσικά το έντυπο χιούμορ, τόσο της καθημερινότητας όσο και το πολιτικό, αντανakλά, σε οποιοδήποτε μήκος κύματος, την πολιτικής ιστορίας μιας χώρας.

¿Hay programas especiales para familias, niños, adultos? ¿Cuál es su meta? ¿Si es posible, cómo describiría el público que les visita? ¿Mayoritariamente, de qué edad es?

El Museo está dirigido a todo tipo de público, teniendo en cuenta que hay muestras que por su contenido pueden ser para un público adulto, y muestras que son más adecuadas para un público joven.

No disponemos de una estadística de cantidad de público anual, porque nuestro Museo no tiene sede propia para la realización de las muestras

¿La exposición se actualiza según la producción artística del país o hay sólo la permanente?

Por ser un Museo itinerante, realizamos las muestras en instituciones que cuentan con público propio, tales como:

Museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori, Museo Casa Rosada, Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, Centro Cultural Borges, Centro Cultural Recoleta, Ministerio de Educación, Honorable Cámara de Senadores de la Pcia. de Buenos Aires, etc.

También realizamos múltiples muestras en España, Francia, Rusia y China, además de la edición de libros.

Υπάρχουν οικογενειακά/ παιδικά/ ενηλίκων προγράμματα- εκθέσεις; Σε τι αποσκοπούν; Αν μπορούσατε να χαρακτηρίσετε το κοινό που επισκέπτεται το μουσείο, τι είδους χαρακτηριστικά θα του δίνετε;

Το μουσείο απευθύνεται σε όλα τα είδη κοινού, λαμβάνοντας υπόψη ότι έχει εκθέματα των οποίων το περιεχόμενο είναι και για ενήλικο κοινό αλλά και κατάλληλα για νέους. Δεν διαθέτουμε στατιστικές επισκεψιμότητας διότι το μουσείο δεν έχει δικιά του έδρα για την πραγματοποίηση των εκθέσεων

Ανανεώνεται η έκθεση με βάση την παραγωγή σκίτσων; Γίνεται επικαιροποίηση τους με βάση τις αλλαγές της κοινωνίας/ της τέχνης;

Αφού είναι μεταφερόμενο, πραγματοποιούμε εκθέσεις σε δημόσιους οργανισμούς με δικό τους χώρο, όπως: Μουσείο Πλαστικών Τεχνών Eduardo Sívori, Μουσείο Casa Rosada, Εθνική έκθεση Βιβλίου του Buenos Aires, Πολιτισμικό Κέντρο Borges, Πολιτισμικό Κέντρο Recoleta, Υπουργείο Παιδείας, Γενική Αξιωματική Υπηρεσία του Buenos Aires, κτλ. Επίσης, πραγματοποιούμε πολλές εκθέσεις σε Ισπανία, Γαλλία, Ρωσία και Κίνα, καθώς και εκδόσεις βιβλίων.

¿Cómo era la acogida de la parte del público al museo? ¿Cambió con el paso del tiempo? ¿Había malas críticas sobre el valor de las piezas de caricatura como obras dignas para un museo?

No era difícil, muy lo contrario, en Argentina la herencia de la ilustración es pegada con la gente.

Ποια ήταν η αποδοχή του κοινού στην αρχή του μουσείου; Άλλαξε με την πάροδο του χρόνου; Υπήρχαν αρνητικά σχόλια περί της αξίας των σκίτσων ως εκθέματα;

Αντιθέτως, η κληρονομιά της έντυπης σάτιρας στην Αργεντινή είναι συνδυασμένη με την ιστορία του λαού

¿Cree que el elemento de humor es principal para atraer el público al museo? ¿Considera la exposición más bien didáctica o interactiva?

El museo se basa en el sentido del humor, las ilustraciones son su expresión. Si se considera interactivo el museo que cuenta con acciones para los niños, no es interactivo

Πιστεύετε ότι το στοιχείο του χιούμορ αποτελεί βασικό παράγοντα προσέλκυσης κοινού; Η έκθεση πιστεύετε ότι είναι περισσότερο διδακτική ή διαδραστική;

Το μουσείο βασίζεται στο χιούμορ, τα σκίτσα του είναι η έκφραση του. αν θεωρείται διαδραστικό το μουσείο που έχει δράσεις για τα παιδιά, δεν είναι διαδραστικό

¿Cuánto difícil es lograr la sobrevivencia económica del museo?

Esto es difícil para cada uno en Argentina. De todas maneras, hemos logrado ser independientes actuando en muchas partes y renovando las exposiciones.

Πόσο δύσκολη είναι η οικονομική επιβίωση του συγκεκριμένου μουσείου;

Αυτό είναι δύσκολο για τον οποιοδήποτε στην Αργεντινή. Παρόλα αυτά, έχουμε καταφέρει να είμαστε αυτόνομοι δρώντας σε πολλά μέρη και ανανεώνοντας τις εκθέσεις

¿El dibujo argentino se analiza en términos nacionales o hay un concepto general del dibujo, por dónde está también el argentino?

El dibujo y la ilustración argentina se analiza en un contexto internacional, ya que no solo tuvimos una gran influencia de las escuelas francesa, inglesa y española, sino que cantidad de artistas de esas nacionalidades, sumados a italianos, peruanos, bolivianos y otros, colaboraron con múltiples publicaciones editadas en nuestro país, en algunos casos particulares, siendo las estrellas indiscutidas de las mismas.

Το έντυπο αργεντίνικο χιούμορ αναλύεται με εθνικούς όρους ή υπάρχει ένας γενικός όρος του σκίτσου από όπου πηγάζει και αυτό της Αργεντινής;

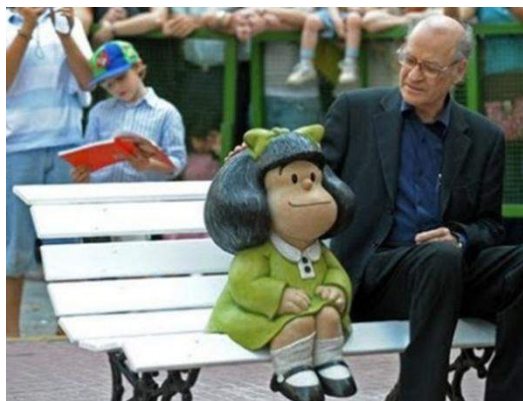
Το σκίτσο και η γελοιογραφία της Αργεντινής αναλύονται με διεθνείς όρους μιας που δεν είχαμε μόνο την μεγάλη επιρροή από τη γαλλική, ισπανική και αγγλική σχολή, αλλά και επειδή καλλιτέχνες άλλων εθνικοτήτων όπως ιταλοί, περουβιανοί, βολιβιανοί και άλλοι, που συνεργάστηκαν με διάφορες εκδοτικές πρωτοβουλίες σε διάφορες περιπτώσεις, όντας αναμφισβήτητα αστέρια τους.

Hugo González Castello (MUDI)



Hugo González Castello
Vicepresidente (αντιπρόεδρος)

Muchas gracias por su tiempo e información, un cordial saludo
Ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο και τις πληροφορίες σας, ένας εγκάρδιος χαιρετισμός,

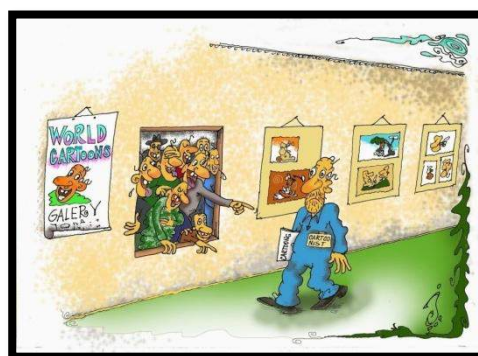


Η έκθεση στο εσωτερικό της,
<http://www.museodeldibujo.com>

Εκθέματα στο γύρω χώρο του μουσείου όπου γίνεται η έκθεση εναρμονισμένα με τη θεματική και αισθητική της έκθεσης του



Διαφημιστικά των εκθέσεων που μας προμηθεύουν διαδικτυακά, για την 9η Νοέμβρη, τη Νύχτα των Μουσείων. Από την εμπειρία μας μπορούμε να πούμε ότι η αλληλογραφία είναι συνεχής από το μουσείο και η ενημέρωση του κοινού του ακόμα και διαδικτυακά για οτιδήποτε συμβαίνει.



4 Σεπτέμβρη, Εθνική ημέρα κόμικ-γελοιογραφίας

Από το φωτογραφικό υλικό της ιστοσελίδας του φαίνεται ένα αυτοσαρκαζόμενο μουσείο. Μέσω των εκθεμάτων του διαφημίζεται...

3. Συνέντευξη ανοιχτού τύπου με την κα Νατάσα Καστρίτη, επιμελήτρια της συλλογής «500 γελοιογραφίες, λευκώματα, λιθογραφίες του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου», στο Εθνικό Ιστορικό Μουσείο: (04/03/2015)

Δεν θα σας ζαλίσω με το θεωρητικό πλαίσιο... η επιμέλεια στο βιβλίο σας «Πενάκια...» είναι πολύ σαφής όσων αφορά την γελοιογραφία. Θα ήθελα να σας ρωτήσω για το στήσιμο της έκθεσης, την επιμέλεια της.... Ποιά είναι τα μεθοδολογικά προβλήματα που προκύπτουν κατά τη διάρκεια του στησίματος μιας έκθεσης πολιτικής γελοιογραφίας μέσα σε ένα μουσείο ιστορίας;

Το πρόβλημα της αντικειμενικότητας της γελοιογραφίας προκύπτει από την οξύτητα και την αιχμηρότητα της. Υπάρχουν στην Ελλάδα περίοδοι έντονης οξύτητας και αντιπαλότητας, εθνικού διχασμού, έντονης προπαγάνδας. Αυτό που πρέπει να έχει κατά νου ο ερευνητής, ο μουσειολόγος, ... ή αυτός τέλος πάντων που ασχολείται με το στήσιμο, είναι να δείξει και τις δυο πλευρές, να παρουσιάσει και τους δύο. Για πριν εκατό χρόνια είναι σχετικά εύκολο αυτό, Τρικούπης Δηλιγιάννης, Βενιζέλος- Κωνσταντίνος, Ελλάδα – Ιταλία... αλλά όταν είναι πιο κοντά η ιστορική περίοδος που ο ιστορικός μελετά, πάντα του είναι δύσκολο να μην εμπλακεί, γιατί υπάρχουν ακόμα ...ζώντες!!! (γελά)

Ένα άλλο θέμα είναι ο πεπερασμένος χώρος, που πάντα πρέπει να έχει κατά νου ο επιμελητής. Εντάξει, τώρα πλέον υπάρχουν τα βίντεο και τα συστήματα που βοηθούν στην εξοικονόμηση χώρου, αλλά και πάλι... πάντα πρέπει να έχουμε κατά νου, όταν ξεκινάμε μια έκθεση, τί πρέπει να περιορίζουμε, και τί επιλέγουμε.

Πώς αντιμετωπίζουν οι επισκέπτες την έκθεση γελοιογραφίας εδώ στο μουσείο, ιδίως τα παιδιά;

Αρέσει, και αρέσει πολύ. Δεν έχει να κάνει με το αν είναι παιδιά ή όχι, γιατί δείχνει μια διαφορετική ματιά στην εποχή του Πολέμου. Περνάνε καλά... το ιδιαίτερο με την γελοιογραφία είναι ότι παρουσιάζει σοβαρά θέματα, μερικές φορές πολύ σοβαρά θέματα... και θλιβερά, με χαρούμενο τρόπο, οπότε αρέσει. Ξέρετε, πάντα ο επιμελητής έχει στο νου του, αυτό που εκθέτει, και να δείχνει κάτι αλλά και να είναι θελκτικό, να θέλουν να το δουν, να μην αρέσει μόνο στον ίδιο.

Θεωρείτε δηλαδή, ότι ένα μουσείο νεοελληνικής ιστορίας με εκθέματα τις γελοιογραφίες, θα ήταν μια ωραία πρωτοβουλία;

Μακάρι να γινόταν! Μακάρι να μπορούσε να γίνει!... Εννοώ το κτίριο, η συλλογή... Επίσης, πώς θα είναι; Θα ξεκινά από την ίδρυση του Νεοελληνικού Κράτους, και θα αφηγείται όλα τα ιστορικά γεγονότα με βάση τη γελοιογραφία;

[...]Νομίζω ότι θα ήταν πιο βατό το να παρουσιαστεί η πορεία της πολιτικής



γελοιογραφίας μέσα στην νεοελληνική ιστορία. Να παρουσιάζονται οι σημαντικοί γελοιογράφοι κάθε περιόδου, τα σημεία που εστιάζουν και η ιστορική στιγμή που δείχνουν. ...Δηλαδή, η γελοιογραφία να δείχνει την ιστορία, και όχι το ανάποδο. Έτσι γίνεται μια παράλληλη παρουσίαση, πώς πορεύεται η πολιτική γελοιογραφία, και μαζί ιστορική αναδρομή.

Πιστεύετε ότι μπορούν να παρουσιαστούν δυο περίοδοι μαζί, επειδή μοιάζουν; Για παράδειγμα, Λαυρεωτικά – Χρηματιστήριο; Ή το θεωρείτε κάπως αυθαίρετο;

Αυθαίρετο.... Δεν το θα το έλεγα.... Όλα εξαρτώνται με το πώς θα τα στηρίξεις... πώς θα τα παρουσιάσεις... τί επιλογές θα πάρεις

Αν επιλέγαμε, πάντα υποθετικά, μερικές περιόδους να παρουσιάσουμε μέσα στην πορεία του ελληνικού κράτους μαζί με την πορεία της ιστορίας;

Ναι, μπορεί να γίνει. Εμείς για παράδειγμα έχουμε μόνο την περίοδο της Αντίστασης που είναι πολύ έντονη, με συστηματική προπαγάνδα, που σκοπεύει να εμψυχώσει τους στρατιώτες και να υποτιμήσει τον αντίπαλο... το δείχνουμε ως ένα κομμάτι μιας έντονης ιστορικής περιόδου όπου όλα τα στρατόπεδα παντού, και αμερικάνοι, και ιάπωνες, και ιταλοί, χρησιμοποιούν το σκίτσο και τη γελοιογραφία σκόπιμα, ως μέρος της πολιτικής τους στρατηγικής. Ένα θέμα που πρέπει να δείξει η γελοιογραφία, είναι γιατί υπάρχει για παράδειγμα αυτή την περίοδο έξαρση της; Επιτρέπεται; Γιατί σε πολλές περιόδους, είχαμε στην Ελλάδα καθεστώτα, χούντα, που δεν μπορούσε να γίνει... Το θέμα είναι πώς η γελοιογραφία πραγματεύεται τα φλέγοντα ζητήματα της περιόδου, τί στάση κρατά ο σκιτσογράφος; Για αυτό νομίζω, ότι αν παρουσιάσει κανείς, τους σημαντικούς γελοιογράφους μιας εποχής, έχει ήδη κάνει ιστορική αναδρομή

Αναζητήσατε το εκθεσιακό υλικό, ασχοληθήκατε με την εύρεση του ή υπήρχε ήδη στις συλλογές του μουσείου;

Όχι. Εμείς εδώ, ασχολούμαστε με το να αναδεικνύουμε το υλικό που έχει το μουσείο, όσο μπορούμε, γιατί είναι τόσο πολύ.... Όταν αυτό δεν γίνεται, δεν χωράει, κάνουμε τις εκδόσεις που ξέρετε... για παράδειγμα, Τα Πενάκια αυτό το σκοπό είχανε..

Πώς πιστεύετε ότι θα έπρεπε να είναι η έκθεση;

Αυτό που προτείνετε είναι ωραίο και χαρούμενο, αλλά επίπεδο. Όσο και να χαίρεται κάποιος, βαριέται να βλέπει μόνο εικόνες. Μερικές βιτρίνες, θα μπορούσαν να δώσουν και μια τρισδιάστατη μορφή στην έκθεση. Για παράδειγμα, μια βιτρίνα με ιστορικά δελτάρια, καρτ- ποστάλ που έχουν πάνω γελοιογραφία, βιβλία, περιοδικά, όχι μόνο το επίπεδο της λεζάντας... στα «Πενάκια» αναφέρω ότι υπήρχαν ακόμα και σπιρτόκουτα με γελοιογραφίες επάνω. Τώρα, φυσικά, πρέπει να υπάρχει ένα εισαγωγικό κείμενο, πριν από κάθε εποχή... για παράδειγμα, στην χρυσή εποχή της γελοιογραφίας, τέλη 19^{ου} αρχές 20^{ου}, γίνονται πολλά, πρέπει συνοπτικά να αναφερθούν, αλλά όχι πολλά, γιατί ο άλλος δεν θέλει να διαβάξει, αν δει μεγάλο κείμενο φεύγει, μπορεί να του αρέσει αυτό που βλέπει αλλά να μην ασχοληθεί. Και η λεζάντα σε κάθε έκθεμα, πρέπει να είναι σαφής αλλά μικρή, γιατί ... δεν τους αρέσει να διαβάζουν...

4. Δομημένη συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τον επιμελητή της έκθεσης του μουσείου Cartoon Art Museum του San Francisco, Andrew (07/03/2015)

Varouti, Here are my answers. Good luck! Andrew
Curator
Cartoon Art Museum
655 Mission Street
San Francisco, CA 94105
(415) CAR-TOON, ext. 309
www.cartoonart.org
www.facebook.com/cartoonartmuseum
twitter.com/cartoonart



What lead you to the creation of Cartoon Art Museum? The initiative was public or private?

The Cartoon Art Museum's founder, Malcolm Whyte, was inspired by a similar museum founded by Mort Walker, the creator of the Beetle Bailey comic strip. Mort Walker's museum was on the east coast (moving around from New York to Connecticut to Florida), so Malcolm Whyte wanted to establish a museum on the west coast.

Malcolm and his friends, including artists and collectors, had a passion for cartoon art and comics, and wanted to find a way to share their collections with others. The Cartoon Art Museum was established as a non-profit educational organization in 1984.

Ο Malcolm Whyte, ιδρυτής του Cartoon Art Museum, εμπνεύστηκε από ένα παρόμοιο μουσείο που ιδρύθηκε από τον Mort Walker, τον δημιουργό του κόμικ στριπ «Beetle Bailey». Το μουσείο του Mort Walker ήταν στην ανατολική ακτή (μετακινούμενο από τη Νέα Υόρκη, στο Κονέκτικατ, στη Φλόριντα) και έτσι ο Malcolm Whyte ήθελε να ιδρύσει ένα μουσείο στη δυτική ακτή.

Ο Malcolm και οι φίλοι του, εκτός των άλλων και καλλιτέχνες και συλλέκτες, είχαν ένα πάθος για την cartoon art και τα κόμικς, και ήθελαν να βρουν ένα τρόπο να μοιραστούν τις συλλογές τους με τους άλλους. Το Cartoon Art Museum ιδρύθηκε ως μη-κερδοσκοπικός εκπαιδευτικός οργανισμός το 1984.

What were the choice criteria regarding the exhibits? What comes first, being exhibitable or being an attractive/humorous caricature?

A number of factors go into that decision process. First of all, I'm always researching and trying to learn the whereabouts of great original artwork. If I'm aware that an artist or collector has access to artwork that would make a great exhibition, I reach out to that person and inquire about the availability of that artwork.

I keep a long list of potential exhibitions, and each year I create a calendar and arrange exhibitions throughout the year based on a number of factors. We have a lot of young visitors during the summer months, so I schedule family-friendly exhibitions during those

months. Any content that is more likely to appeal to older audiences, such as political cartoons, is more likely to be displayed during the fall and winter months.

Αυτή η διαδικασία απόφασης περιλαμβάνει μια σειρά από παράγοντες. Πρώτα απ' όλα, ερευνώ πάντα και προσπαθώ να μαθαίνω που βρίσκονται τα μεγάλα αυθεντικά έργα τέχνης. Αν ξέρω ότι ένας καλλιτέχνης ή συλλέκτης έχει πρόσβαση σε έργα τέχνης που θα συνθέταν μια μεγάλη έκθεση, έρχομαι σε επικοινωνία με αυτό το πρόσωπο και ερωτώ για την διαθεσιμότητα αυτών των έργων τέχνης.

Κρατάω μια μακρά λίστα των πιθανών εκθέσεων, και κάθε χρόνο δημιουργώ ένα ημερολόγιο και οργανώνω τις εκθέσεις όλο το χρόνο βασιζόμενος σε μια σειρά από παράγοντες. Έχουμε πολλούς νέους επισκέπτες τους καλοκαιρινούς μήνες, οπότε μπορώ να προγραμματίσω εκθέσεις φιλικές προς την οικογένεια κατά τη διάρκεια αυτών των μηνών. Οποιοδήποτε περιεχόμενο που είναι πιο πιθανό να προσελκύσει πιο μεγάλες ηλικίες, όπως πολιτικές γελοιογραφίες, είναι πιο πιθανό να παρουσιαστεί κατά τη διάρκεια των φθινοπωρινών και χειμερινών μηνών.

How did the public receive the museum's beginning? Has that changed through time?

The Cartoon Art Museum probably seemed like a very strange concept when it was introduced in 1984, but I like to think that the public's perception of cartoons as an art form has changed steadily since then. As more people become familiar with graphic novels, high quality animation, and through our own outreach, the public is becoming more and more educated about this subject.

Το Cartoon Art Museum πιθανώς έμοιαζε σαν μια πολύ παράξενη ιδέα, όταν εισήχθη το 1984, αλλά θέλω να πιστεύω ότι η αντίληψη του κοινού για τα καρτούν ως μια μορφή τέχνης έχει αλλάξει σταθερά από τότε. Όσο περισσότεροι άνθρωποι εξοικειώνονται με τα graphic novels, το υψηλής ποιότητας animation, και μέσω της δικής μας προσέγγισης, το κοινό γίνεται όλο και πιο μορφωμένοι σχετικά με αυτό το θέμα.

Where there negative comments regarding the value of caricatures as exhibits?

Some people are still dismissive of cartoons as an art form, and we will probably always have to deal with people who think like that. We try not to worry about them, and focus our efforts on entertaining the people who do enjoy cartoons and comics, and to educate open-minded people with the work that we do.

Μερικοί άνθρωποι εξακολουθούν να απορρίπτουν τα καρτούν ως μια μορφή τέχνης, και μάλλον πάντα θα αντιμετωπίζουμε ανθρώπους που σκέφτονται έτσι. Προσπαθούμε να μην ανησυχούμε γι' αυτούς, και να επικεντρώσουμε τις προσπάθειές μας για την ψυχαγωγία των ανθρώπων που απολαμβάνουν τα καρτούν και τα κόμικς, και να εκπαιδεύσει τους ανοιχτόμυαλους ανθρώπους με το έργο που κάνουμε.

Is the exhibition renewed based on newly produced caricatures? Do you update the exhibition based on social or artistic changes?

We host a variety of exhibitions every year, from contemporary comics and animation to historical examples. This year, for example, we will feature a California-based artist whose work was popular almost 100 years ago, and that will be displayed alongside contemporary Irish animation and the work of a comic book artist whose best-known work was printed in the 1960s.

Φιλοξενούμε διάφορες εκθέσεις κάθε χρόνο, από σύγχρονο κόμικς και animation έως ιστορικά παραδείγματα. Φέτος, για παράδειγμα, θα παρουσιάσουμε ένα καλλιτέχνη με έδρα την Καλιφόρνια του οποίου το έργο ήταν δημοφιλές σχεδόν 100 χρόνια πριν, και αυτό θα δοθεί μαζί με σύγχρονο ιρλανδικό animation και το έργο ενός comic book καλλιτέχνη του οποίου το γνωστότερο έργο τυπώθηκε τη δεκαετία του '60.

Do you believe that humor is central for the attraction of visitors?

Humor can be an important factor in cartoon art, but we also showcase serious artwork. I do think that most of our visitors come to the museum to have a good time and to enjoy the work on display, but some of our non-humorous exhibitions have been very popular with our visitors.

Το χιούμορ μπορεί να είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην cartoon art, αλλά επίσης παρουσιάζουμε σοβαρά έργα τέχνης. Πιστεύω πραγματικά ότι οι περισσότεροι από τους επισκέπτες μας έρχονται στο μουσείο για να περάσουν καλά και να απολαύσουν το προς παρουσίαση έργο, αλλά μερικές από τις μη-χιουμοριστικές εκθέσεις μας ήταν πολύ δημοφιλής επίσης.

Do you consider the exhibition instructive or interactive?

I try to educate and instruct viewers with each exhibition, and to add interactive elements whenever possible. In recent years, thanks to devices like the iPad, we've been able to add a number of interesting interactive options for our visitors.

Προσπαθώ να εκπαιδεύσω και να διδάξω τους θεατές με κάθε έκθεση, και να προσθέσω διαδραστικά στοιχεία, όποτε είναι δυνατόν. Τα τελευταία χρόνια, χάρη σε συσκευές όπως το iPad, είμαστε σε θέση να προσθέσουμε μια σειρά από ενδιαφέρουσες διαδραστικές επιλογές για τους επισκέπτες μας.

Are there family/child programs or exhibitions? What is their purpose?

We host cartooning classes at least once a month at the museum, and often host weeklong workshops during the winter and summer. Our goal is to provide a positive experience for students and their families, and to encourage the next generation of great cartoon artists.

Φιλοξενούμε τάξεις cartoon τουλάχιστον μία φορά το μήνα στο μουσείο, και συχνά φιλοξενούμε εργαστήρια μιας εβδομάδας κατά τον χειμώνα και το καλοκαίρι. Στόχος μας είναι να παρέχουμε μια θετική εμπειρία για τους μαθητές και τις οικογένειές τους, καθώς και να ενθαρρύνει την επόμενη γενιά των μεγάλων καλλιτεχνών cartoon.

If you could describe and characterize the visitors of the museum, what social attributes would you assign them?

Our visitors range from very young children to very old adults, and we try to provide something of value for every age group. People who schedule recreational visits to museums tend to be educated and open to new and interesting experiences, and we find that to be true of our visitors.

Οι επισκέπτες μας κυμαίνονται από πολύ νεαρά παιδιά σε ενήλικες μεγάλους σε ηλικία, και προσπαθούμε να παρέχουμε κάτι αξίας για κάθε ηλικιακή ομάδα. Οι άνθρωποι που κανονίζουν επισκέψεις σε μουσεία τείνουν να είναι μορφωμένοι και ανοιχτοί σε νέες και ενδιαφέρουσες εμπειρίες, και διαπιστώνουμε ότι αυτό ισχύει για τους επισκέπτες μας.

How challenging is the financial prosperity of the museum?

We are constantly raising funds for the museum, and it's the most challenging part of our mission. In addition to planning exhibitions and events, the director and I are always writing grants and trying to raise money to support the museum. The state of California's economy, the economy of the United States, and tourism in San Francisco are just some of the factors that affect the museum on an ongoing basis.

Αντλούμε συνεχώς χρηματοδότηση για το μουσείο, και αυτό είναι το πιο δύσκολο μέρος της αποστολής μας. Εκτός από τις εκθέσεις σχεδιασμού και τις εκδηλώσεις, ο διευθυντής και εγώ αιτούμαστε συνεχώς επιχορηγήσεων και προσπαθούμε να συγκεντρώσουμε χρήματα για τη στήριξη του μουσείου. Η κατάσταση της οικονομίας της Καλιφόρνια, της οικονομίας των Ηνωμένων Πολιτειών, και του τουρισμού στο Σαν Φρανσίσκο είναι μόνο μερικοί από τους παράγοντες που επηρεάζουν το μουσείο σε συνεχή βάση.

In hopes that I did not tire you, thank you very much for your time. It would be an honor for me to mention the museum as a case study, as well as your name as a valuable contributor

5. Μουσείο Centre Belge de la Bande Dessinée Belgisch Strip centrum, Βέλγιο.

A)Συνέντευξη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με την υπεύθυνη μουσειοπαιδαγωγικών προγραμμάτων του Μουσείου, κα Marie-Aude Piavaux (10/03/15)

Marie-Aude Piavaux
Servicepédagogique
Pädagogischendienst
Centre Belge de la
BandeDessinée
BelgischStripcentrum



Qu'est-ce qui vous a orienté à la création del Musée de Bande Dessinée en particulier?

L'initiative était publique ou privée?

Le Musée de la bande dessinée a été créé par des auteurs et des passionnés de bandes dessinées. Il s'agit donc d'une initiative privée. Le Musée de la BD est d'ailleurs toujours une association sans but lucratif, qui ne reçoit que très peu de subventions de l'Etat.

Το Musée de la Bande Dessinée (Μουσείο των Κόμικς) δημιουργήθηκε από συγγραφείς και λάτρεις των κόμικς. Έτσι, είναι μια ιδιωτική πρωτοβουλία. Το Musée de la Bande Dessinée είναι βεβαίως πάντα ένας μη κερδοσκοπικός σύλλογος, ο οποίος λαμβάνει πολύ μικρή κρατική χρηματοδότηση.

Quels ont été les critères de choix en ce qui concerne les expositions? Qu'est-ce qui vient en premier, étant possible à être exposé ou étant une caricature attirante / humoristique?

Le but premier est de promouvoir les différentes facettes de la BD. Nous avons des expositions permanentes historiques, de genre ainsi que sur les grands noms de la BD belge. Pour les expositions temporaires, c'est différent : nous essayons d'alterner la BD flamande, francophone et internationale ou de faire des expositions sur des auteurs, des courants ou des thématiques.

Nous exposons quelques caricatures par rapport à leur intérêt vis-à-vis de ces expositions. Par exemple, dans l'exposition sur l'histoire de la BD, nous avons une caricature du Roi Philippe sortie dans le Charivari. Nous abordons le strip de presse dans notre expo sur les différents styles. Dans nos expositions temporaires, quand celles-ci concernent un auteur et qu'il y a des caricatures à montrer, nous le faisons toujours. C'est en effet un élément qui rapproche le visiteur de l'auteur présenté. Mais la caricature (ou l'humour) n'est jamais un but en soi.

Sur notre site web, vous trouverez un détail de nos expositions permanentes et des expositions temporaires dernièrement réalisées.

Ο πρωταρχικός σκοπός είναι να προωθήσει τις διάφορες πτυχές των κόμικς. Έχουμε μόνιμες εκθέσεις ιστορικές, ανά είδος, καθώς και τα μεγάλα ονόματα στο βελγικό κόμικς. Όσον αφορά τις προσωρινές εκθέσεις, τα πράγματα είναι διαφορετικά: προσπαθούμε να εναλλάσσονται τα φλαμανδικά, τα γαλλόφωνα και τα διεθνή κόμικς ή να κάνουμε εκθέσεις πάνω σε συγγραφείς, ρεύματα ή θεματικές. Θα δείξουμε κάποιες γελοιογραφίες σύμφωνα με το σχετικό τους με αυτές τις εκθέσεις ενδιαφέρον. Για παράδειγμα, στην έκθεση για την ιστορία των κόμικς, έχουμε μια καρικατούρα του βασιλιά Φιλίππου που είχε εκδοθεί στο Charivari (ΣτΜ: χιουμοριστικό περιοδικό, 1832-1937). Προσεγγίζουμε τα στριπς του Τύπου στην έκθεσή μας για τα διάφορα στυλ. Στις προσωρινές μας εκθέσεις, όταν αφορούν έναν συγγραφέα και υπάρχουν γελοιογραφίες να δείξουμε, το κάνουμε πάντα. Είναι πράγματι ένα στοιχείο που φέρνει τον επισκέπτη πιο κοντά στο συγγραφέα που παρουσιάζεται. Αλλά η γελοιογραφία (ή το χιούμορ) δεν είναι ποτέ αυτοσκοπός.

Στην ιστοσελίδα μας θα βρείτε λεπτομέρειες για τις μόνιμες εκθέσεις μας και προσωρινές εκθέσεις που ολοκληρώθηκαν πρόσφατα.

Comment est-ce que la publique a reçu le début du musée? Est-ce que ça a changé au cours du temps?

Le public a toujours été au rendez-vous. Au départ, c'était un public très belge. Nous accueillons actuellement de plus en plus de visiteurs par année (plus de 200 000 en 2014). Depuis plusieurs années, ce public est plutôt international.

Το κοινό ήταν πάντα παρόν. Αρχικά, ήταν ένα κοινό πολύ βελγικό. Υποδεχόμαστε πλέον όλο και περισσότερους επισκέπτες κάθε χρόνο (πάνω από 200.000 το 2014). Εδώ και αρκετά χρόνια, το κοινό είναι κατεξοχήν διεθνές.

Avez-vous eu des commentaires négatifs concernant la valeur des caricatures comme pièces d'exposition?

Comme on est un musée de la Bande Dessinée et non de la caricature, cela n'est jamais arrivé.

Δεδομένου ότι είμαστε ένα μουσείο Κόμικς και όχι γελοιογραφίας, αυτό δεν συνέβη ποτέ.

Est-ce que l'exposition est renouvelée quand il y a des caricatures nouvelles produites? Avez-vous mis à jour l'exposition en fonction des changements sociaux ou artistiques?

L'exposition sur les différents genres de BD est mise à jour tous les deux ans, avec des nouveaux auteurs et des nouvelles BD. Pas spécialement avec de nouvelles caricatures. Nous avons également un écran à l'entrée du musée qui peut être adapté selon l'actualité. Par exemple, suite aux événements de Paris, nous y montrons un slide-show de caricature réalisées en réaction aux attentats.

Η έκθεση πάνω στα διάφορα είδη κόμικς ενημερώνεται κάθε δύο χρόνια, με νέους δημιουργούς και νέα κόμικς. Όχι απαραίτητα και με τις νέες γελοιογραφίες. Έχουμε επίσης μια οθόνη στην είσοδο του μουσείου, που μπορεί να προσαρμοστεί στην επικαιρότητα. Για πραγματοποιήθηκαν σε απάντηση στις επιθέσεις.

Croyez-vous que l'humour est central pour l'attraction des visiteurs?

Pas dans le cas du musée de la Bande Dessinée.

Όχι στην περίπτωση του Musée de la Bande Dessinée.

Considérez-vous l'exposition instructive ou interactive?

Nous y travaillons en tous cas ! Avec les nouvelles technologies, il faut savoir être toujours au courant de ce qui se fait, et l'interactivité est devenue un mot d'ordre pour tous les musées.

Εργαζόμαστε σε κάθε περίπτωση επ' αυτού! Με τις νέες τεχνολογίες, πρέπει πάντα να γνωρίζει κανείς τι συμβαίνει, και εξάλλου η διαδραστικότητα έχει γίνει μία καθημερινότητα για όλα τα μουσεία.

Avez-vous des programmes ou expositions pour la famille ou l'enfant? Quel est leur but?

On a eu un questionnaire pour les enfants, destinés aux familles, que l'on vendait à 1€ à l'accueil. Il n'existe plus pour l'instant, car nous sommes en train de rénover le musée, et que nous devons le mettre à jour. On a également une « valise des enfants », qui se fait avec un guide, pour les groupes scolaires des 6-12 ans.

Είχαμε ένα ερωτηματολόγιο για τα παιδιά, για οικογένειες, το οποίο πωλούνταν 1€ στην είσοδο. Δεν υπάρχει προς στιγμήν, γιατί είμαστε στη διαδικασία της ανακαίνισης του μουσείου, και πρέπει να το ενημερώσουμε. Έχουμε επίσης ένα «βαλιτσάκι των παιδιών», το οποίο έρχεται με έναν οδηγό, για σχολικές ομάδες 6-12 ετών.

Si vous pouviez décrire et caractériser les visiteurs du musée, quels attributs sociaux feriez-vous attribuer?

Nos visiteurs n'ont pas de caractéristiques communes, c'est le pouvoir de la bande dessinée ! Des visiteurs de tous les âges et types nous rendent visite : des familles, des jeunes, des adultes, des seniors, de toutes les nationalités. Les groupes les plus représentés sont les Français (40% du public), les adultes (50%) et les 18-25 ans (23%). Les seniors sont assez peu présents (2%).

Οι επισκέπτες μας δεν έχουν κοινά χαρακτηριστικά, αυτή είναι η δύναμη των κόμικς! Επισκέπτες όλων των ηλικιών και των τύπων μας επισκέπτονται: οικογένειες, νέοι, ενήλικες, ηλικιωμένοι, όλων των εθνικοτήτων. Οι πιο αντιπροσωπευτικές ομάδες είναι οι Γάλλοι (40% του κοινού), οι ενήλικες (50%) και οι ηλικίες 18-25 ετών (23%). Οι ηλικιωμένοι δεν είναι πολύ παρόντες (2%).

À quel point est-ce que c'est difficile de maintenir la prospérité financière du musée?

παράδειγμα, μετά τα γεγονότα στο Παρίσι, δείχνουμε σε slide-show γελοιογραφιών που

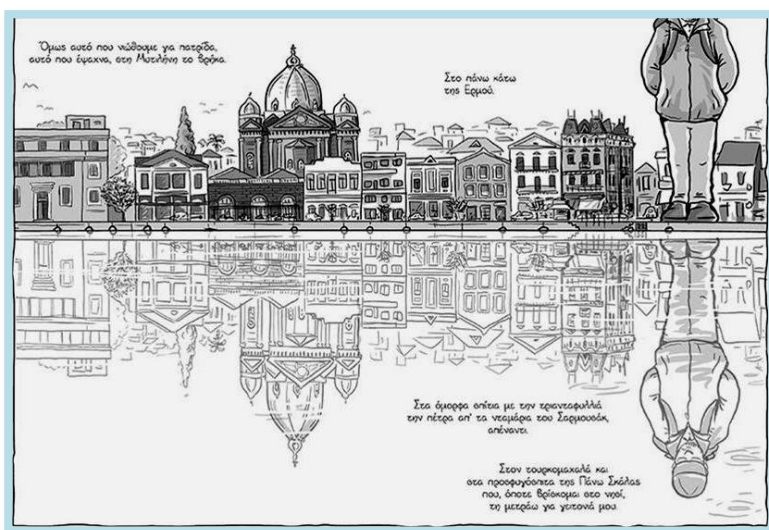
Nos moyens financiers viennent des visiteurs, des locations du musée pour des événements privés, et de la location de la Brasserie et de la Librairie. Nous ne recevons de l'Etat que 8% de notre chiffre financier. Si nous avons moins de visiteurs, les choses seraient oins simples ! Nous ne pouvons pas non plus rénover et actualiser tous nos espaces aussi facilement que d'autres musées subventionnés.

Οι χρηματοδοτικοί μας πόροι προέρχονται από τους επισκέπτες, τις ενοικιάσεις του μουσείου για ιδιωτικές εκδηλώσεις και της ενοικίασης της μπυραρίας και του βιβλιοπωλείου. Δεν λαμβάνουμε από το κράτος παρά το 8% του οικονομικού μας μεγέθους. Αν είχαμε λιγότερους επισκέπτες, τα πράγματα θα ήταν πιο δύσκολα! Δεν μπορούμε να ανακαινίσουμε και να ενημερώσουμε όλους τους χώρους μας, τόσο εύκολα όσο άλλα μουσεία που επιδοτούνται.

-En espèrent que je ne vous ai pas fatigué, je vous remercie beaucoup pour votre temps. Ce serait un honneur pour moi de mentionner le musée comme une étude de cas, ainsi que votre nom comme un contributeur précieux.

Cordialement,

6. Δομημένη συνέντευξη ανοικτού τύπου μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από τον γελοιογράφο και κομίστα Σολούρ (20/04/2015).



-Την περίοδο της Χούντας, γελοιογράφοι όπως ο ΚΥΡ, συνδύαζαν την γελοιογραφία και το κόμικ για να μεταφέρουν τα μηνύματα τους, αποφεύγοντας τη λογοκρισία. Η ιστορία και η μυθολογία γίνονται ο κώδικας για να σχολιαστεί η σύγχρονη ιστορία. Υπάρχουν άλλες περιοδοί που να γίνεται αυτό τόσο έντονα;

Όσο πιο σκοτεινές είναι πολιτικά, οι συνθήκες ελευθερίας Λόγου και δημοκρατίας, τόσο η σάτιρα και η αλληγορία αναλαμβάνουν τον ρόλο να βρουν εκείνα τα μονοπάτια που θα επικοινωνήσουν στο ευρύτερο κοινό, το μήνυμα της αντίστασης στην όποια επιβουλή. Όπως συνέβη, ας πούμε στη Γαλλία και με έναν από τους πρωτοπόρους του σκίτσου του 19^ο αιώνα, τον Honore Daumier που τόλμησε να βάλει στο στόχαστρό του τον ίδιο τον βασιλιά. Να σημειώσουμε βέβαια εδώ, πως η παρωδία, δεν περνάει πάντα... ξώφαλτσα την λογοκρισία. Γίνεται συχνά αντιληπτή από αυτούς που ασκούν την εξουσία (και στους οποίους...ασκείται η σάτιρα). Έτσι και ο Daumier και ο ΚΥΡ που αναφέραμε ως παραδείγματα, βρέθηκαν κάποια στιγμή, όχι μόνο λογοκριμένοι αλλά και απολογούμενοι απέναντί της εξουσίας που σχολίαζαν.

Ο ρόλος της αλληγορίας, όπως είπατε, είχε κι έχει ακριβώς αυτό το προτέρημα. Το να μιλάς φαινομενικά για άσχετα θέματα – για παράδειγμα ο Κυρ αναφερόταν στον Τρωικό πόλεμο- αλλά με συνειρμούς και σχετικές ομοιότητες να περνάς μηνύματα και να σχολιάζεις κάτι που συμβαίνει στο παρόν. Όλη η επιμέρους ιστορία της αλληγορίας και της παρωδίας στις τέχνες έχει τις περισσότερες φορές αυτόν τον σκοπό. Στην Ελλάδα, πριν από την Χούντα και την γελοιογραφική αντίδραση του ΚΥΡ (αλλά και του Κώστα Μητρόπουλου σε έναν βαθμό), συναντούμε τις εξίσου κοινωνικοπολιτικά ακραίες συνθήκες του εμφυλίου και της Γερμανικής κατοχής. Η γελοιογραφία βρήκε κι εκεί αντίστοιχα μονοπάτια επικοινωνίας, όπως συνέβη όταν, γνωστοί γελοιογράφοι της εποχής- αναφέρω ενδεικτικά τον Αρχέλαο και τον Φωκίωνα Δημητριάδη- υπέγραφαν παράλληλα σκίτσα τους και στον αριστερό «Ρίζο της Δευτέρας» με ψευδώνυμα.

-Ποια είναι η πιο ενδιαφέρουσα για εσάς περίοδος από θέμα γελοιογραφικής παραγωγής; Η πιο παραγωγική;

Κάθε περίοδος έχει το ενδιαφέρον της γιατί σε κάθε χρονική στιγμή κάποιοι ζούνε τις μοναδικές και πολύτιμες ζωές τους. Δεν έζησε κανείς λιγότερο την ζωή του επειδή έζησε για παράδειγμα στον Μεσαίωνα. Κι επειδή η γελοιογραφία σχολιάζει και στοχεύει στις περισσότερες περιπτώσεις τις κοινωνικές συνθήκες του εφήμερου, σε αυτό που συμβαίνει σε κάποιους Τώρα, κάθε φορά η γελοιογραφία προσπαθεί να πει κάτι που «καίει» τους αναγνώστες της και την ζωή τους. Όμως ισχύει αυτό που είπαμε και πιο πριν. Όσο πιο σκοτεινές ή ακραίες είναι οι κοινωνικές συνθήκες, τόσο πιο μεγάλη ανάγκη υπάρχει να γινόμαστε πιο ουσιαστικοί. Είτε μέσω της τέχνης είτε ως πολίτες. Έτσι, οι πιο «προβληματικές» περίοδοι της ιστορίας για τις κοινωνίες των ανθρώπων, είναι και εκείνες που (δυστυχώς) παρουσιάζουν καλλιτεχνικά το μεγαλύτερο ενδιαφέρον, αφού στην τέχνη ή στην ελεύθερη σάτιρα, συμπυκνώνονται όλοι οι προβληματισμοί και οι αντιθέσεις της εποχής. Η περίοδος της επταετίας στο παράδειγμα με τα γελοιογραφικά κόμικς του ΚΥΡ, ήταν μια τέτοια εποχή. Τέτοια «ενδιαφέρουσα» εποχή είναι και η σημερινή με την οικονομική -και όχι μόνο - κρίση που ζούμε.

-Ποιόν έλληνα γελοιογράφο θα θεωρούσατε αυτόν που πιο πολύ επηρέασε την πορεία της ελληνικής γελοιογραφίας, μέσα στην ιστορία της;

Δεν θα έλεγα έναν γελοιογράφο στην Ιστορία της Ελληνικής γελοιογραφίας, αλλά τουλάχιστον ένα για κάθε περίοδό της. Και λέω τουλάχιστον ένα, γιατί καθόλου σπάνια συναντούσαμε και συναντούμε στα ίδια χρόνια, ισχυρά καλλιτεχνικά δίδυμα, όπως υπήρξαν για παράδειγμα ο Αρχέλαος και ο Χριστοδούλου, ο ΚΥΡ και ο Κώστας Μητρόπουλος, Ο Γιάννης Ιωάννου και ο Γιάννης Καλαϊτζής. Και αφού πρόλαβα και μίλησα για τα ...δίδυμα, ας πάω και στους μοναχικούς καβαλάρηδες της κάθε εποχής. Όπως ας πούμε ο Θέμος Άννινος, ο Φωκίων Δημητριάδης, ο Μπόστ ή ακόμα (αν και μιλάμε πλέον για comic strip) ο Αρκάς. Σίγουρα υπάρχουν και άλλοι σημαντικοί και σπουδαίοι, αλλά τα ονόματα που ανέφερα, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, επηρέασαν και γενικότερα την εξέλιξη του Μέσου της γελοιογραφικής σάτιρας.

-Τον τελευταίο καιρό, εμφανίζονται πολλά graphic novels που αφηγούνται κομμάτια της ιστορίας. Το Αϊβαλί για παράδειγμα, φαίνεται ως προσωπική αφήγηση, αλλά μέσα από αυτή, παρουσιάζεται ένα μεγάλο κομμάτι της νεοελληνικής ιστορίας. Πιστεύετε ότι τέτοιες εκδόσεις, θα βοηθούσαν στην καλύτερη κατανόηση της ιστορίας; Θα μπορούσαν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά των επίσημων εγχειριδίων του Υπουργείου;

Είναι πολύ πρόσφατο το «Αϊβαλί» (σημ: την στιγμή της συνέντευξης, το συγκεκριμένο graphic novel κυκλοφορούσε μόλις τεσσεράμισι μήνες) και ως δημιουργός του είμαι ίσως ακατάλληλος για να απαντήσω σε μια τέτοια ερώτηση. Νομίζω όμως, παρά την υποκειμενικότητα της δικής μου ματιάς και λαμβάνοντας υπόψη την υποδοχή που έχει μέχρι τώρα, το βιβλίο σε βάθος χρόνου ίσως να κινήσει κάτι ουσιαστικότερο στον χώρο των Ελληνικών κόμικς και graphic novels. Γιατί έχει να κάνει με αυτό ακριβώς που υπονοείτε: Την αντιμετώπιση και την αντίληψη της ιστορίας μέσα από ένα νέο πρίσμα. Τα κόμικς μέχρι σήμερα συνήθως αναφέρονται στην Ιστορία, μόνο σε επίλεκτα τμήματά της που θεωρούνται «ακίνδυνα» (για παράδειγμα η Ελληνική αρχαιότητα ή τα ηρωικά γεγονότα της επανάστασης του 1821). Γεγονότα και περίοδοι που «καίνε», όπως ο εμφύλιος, ή η καταστροφή της Σμύρνης, αποφεύγονται. Για να ασχοληθεί κάποιος με τέτοια θέματα, που

είναι ταυτόχρονα για την κοινωνία ανοιχτές πληγές, χρειάζεται κάτι πολύ περισσότερο από μια απλοποιημένη αφήγηση. Χρειάζεται μελέτη, γνώση της ιστορίας και φυσικά να υπερβείς τις εκάστοτε αντιπαλότητες μέσα από την σχετική αποστασιοποίηση και την αυτοκριτική. Δεν γίνεται αλλιώς. Πιθανότατα (απ' ό,τι διαφαίνεται τουλάχιστον μέχρι τώρα) το «Αϊβαλί» μοιάζει να περνάει απ' όλες αυτές τις ιδεολογικές συμπληγάδες. Και με αυτό το σκεπτικό, ίσως και να μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και ως παράλληλο προτεινόμενο εγχειρίδιο από το Υπουργείο. Ακόμα, όσο και αυτό αν ακούγεται ουτοπικό, ακόμα και από το Τουρκικό υπουργείο θα μπορούσε να το χρησιμοποιήσει, παράλληλα με το Ελληνικό. Ξέρετε πόσοι αναγνώστες του βιβλίου μου το έχουν επισημάνει αυτό και το έχουν γράψει σε προσωπικά μηνύματα, σε τυχαίες συναντήσεις στην έκθεση στο Μπενάκη ή στο διαδίκτυο; Δυστυχώς όμως, είναι τέτοιες οι συνθήκες και από τις δύο πλευρές, που ακούγεται σαν παραμύθι. Σα να ήθελαν δηλαδή πραγματικά τα δύο κράτη να τα βρουν σε όλα τα επίπεδα και αυτό θα γινόταν ως επίδειξη καλής θέλησης. Μιλώ για τα κράτη εφόσον μιλάμε για υπουργεία παιδείας. Γιατί για τους λαούς, νομίζω πως, παρά τις εκατέρωθεν προκαταλήψεις, υπάρχει καλύτερη διάθεση. Οι λαοί στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχω την εντύπωση πως αναζητούν την συμφιλίωση.

-Όταν στο «Ποντίκι» , στην «Ανάλυση Ουρών» μιλά ο πατέρας- ποντικός νευριασμένος, μπερδεμένος κτλ με την πολιτική κατάσταση της χώρας βλέποντας τηλεόραση, νοιώθω ότι βλέπουμε μαζί, και σχολιάζουμε στον καναπέ του σπιτιού μου... Όταν τον σκισάρετε, μιλάτε εσείς ή νοιώθετε ότι μιλάτε εκ μέρους ενός κομμάτι του πληθυσμού που δεν μπορεί να μιλήσει αλλιώς;

Ένας από τους σημαντικούς ρόλους της γελοιογραφίας είναι να υπερασπιστεί την τσαλαπατημένη αξιοπρέπεια και τα εναπομείναντα τμήματα λογικής του απλού πολίτη. Συμβαίνουν πολλά παράλογα στην πλάτη του. Για παράδειγμα σε έναν συνταξιούχο που πλήρωνε μια ζωή τις εισφορές του, βγαίνουν στα γεράματά του, τότε που έχει περισσότερο ανάγκη τα χρήματα για γιατρούς και φάρμακα, να του κόβουν την σύνταξη και τις ιατρικές παροχές. Και τον βγάζουν και ένοχο από πάνω γιατί οι συνταξιούχοι ας πούμε, επιβαρύνουν τα ταμεία ασφάλισης και άρα πρέπει να κοπούν και άλλοι αποδοχές τους για το... καλό της χώρας και της οικονομίας. Αυτήν την αξιοπρέπεια και κοινή λογική, υπερασπίζεται τις περισσότερες φορές η γελοιογραφία. Βέβαια υπάρχει και η γελοιογραφία που ασχολείται με άσχετα πράγματα και «ρίχνει την μπάλα στην εξέδρα». Είτε από την ιδεολογική θέση του σκισσογράφου, είτε γιατί αναγκάζεται άμεσα ή έμμεσα από την γραμμή του εντύπου που εργάζεται. Αλλά αυτό είναι ένα άλλο μεγάλο θέμα.

-Ο γελοιογράφος νοιώθει την ανάγκη αυτής της, ας πούμε, αποστολής, να στέκεται απέναντι στην επίσημη ειδησεογραφία και να την σχολιάζει ως απ' έξω παρατηρητής; Το κάνει ως καλλιτέχνης που ζει μες την επικαιρότητα ή ως δημοσιογράφος που θέλει να βελτιώσει την πραγματικότητα μέσω της τέχνης;

Ισχύουν πάνω κάτω αυτό που μόλις σας περιέγραψα. Το τι νοιώθει ο γελοιογράφος, συνδέεται άμεσα με την γενικότερη αντίληψή του για τα πράγματα. Αν και πρέπει να ομολογήσω πως οι περισσότεροι γελοιογράφοι που έχω μελετήσει και έχω γνωρίσει το έργο τους, διακρίνονται από μια ιδιαίτερη ευαισθησία απέναντι στα κακώς κείμενα της κοινωνίας που ζουν και οι ίδιοι. Αποτελούν θα λέγαμε κάποιες από τις ευαίσθητες κεραίες

της κάθε εποχής. Όσο για την επαγγελματική ενασχόλησή τους με τις εφημερίδες και τα περιοδικά, ναι, πρέπει να έχουν και την ιδιότητα του δημοσιογράφου. Πρέπει να ενημερώνονται και να έχουν υπόψη τους αναλύσεις και σχολιασμούς για τα θέματα της επικαιρότητας, γιατί ο ρόλος τους είναι στην κυριολεξία να δείξουν το τι συμβαίνει στην πραγματικότητα, όχι με τις χίλιες λέξεις μιας σελίδας εφημερίδας αλλά με ένα σκίτσο.

-Ο Φρέντυ Γερμανός έλεγε ότι ακόμα και να εξαφανιστούν οι εφημερίδες, η γελοιογραφία θα παραμείνει. Ποια πιστεύετε ότι είναι η δύναμη της; Η αμεσότητα της εικόνας; Το χιούμορ;

Η γελοιογραφία είναι συνήθως το πρώτο πράγμα που παρατηρούμε ως αναγνώστες σε ένα έντυπο. Και έχει μια αμεσότητα στην πρόσληψή της, ταυτόχρονα με την πυκνότητα του μηνύματός της. Ίσως αυτά τα χαρακτηριστικά είχε στο μυαλό του ο Φρέντυ Γερμανός και αυτά είναι σίγουρα που την κάνουν να επιβιώνει και στο νέο μιντιακό τοπίο όπως διαμορφώνεται με την δυναμική παρουσία του internet , των δημοσιογραφικών blogs και των social media.

-Πώς βλέπετε την ιδέα δημιουργίας ενός μουσείου που να παρουσιάζει την νεοελληνική ιστορία μέσα από την γελοιογραφία και το κόμικ; Πιστεύετε ότι θα προσφέρει κάτι καινούργιο; Αν ναι, πώς θα το φανταζόσασταν;

Παρ' ότι στην Ελλάδα συνήθως συγχέουμε και ταυτίζουμε την γελοιογραφία με τα κόμικς – και σ' αυτό ευθύνονται και συμβάλουν με την δουλειά τους γελοιογράφοι σαν κι εμένα που ασχολούνται και με τα δύο είδη ταυτόχρονα- πρόκειται για δύο διαφορετικά Μέσα επικοινωνίας κι έκφρασης. Κανονικά, αν είχαμε την οικονομική δυνατότητα, θα χρειαζόμασταν δυο μουσεία! Ένα για την γελοιογραφία και ένα για τα κόμικς. Σίγουρα θα ήταν μεγάλο κέρδος για τον πολιτισμό μας να έχουμε αυτά τα μουσεία κάποια στιγμή. Πρώτα για την γελοιογραφία, μιας και μιλάμε για μια πολύ μεγάλη παράδοση που πρέπει άμεσα να διαφυλαχτεί. Αλλά και για τα κόμικς, μια σαφώς νεότερη τέχνη στην Ελλάδα, κι ας μετράει ήδη πάνω από 40 χρόνια μεστής δημιουργίας.

Το μουσείο γελοιογραφίας ίσως να έχει προτεραιότητα και λόγω της προσφοράς που θα παρείχε στην διαφύλαξη πρωτότυπου υλικού –αυθεντικά προσχέδια και σκίτσα, παλιές δημοσιεύσεις, αποκόμματα εφημερίδων κλπ- που όσο περνούν τα χρόνια εκ των πραγμάτων χάνονται. Ακόμα θα μπορούσε να συλλεχτεί υλικό από οικογενειακά αρχεία και τους απογόνους των παλαιότερων σκιτσογράφων, αφού η οργάνωση ενός μουσείου θα έδινε την απαραίτητη ασφάλεια για τα έργα και θα έπειθε τους συγγενείς να τα εμπιστευτούν σε αυτό. Τέλος η αρχειοθέτηση και η ψηφιοποίησή τους θα έκανε πιο άμεση την πρόσβαση του υλικού στο κοινό αλλά και σε οργανωμένες ομάδες, όπως ας πούμε σχολεία και συλλόγους. Θα μπορούσε αυτό να λειτουργεί προς δύο κατευθύνσεις. Με επισκέψεις στον χώρο του μουσείου και έκθεση πρωτοτύπων. Με την ψηφιακή διάσταση του μουσείου, μέσω ενός επίσημου site και την εικονική ξενάγηση των επισκεπτών στο υλικό που θα έχει αποθησαυριστεί.

-Πιστεύετε ότι ως μορφή τέχνης, είχε παραμεριστεί ή υποτιμηθεί από τους επίσημους φορείς της τέχνης της χώρας η ένατη; Βλέπετε κάποια αλλαγή τα τελευταία χρόνια; (πχ. Μουσείο Μπενάκη «Με το Μ..πενάκι των γελοιογράφων»);

Βλέπετε αυτό που σας έγραφα πιο πριν; Άλλο η «ενάτη τέχνη» που είναι τα κόμικς, και άλλο η γελοιογραφία. Μη νιώθετε όμως γι' αυτό ...τύψεις, γιατί η αντίληψη που συγχέει στην Ελλάδα την γελοιογραφία και τα κόμικς, είναι κυρίαρχη. Άλλωστε τόσο για τα κόμικς όσο και για τις γελοιογραφίες, όσο περνούν τα χρόνια αναγνωρίζονται και οι δυο τέχνες ως πολιτισμικά πολύτιμα προϊόντα. Επίσης το παράδειγμά σας για το μουσείο Μπενάκη ήταν και αυτό εύστοχο. Αφού και τους γελοιογράφους είχε φιλοξενήσει στην ομαδική μας έκθεση «Με το Μ...πενάκι των σκιτσογράφων» και τα κόμικς, εγκαινιάζοντας την επίσημη παρουσία τους σε έναν χώρο κατεχοχόν εικαστικό, με την έκθεση «Αϊβαλί: Ένα ταξίδι στο χρόνο» που κράτησε σχεδόν τρεισήμισι μήνες. Όπως καταλαβαίνετε, ιδιαίτερη τιμή για μένα και για την δουλειά μου.

-Σε άλλες χώρες, η αλήθεια είναι όχι πολλές, υπάρχουν μουσεία κόμικ, γελοιογραφίας, σάτιρας κτλ. Πιστεύετε ότι το ελληνικό κράτος, το Υπουργείο θα έπρεπε να αξιοποιήσουν την τόσο πλούσια κληρονομιά της έντυπης σάτιρας της Ελλάδας, ή θα ήταν προτιμότερο να γίνονται κινήσεις ιδιωτικής πρωτοβουλίας;

Προτιμώ σε αυτούς τους χώρους την κρατική παρέμβαση, άμεση ή έμμεση. Υπάρχει βέβαια και το πολύ πετυχημένο προηγούμενο του μουσείου Μπενάκη που μπορεί να συνδυάζει χαρακτηριστικά και ενός ιδιωτικού και ενός κρατικού μουσείου. Το σημαντικό είναι όποια μορφή και να έχει ένα μουσείο, να συνοδεύεται από την απαιτούμενη σοβαρότητα και συνέπεια (συντήρηση, αξιολόγηση υλικού πέρα από προσωπικές συμπάθειες και εμπάθειες των εμπλεκομένων, συνέχεια στον χρόνο, προγραμματισμός, προσεκτική διαχείριση του υλικού κλπ)

-Οι cartoonists, comisdom, educartoon, είναι πρωτοβουλίες που δραστηριοποιούνται πολύ και αναδεικνύουν το έργο τους μέσα εκθέσεων, φεστιβάλ, του διαδικτύου . Πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να «συναντηθούν» και να δραστηριοποιηθούν από κοινού, αν υπήρχε ένας χώρος κοινός, όπως ένα μουσείο;

Αυτά που περιγράφετε είναι ιδιωτικές πρωτοβουλίες, κάποιες μάλιστα από συλλογικότητες, και αυτό από μόνο του είναι ευπρόσδεκτο. Διακρίνω όμως σε διάφορες κατά καιρούς δραστηριότητες, έντονο το στοιχείο της μονομέρειας και της αυτοπροβολής. «Εμείς είμαστε οι πρώτοι που το κάναμε», «εμείς κάνουμε το μεγαλύτερο festival ή convention», «οι δικοί μας δημιουργοί είναι αυτοί που ξεχωρίζουν». Με αυτό το σκεπτικό δεν μπορεί να υπηρετήσεις ένα μουσείο, μια ειδική βιβλιοθήκη, ένα φεστιβάλ, οτιδήποτε. Δεν μπορείς να είσαι «αντικειμενικός». Στα δικά μου μάτια, προσπαθώντας να αναδείξουν και να επιβάλλουν την δική τους δουλειά ως «σημαντικότερης», καταστρέφουν ταυτόχρονα την αξιοπιστία τους να υπηρετήσουν τον σκοπό που διατείνονται πως υπηρετούν. Το μουσείο πρέπει να έχει ως στοιχεία της την αποστασιοποίηση, την βαθύτερη γνώση της ιστορικότητας της τέχνης (της γελοιογραφίας ή των κόμικς), το ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο σε Ελλάδα και Εξωτερικό, την αποδοχή των διαφορετικών ρευμάτων. Ένα πλαίσιο δραστηριοτήτων που μέσω επιστημονικών εργαλείων και εργαλείων έρευνας, να μπορεί να δικαιολογεί στην πράξη μια διάσταση «αντικειμενικότητας».

Παράρτημα Β΄

Τμήμα σχεδιαστικών παραπομπών

Σε αυτό το παράρτημα γίνεται προσπάθεια να απεικονισθούν οι θεωρητικές προτάσεις της εργασίας. Δυστυχώς αυτό θα γίνει υπό το περιοριστικό καθεστώς των δύο διαστάσεων δίχως τα συμπληρωματικά στοιχεία που θα έκαναν πιο ελκυστική την προσπάθεια (φωτισμός, ήχοι). Άλλος περιοριστικός παράγοντας είναι οι γνώσεις περί της γραφιστικής της γράφουσας, οι οποίες κινούνται στα πλαίσια του γελοίου. Συνεπώς, οι σχεδιαστικές προτάσεις έχουν τα χαρακτηριστικά του ερασιτεχνισμού: ενθουσιασμό αλλά και άγνοια.

Η μελέτη συγκρότησης της παραδειγματικής συλλογής βασίστηκε στην παραδοχή ότι όσο εντονότερη είναι η ιστορική στιγμή, τόσο καλύτερη είναι η γελοιογραφία. Οι εκθεσιακές προτάσεις αναπαριστούν δείγματα κειμένων, εκθεσιακών ενοτήτων, μουσειοπαιδαγωγικών παιχνιδιών, σχεδιασμού εσωτερικών χώρων και κατόψεις του μουσείου. Οι σχεδιαστικές προτάσεις είναι πολλαπλά επηρεασμένες από άλλες εκθέσεις.

Στην διαδικασία του υποθετικού αυτού σχεδιασμού έγινε κατανοητό το «ό,τι συλλέγουμε, αποτελεί στην πραγματικότητα προέκταση του εαυτού μας» (Pearce2002,87). Αυτά που προτείνονται είναι αποτέλεσμα των αισθητικών, ιδεολογικών και κοινωνικών παραδοχών της γράφουσας. Κατά συνέπεια, η πράξη της επιλογής των συγκεκριμένων εκθεμάτων και η ερμηνεία τους μόνο ουδέτερη δεν μπορεί να θεωρηθεί (Vergo1999,51). Είναι αντίθετα, όσα θα ήθελε εκείνη να δει να νιώσει και να μάθει σε αυτό το μουσείο.

Περιεχόμενα παραρτήματος

Παράρτημα Β'	117
Τμήμα σχεδιαστικών παραπομπών.....	117
Περιεχόμενα παραρτήματος	118
1.Το μουσείο αυτό-συστήνεται.	120
Το γενικό κείμενο στην πρώτη εκθεσιακή ενότητα.....	120
2.Το πρώτο εισαγωγικό κείμενο προ έκθεσης.....	122
3.Η αρχή αφήγησης του μουσείου	123
3.α. εισαγωγικό κείμενο θαλάμου	123
3.β. οι σημαντικότερες σατυρικές εφημερίδες της εποχής.....	123
3.γ. Οι μοναχικοί πρωτοπόροι της έντυπης σάτιρας.....	125
3.δ. Εισαγωγικό κείμενο για το επόμενο δωμάτιο- εκθεσιακό χώρο	126
4. Μία σημαντική ιστορική στιγμή. Το σύνταγμα του 1843.....	127
5. Πότε εμφανίστηκε στην Ελλάδα η λέξη...Τραμπούκος;	128
6. Ξεκίνημα βασικού κορμού έκθεσης. Ο τίτλος της	129
6.α. Η τέχνη της γελοιογραφίας απογειώνεται	129
7. Θεματική και όχι χρονολογική εκθεσιακή υπό-ενότητα.....	134
7.α. Ο πρώτος τίτλος της.....	134
7.β. Τα εκθέματα συνοδεία κειμένων. Πρώτη προθήκη.....	134
8. Η σύνδεση δύο ιστορικών περιόδων. Ο πρώτος τίτλος	138
8.α.Εισαγωγικό μέρος της εκθεσιακής μονάδας.....	138
8.β Το πρώτο μέρος της εκθεσιακής ενότητας	139
8.γ. Η πρώτη σύνδεση με την επόμενη μονάδα	143
8.γ Το δεύτερο μέρος. Η γελοιογραφία στη Χούντα	147
9. Δράσεις, παιχνίδια, μουσείο-συσσκευές	149
10. Μερικές σχεδιαστικές προτάσεις	153
10. α. Κύβος Ορνεράκη	153
10.β. Κύβος Χριστοδούλου	155
11. Το διαφημιστικό φυλλάδιο- εξωτερικό του μουσείου.	158

11. Το φυλλάδιο προώθησης του μουσείου.....	158
12.Απόπειρα σχεδιασμού κάτοψης ισογείου και πάνω ορόφου	159
13. Μία χρονολογική μπάρα για να μην μπερδευόμαστε	160
14. Οι άλλοι όμως, πώς μας βλέπουν;.....	161
15. Μία αντίστροφη εκθεσιακή ενότητα. Όχι ιστορία μέσα από τα σκίτσα αλλά... ..	162
16. Το κλείσιμο της έκθεσης. Μια νέα αρχή.....	163
17. Φύλλο παρατηρήσεων.....	166

1. Το μουσείο αυτό-συστήνεται.

Το γενικό κείμενο στην πρώτη εκθεσιακή ενότητα

Το Μουσείο Κομικ-ής και Γελοιο-γραφικής Ιστορίας της Νεότερης Ελλάδας είναι μία πρωτοβουλία ανθρώπων που αγαπούν τη γελοιογραφία, το comic, τη σάτιρα αλλά και τους αρέσει να διαβάζουν ιστορία. Αποφάσισαν λοιπόν να δημιουργήσουν αυτό το μουσείο που θα τα συνδυάζει. Το έκαναν αυτό, επειδή πιστεύουν ότι η μελέτη της ιστορίας είναι άκρως διασκεδαστική αρκεί να υπάρχουν οι κατάλληλες πηγές. Το μουσείο «Κομικ-ής και Γελοιο-γραφικής ιστορίας της Ελλάδας» ανήκει στο (...).

Οι πηγές που το μουσείο εκθέτει είναι οι ελληνικές γελοιογραφίες, σατυρικά περιοδικά, εφημερίδες, αφίσες που εκδίδονται στην Ελλάδα από την ίδρυση του κράτους. Επίσης, τα comic strip και graphic novels που εκδίδονται τα τελευταία χρόνια.

Η έκθεση ξεκινά από την περίοδο της Αντιβασιλείας στην Ελλάδα (1832) και μελετά σταδιακά στα σημαντικότερα γεγονότα της νέο-ελληνικής ιστορίας μέσα από τα μάτια των σκίτσογράφων. Είναι η μόνιμη έκθεση και βρίσκεται στο ισόγειο. Στο ισόγειο επίσης βρίσκεται η κεντρική αίθουσα εκδηλώσεων και παιγνίων και χώρος συντήρησης των σκίτσων που Τρίτες και Τετάρτες είναι ανοιχτός στο κοινό.

Επειδή η έντυπη σάτιρα είναι πολύ ζωντανή και παραγωγική στην Ελλάδα και το μουσείο θέλει ακολουθεί τις εξελίξεις της, δεν υπάρχει τέλος. Στον πάνω όροφο λοιπόν, είναι το τμήμα των εποχιακών εκθέσεων που ανανεώνονται συνεχώς και παρουσιάζουν θέματα επικαιρότητας μέσα από τα «πενάκια». Στον ίδιο όροφο, στο αριστερό μέρος λειτουργεί η δανειστική βιβλιοθήκη, το εργαστήριο σκίτσου, το πωλητήριο και δίπλα τους το WC.

Το καφέ-εστιατόριο που είναι στην αυλή, μεταμφιέζεται σε μπουραρία των comic ηρώων τις Πέμπτες, Παρασκευές και Σάββατα βράδυ, περιμένοντας τους φίλους του μουσείου να περάσουν αξέχαστα βράδια (η είσοδος είναι από την Οδό...). Τις υπέροχες καλοκαιρινές βραδιές, γίνονται πολλές εκδηλώσεις.

Παρακαλούμε πολύ, μην καπνίζετε στο χώρο του μουσείου, και απενεργοποιήστε τα κινητά σας πριν το ταξίδι σας στην ατελείωτη έντυπη σάτιρα της χώρας.



Αυτή η αφίσα θα υπάρχει στην **είσοδο** του μουσείου, δίπλα από την πόρτα, με σκοπό να εισαγάγει τον επισκέπτη στο χαρακτήρα του μουσείου, προ της εισόδου του σε αυτό.

Αίθουσα υποδοχής θα υπάρχει πέρα από το εισαγωγικό βίντεο περί του σκίτσου, θα υπάρχει και αυτό:

Στην Ελλάδα, η **πρώτη απόπειρα δημιουργίας ταινίας** «τύπου Μίκυ Μάους» όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται, **καταγράφεται στην ιταλοκρατούμενη Σίφνο το 1942** από τον **Σταμάτη Πολενάκη** και είχε τίτλο «**Ο Ντούτσε αφηγείται**». Είναι η πρώτη ταινία κινουμένων σχεδίων με την ιδιόμορφη τεχνική papier de coupe.

(βίντεο)



2. Το πρώτο εισαγωγικό κείμενο προ έκθεσης¹

Κατά την περίοδο της [Αντιβασιλείας 1832-1835](#), και τη [Βασιλεία του Όθωνος 1835-1862](#), παρατηρείται μια **γενικευμένη τάση γελοιοποίησης των πάντων**. Ίσως γιατί, το γέλιο του λαού έρχεται να εκφράσει μια μεγάλη **διάψευση προσδοκιών** που έτρεφε για τον νεαρό βασιλιά και για το μέλλον της χώρας.

Εκείνη την περίοδο, δεν γνωρίζουμε πότε ακριβώς, **ζωγραφίζεται και το πρώτο σατυρικό σκίτσο που κριτικάρει την αυστηρότητα της Αντιβασιλείας**. Δημιουργός της είναι ο λαϊκός καλλιτέχνης [Παναγιώτης Ζωγράφος](#) και εμπνευστής της ο **κουμπάρος του Όθωνος**, [Στρατηγός Μακρυγιάννης](#). Η ζωγραφιά ονομάζεται «**Αληθεία**». Απεικονίζει τον Αντιβασιλέα Άρμανσπεργκ να αφαιρεί από την κόρη - Ελλάδα την καρδιά της. Όμως, η δύναμη της οπτικής αλληγορίας γίνεται αμέσως αντιληπτή από τους δημιουργούς. **Ο Μακρυγιάννης την καταστρέφει, φοβούμενος την εκδίκηση του Άρμανσπεργκ.**

Έτσι ξεκινά η οπτική σάτιρα στην Ελλάδα. Γεννιέται για να διαμαρτυρηθεί ενάντια στην **πολιτική αδικία**. Θα χρησιμοποιήσει την εικόνα και τη δύναμη της για να εκφράσει ή και ξεσηκώσει το λαό. Οι ίδιοι οι δημιουργοί της, ο ένας ήρωας του πολέμου και ο άλλος απλός καθημερινός άνθρωπος, αυτό-λογοκρίνονται και καταστρέφουν το έργο τους. Αυτά θα είναι και τα χαρακτηριστικά που μάλλον θα μείνουν αναλλοίωτα μέσα στην νέο-ελληνική ιστορία. Από τότε, **όσα δεν μπορούν να ειπωθούν, σχεδιάζονται, και όσα δεν μπορούν να ανατραπούν με όπλα, υπονομεύονται**. Αλλά οι εξουσιαστές αυτού του τύπου **δεν** θα είναι συνήθως οι ήρωες του ούτε μέρος του λαού.

Είναι ένας **μικρός εκθεσιακός προθάλαμος χώρος μετά το δωμάτιο του γενικού εισαγωγικού κειμένου**. Θεωρείται ο μικρός πρόλογος του εκθεσιακού σεναρίου. Επειδή είναι επιθυμητή η επιλεκτική και όχι η αναγκαστική ανάγνωση των ιστορικών κειμένων, οι πιο πολλές ιστορικές πληροφορίες είναι κρυμμένες σαν παραπομπή από την [wikipedia](#) και όποιος θέλει να τις μελετήσει, μπορεί να πιέσει την παραπομπή και να τη διαβάσει μέσα σε ένα πτυσσόμενο συρτάρι.

¹Τα κείμενα γράφτηκαν με βάση τους (Παπαδανιήλ2000) και (Σαπρανίδης2001).

3. Η αρχή αφήγησης του μουσείου²

Τα έργα αυτής της περιόδου θεωρούνται «προϊστορία» της έντυπης ελληνικής σάτιρας. Θα βρίσκονται στον ίδιο μικρό προ-θάλαμο έκθεσης με την προηγούμενη εκθεσιακή ενότητα, σε επόμενο stand. Εφόσον υπάρχει πολύ δημοσιογραφικό υλικό, θα παρατίθεται μαζί με το έκθεμα, (άρθρο ή εξώφυλλο εφημερίδας).

3.α. εισαγωγικό κείμενο Θαλάμου

Κατά την Οθωνική περίοδο 1832-1864 και κυρίως την περίοδο της Αντιβασιλείας 1832-1835 η απογοήτευση ενός μέρους του λαού που ξεσηκώθηκε εναντίον ενός κατακτητή για να αποκτήσει την ελευθερία του, για να έχει ξανά ξένο διοικητή, τον οδηγεί σε μια γενική αποδοκιμασία και κοροϊδία των πάντων. Έτσι, την περίοδο 1848-1853 εμφανίζονται σατυρικά περιοδικά «μετά εικόνες», πρωτόγονης απεικονιστικής ικανότητας όπως η «Τρακατρούκα», το «Φως», η «Βόμβα». Εν αντιθέσει με τον επίσημο δημοσιογραφικό Τύπο της εποχής, δεν ασχολούνται τόσο με το Ανατολικό Ζήτημα όσο με τα τρία κόμματα, «αγγλικό», «γαλλικό» και «ρωσικό». Δηλαδή δεν ασχολούνται με την προπαγάνδα της εξωτερικής πολιτικής, αλλά με τα θέματα διοίκησης και εσωτερικής πολιτικής, της λεγόμενης «ξενοκρατίας». Αυτά τα έντυπα θέτουν τις βάσεις της νεοελληνικής γελοιογραφίας μαζί με πολλούς πρωτοπόρους εκδότες και καλλιτέχνες. Οι εκδότες τους έχουν την αίσθηση αυτής της διαφορετικότητας και ελεύθερο-τροπίας τους: στο πρωτοσέλιδο της «Βόμβας» ο εκδότης, στέλνει μήνυμα προς πάσα κατεύθυνση: «**Ο Τύπος είναι ελεύθερος και η λογοκρισία δεν επιτρέπεται**»

3.β. οι σημαντικότερες σατυρικές εφημερίδες της εποχής

Η «Τρακατρούκα» είναι η πρώτη εφημερίδα που δημοσιεύει πολιτικές γελοιογραφίες, από τον Σεπτέμβριο του 1848 μέχρι και τον Ιούνιο του 1853. Οι γελοιογραφίες αυτές, είναι χαραγμένες στο ξύλο από τους πρώτους αποφοίτους της ξυλογραφίας στο «Βασιλικόν Σχολείων των Τεχνών» συνοδευόμενες από κείμενο, αλλά ανυπόγραφες. Οι φιγούρες είναι ζωόμορφες, πλαγιομετωπικές, άκομφες που μοιάζουν στον Καραγκιόζη. Τα αισθητικά αποτελέσματα είναι ανεπιτυχή. Ο λόγος; στόχος τους είναι η εξύβριση όσων θεωρούνται προδότες και καταχραστές του δημοσίου χρήματος. Ο εκδότης και υπεύθυνος σύνταξης είναι ο Νικόλαος Μπύλλερ, ο οποίος στήριζε το καθεστώς του Όθωνος, και αντιπολιτευόταν το ρωσικό κόμμα. Κάτι αξιοσημείωτο: ο Μπύλλερ είναι αυτός που σκαρώνει ένα ποίημα για την εκδίωξη του Όθωνα, που έμεινε στη λαϊκή μνήμη για πολύ καιρό. Μόλις το 1894 «Το Άστυ», θα αποκαλύψει τον στιχουργό.

Εν μία νυκτί και μόνη,
αντιστάσεως μη ούσης,
έθραυσαν αρειμανίως,
τους φανούς της πρωτενούσης.

Κι ως τότε οι Αθηναίοι,
τον πολύν Θεμιστοκλέα
εξεδίωξαν και ούτοι,
τον απόντα βασιλέα. (πολύν= κάποτε)

² Οι πληροφορίες των κειμένων είναι από (Σαπρανίδης2001), (Παπαδανιήλ2000) και (Λούβη2011)

το ξέρες ότι: Η «Τρακατρούκα» θα μείνει στη λαϊκή μνήμη της εποχής και για τον χαρακτήρα του «Φαταούλα» που χρησιμοποιεί συχνά, ως μοτίβο, ξεκινώντας από τον **Αύγουστο του 1849**. Ο Φαταούλας συμβολίζει τους εργολάβους, τους καταχραστές του δημοσίου χρήματος, τους ανώτερους υπαλλήλους και τους κοινοβουλευτικούς παράγοντες που εισπράττουν και καταβροχθίζουν δίχως να φορολογούνται. Δεν είναι τυχαίο, ότι αυτό το μοτίβο συνεχίστηκε χρόνια αργότερα, και αποτυπώθηκε και στον κινηματογράφο το 1952, με τον Μίμη Φωτόπουλο: <https://www.youtube.com/watch?v=ZZvYZ5U96ml>



(βίντεο και αφίσα)



Το «Φως» είναι από τις μακροβιότερες εφημερίδες (1860-1877) πολιτικού και σατυρικού χαρακτήρα, που κριτικάρε συνεχώς το τον Όθωνα και αργότερα την **κυβέρνηση Μιαούλη**. Για αυτό το λόγο, οι **κατασχέσεις** της ήταν φαινόμενο συχνό, και η **φυλάκιση του εκδότη** της Σοφοκλή Καρύδη, το ίδιο. Το σύνθημα της ήταν «**Δεύτε λάβετε φως**». Θεωρούσε τον εαυτό της διαφωτιστικό όργανο, και εμπνεόταν από την **Μεγάλη Ιδέα**. Το «Φως» για πρώτη φορά παρουσιάζει το σκίτσο ως βινιέτα, και έβαλε τα λόγια από πάνω, με τη μορφή χειρόγραφης λεζάντας. Στηλίτευε την ξеноμανία, την υποκρισία και το ψέμα των πολιτικών. Το χιούμορ του δεν άφηνε έξω, ούτε και τον εαυτό του: «**και ο δεινάς και ο τάδες είναι όλοι μασκαράδες. Κι ο συντάκτης του «Φωτός», μασκαράς είναι κι αυτός**».

Το ξέρες ότι: Ένας από τους συνεργάτες του Καρύδη, μαζί με τους Σουρή, Βερβέρη κ.α. υπήρξε και ο Παναγιώτης Πηγαδιώτης δηλαδή, ο μετέπειτα εκδότης του «Αριστοφάνη». Μιας εφημερίδας που ξεκίνησε ο Καρύδης, αλλά συνέχισε μετά την διακοπή συνεργασίας τους ο Πηγαδιώτης. Αυτό το γεγονός προκάλεσε έντονη αντιπαράθεση μεταξύ τους και προσωπική, και εκδοτική και σατυρική!



3.γ. Οι μοναχικοί πρωτοπόροι της έντυπης σάτιρας

Ένας ζωγράφος, υπάλληλος της Αρχαιολογικής Εταιρείας, ο **Αθανάσιος Ιατρίδης** (1799-1866) μοιάζει να διάγει την ζωή του Ονορέ Ντωμιέ αλλά αντεστραμμένα. **Η ζωγραφική του, αρχίζει και χάνει την αρχική της υπόσταση και γίνεται οπτική μαρτυρία των αδικιών που βλέπει, και άρα, πικρής κοροϊδίας.** Χαρακτηριστικό παράδειγμα, «**Το Μαρτύριο της Γάτας**»

όπου ενώ φαινομενικά απεικονίζεται ένας βασανισμός μιας γυναίκας από χωροφύλακες, το σχόλιο που συνοδεύει «**Συνταγματική εφαρμογή νόμου, ευδοκία Όθωνος, άθλα εκτελεστικής εξουσίας**» περιορίζει τις πιθανές αναγνώσεις του σχεδίου, δίνοντας του σαφές μήνυμα.



Γνωστός για τα αντί-οθωνικά του αισθήματα, ήταν και ο **Στέφανος Ξένος** (1821-1893), που έχοντας και την αγγλική εμπειρία και γνωρίζοντας την γελοιογραφική σχολή του Punch, εξελίσσει την πολιτική σάτιρα με τον «**Βρετανικό Αστήρ**». Οι γελοιογραφίες του επικεντρώνονται στην εξευτελισμό όσων μετείχαν στη συκοφαντία ενάντια στον πρόξενο πατέρα του στη Σμύρνη Θεόδωρο Ξένο, καθώς και στην **σφοδρή κριτική της εξωτερικής πολιτικής της Ρωσίας** την οποία συνήθως παρουσιάζει ως μια μεγάλη αρκούδα που θέλει να καλοπιιάσει την νεαρή και άπειρη Ελλάδα. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι πεθαίνοντας το 1894, δωρίζει τη συλλογή με πρωτότυπα αλλά και εξαιρετικά αντίγραφα πινάκων ζωγραφικής, που αποτέλεσαν τον πυρήνα της μετέπειτα Εθνικής Πινακοθήκης.



Περί **Βόμβας** δεν ξέρουμε πολλά. Σώζονται μόνο 7 τεύχη του **1849** και από την Τρακατρούκα πληροφορούμαστε ότι εκδότης της ήταν κάποιος Κυρίτσης ή «Βασδαμπόμπας». Στο λογότυπο της Βόμβας, διακηρυσσόταν. «**Ο τύπος είναι ελεύθερος και η λογοκρισία δεν επιτρέπεται**»

3.δ. Εισαγωγικό κείμενο για το επόμενο δωμάτιο- εκθεσιακό χώρο³

Η Επανάσταση του 1862 αποτέλεσε έναυσμα για τον σατιρικό Τύπο. Η έντεχνη σάτιρα καθιερώνεται σταδιακά και σημαντικοί αρθρογράφοι και ποιητές κάνουν την εμφάνισή τους στον ελληνικό Τύπο, με αποτέλεσμα **την απογείωση της αστικής γελοιογραφίας και την ωρίμανση αλλά και εκλέπτυνση του στοχευμένου σατυρικού ελέγχου**. Αυτή θα έρθει με τον Ασμοδαίο και τον Νέο Αριστοφάνη.

Ο Παναγιώτης Πηγαδιώτης, που εξέδιδε από το 1871 τον Αριστοφάνη, ανακοινώνει το Σεπτέμβρη του 1885 την έναρξη της κυκλοφορίας του Νέου Αριστοφάνη με σκοπό να αντιπαλευνεί το ύφος και τη τεχνική του Άννινου. Για να το καταφέρει αυτό ο Πηγαδιώτης στέλνει τα σκίτσα του στον Augusto Grossi στην Μπολόνια που τα τύπωνε έγχρωμα poster. Ο Νέος Αριστοφάνης έχει λαϊκό χαρακτήρα, η σάτιρα του είναι τραχιά και έντονη εν αντιθέσει με το εκλεπτυσμένο, αστικό χιούμορ του Ασμοδαίου που εκδίδεται ήδη από το 1875 από τους Θέμο Άννινο και Εμμανουήλ Ροΐδη. Ο Ασμοδαίος το 1885 μετονομάζεται σε Σατιρικόν Άστν για να δείξει τη ξεκάθαρη αστική του αισθητική. Το 1890 γίνεται το Άστν.

Αυτές οι εφημερίδες θα κυριαρχήσουν στα τέλη του 19^{ου} αιώνα θα καθορίσουν την αισθητική και τεχνική της τέχνης της γελοιογραφίας για πολλά χρόνια. Θα εκφράσουν την εποχή τους με τον πιο εκφραστικό τρόπο. Τη Μεγάλη Ιδέα, τα ασύστολα δάνεια, το «Δυστυχώς επτωχεύσαμεν», τη μεταμόρφωση της Αθήνας από κωμόπολη 200.000 σε πρωτεύουσα κράτους, το μασκάρωμα του Αθηναίου σε Ευρωπαίο και θα γνωρίσουν μεγάλη επιτυχία λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης και του συνεχή αλφαριθμητισμού του λαού.

Εκείνη την περίοδο ξεχωρίζει όχι τόσο για το κείμενο αλλά για την άψογη τεχνική του ο Δημήτριος Γαλάνης. **Ήδη από τα 15 του πληρώνεται και μάλιστα αδρά για τα σκίτσα του στην εφημερίδα Ακρόπολις. Το 1899 κερδίζει σε διαγωνισμό σκίτσου της παρισινής εφημερίδας Le Journal και σπουδάζει στη Σχολή Καλών Τεχνών του Παρισιού**. Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο εγκαταλείπει τη γελοιογραφία και ασχολείται αποκλειστικά με τη ζωγραφική. Το 1945 γίνεται μέλος της Ακαδημίας Καλών Τεχνών του Παρισιού όπου και διδάσκει.

³ Τα κείμενα έχουν γραφτεί με βάση τους (Ταμπακέας1995,2-5) (Σαπρανίδη2001,106-161) (Παπαδανιήλ2000,89-101) και (Καστρίτη2014)

4. Μία σημαντική ιστορική στιγμή. Το σύνταγμα του 1843⁴

«Αι μεταβολαί της Τρίτης Σεπτεμβρίου 1843» γελοιογραφία δημοσιευμένη το 1856 από τον Στέφανο Ξένο, δείχνει τον έλληνα με δύο πρόσωπα μετά την συνταγματική «αλλαγή» του 1843. Ενώ φαίνεται ευχαριστημένος από τα δικαιώματα που αποκτά από το Σύνταγμα, (ισονομία, εγγύηση ατομικής ελευθερίας, ελευθερία του τύπου, δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι) ...



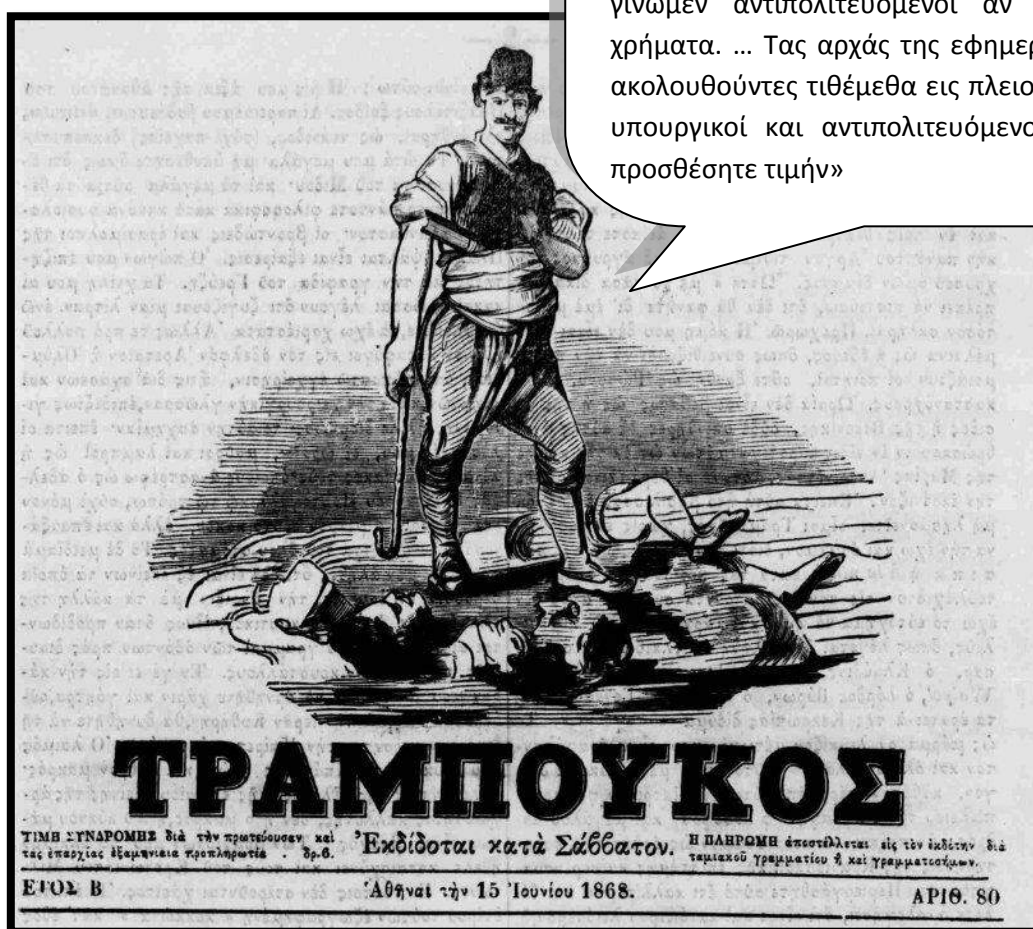
...με μια προσεχτική ματιά όμως, και αν κοιταχτεί το σκίτσο ανάποδα, φαίνεται ο έλληνας οργισμένος από τον εμπαιγμό του Όθωνα. Το Σύνταγμα που του παραχώρησε το 1844 ήταν συντηρητικό και απολυταρχικό, όπου Βουλή, νομοθετική και δικαστική εξουσία υπάγονται στις εντολές του Βασιλιά...

Οι αναδιπλασμοί στην γελοιογραφία, δηλαδή να έχει ένα αντικείμενο δύο όψεις, όπως η παραπάνω γελοιογραφία, μας αναγκάζουν να ξανασκεφτούμε αυτά που θεωρούσαμε ως δεδομένα! Αυτό το τρυκ της «μαγικής διπλής εικόνας» σε όλη την Ευρώπη, έδινε έναν άλλο τρόπο συμμετοχής στο χιούμορ του γελοιογράφου.

⁴ Συγγραφή κειμένων (Σβορώνος1994,82-83). Εύρεση σκίτσου (Σαπρανίδης2001,59). Ανάλυση του (Σκαρπέλος2015)

5. Πότε εμφανίστηκε στην Ελλάδα η λέξη...Τραμπούκος;⁵

Τραμπούκος ήταν το όνομα σατυρικής εφημερίδας (1866-1869). Μία από τόσες που κυκλοφορούσαν τότε.... Ο Εμμανουήλ Ροΐδης μας κατηγορούσε για χρηματοδότηση από πολιτικά κόμματα. Πράγματι, σε ένα φύλλο μας (κοροϊδευτικά...;) γράφαμε: : «Ημπορούμεν να γίνωμεν υπουργικοί [κυβερνητικοί] αν πληρωθώμεν, δυνάμεθα να γίνωμεν αντιπολιτευόμενοι αν μας μετρήσωσι χρήματα. ... Τας αρχάς της εφημεριδογραφίας μας ακολουθούντες τιθέμεθα εις πλειοδοσίαν. Αδελφοί υπουργικοί και αντιπολιτευόμενοι, σπεύσατε να προσθέσητε τιμήν»



Προτείνουμε αυτό το έκθεμα να είναι κάπως **απομακρυσμένο** από τα υπόλοιπα, να μην ανήκει σε καμιά θεματική ενότητα και να υπάρχει σε ένα σημείο όπου θα τραβά απλά την **προσοχή** των επισκεπτών (π.χ. διάδρομος προς την καφετέρια, σκάλες κτλ)

⁵ Για το κείμενο και το σκίτσο πληροφορίες από το (Σαπρανίδης2001,83)

6. Ξεκίνημα βασικού κορμού έκθεσης. Ο τίτλος της

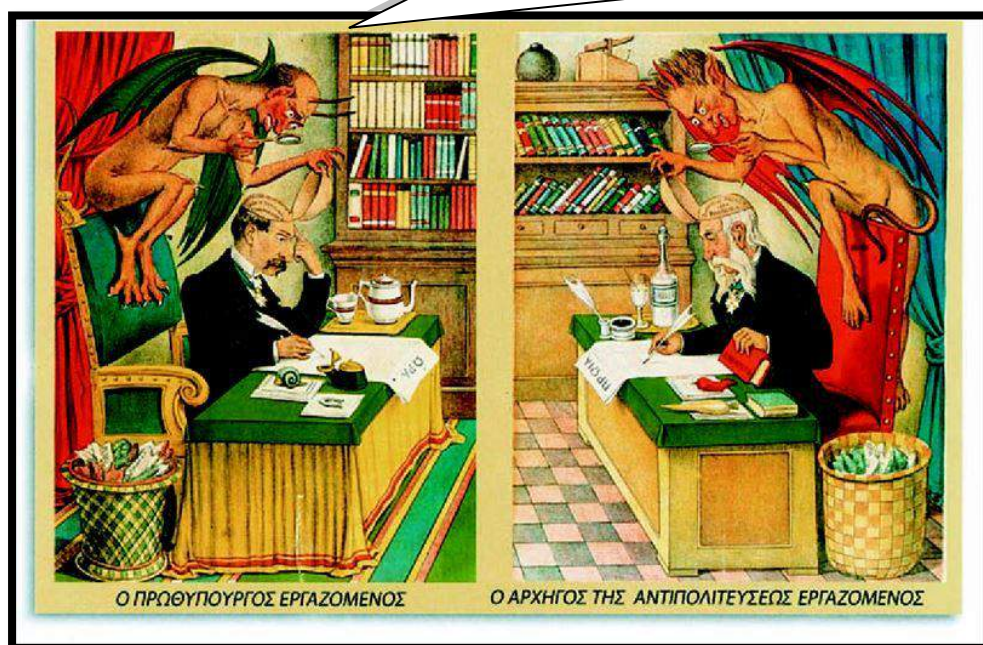
Προτείνεται ο τίτλος της θεματικής να αιωρείται στο ταβάνι του χώρου, σε μορφή στέρεου μακρόστενου σεντονιού, που να θυμίζει το λευκό κενό ανάμεσα στις βινιέτες των κόμικ. Θα είναι τρισδιάστατο, από συμπιεσμένο χαρτόνι, ή διογκωμένη πολυστερίνη. Έτσι, θα γίνεται αντιληπτός και από κάθε επισκέπτη.

Η περίοδος του έντονου δικομματισμού: Τρικούπης Vs Δηλιγιάννη

Το ξεκίνημα της αστικής, ακαδημαϊκής γελοιογραφίας. Νέος Αριστοφάνης, Ασμοδαίος

6.α. Η τέχνη της γελοιογραφίας απογειώνεται⁶

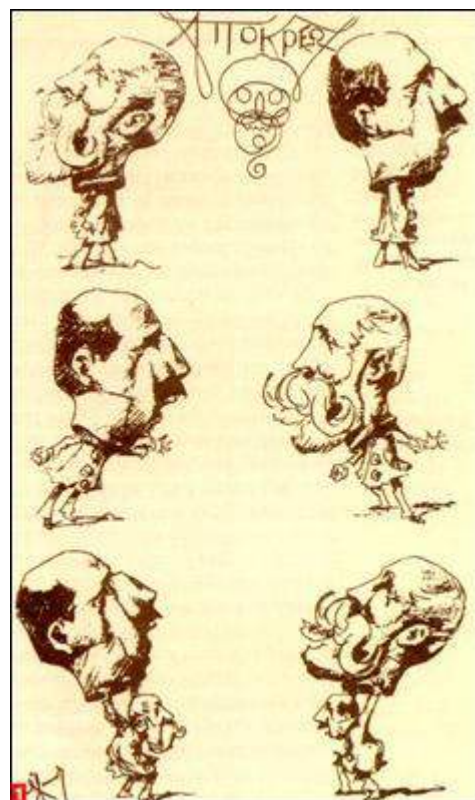
Ο Νέος Αριστοφάνης, (22 Φλεβάρη 1890), σατιρίζει τον δικομματισμό αλλά και την δημοσιογραφική τακτική της εποχής. Ο πρωθυπουργός Τρικούπης συντάσσει την εφημερίδα «Ωρα» που ο γελοιογράφος θεωρεί φιλοκυβερνητική, ενώ με τον ίδιο τρόπο και ο αρχηγός της αξιωματικής αντιπολίτευσης Δηλιγιάννης συντάσσει την εφημερίδα «Πρωία», αντιπολιτευόμενη

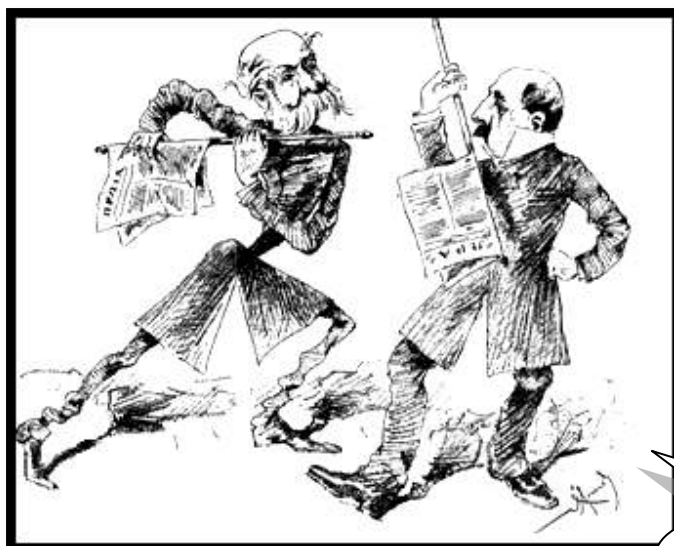


⁶ Για την ιστορική περίοδο (Σβορώνος1994,100-105), (Δερτιλής2005,441-477) και (Hering2008,402-442). Εύρεση σκίτσων από (Δερτιλής2005,εικόνα53), (Σαπρανίδης2001, 132) και από την ιστοσελίδα <http://mikros-romios.gr> του Μουσείου της Πόλεως της Αθήνας.

Μέσα στο κεφάλι του [Τρικούπη](#) (1832-1896), ο ένας διάβολος διαβάζει: «**Φορολογικά Νομοσχέδια, Δάνεια, Βασιλική Επιχορήγηση**» ενώ ο άλλος διαβάζει στο κεφάλι του [Δηλιγιάννη](#) (1824-1905): «**Οικονομία. Μεγάλη Ιδέα. Φιλοπατρία**». Πολύ επιγραμματικά, ο γελοιογράφος εντοπίζει αυτά που θεωρεί άσχημα στην πολιτική των δύο πολιτικών ανδρών, κατηγορώντας και τους δύο μαζί, δείχνοντας τους παρόμοιους. Ο μεν Τρικούπης κατηγορείται για την αυστηρή **φορολογία**, για τα δάνεια που ζητά με σκοπό τον εκσυγχρονισμό της χώρας και άρα, τη **διόγκωση του εξωτερικού χρέους**, και για την **ανοχή** που δείχνει προς τη σπάταλη ζωή της βασιλικής οικογένειας και τις συχνές απουσίες του Γεωργίου στο εξωτερικό, τις επισκέψεις του στα καμαρίνια της διάσημης ηθοποιού [Σάρα Μπερνάρ](#). Ο Δηλιγιάννης από την άλλη, επικεντρώνει την **λαϊκιστική ρητορική** του στην απελευθέρωση των αλύτρωτων ελληνικών εδαφών, χωρίς κατάλληλη στρατιωτική προετοιμασία. Παρασύρει τη χώρα στον [Ατυχή Πόλεμο του 1897](#) που καταλήγει σε **ταπεινωτική ήττα** από την Τουρκία και ακόμα πιο ταπεινωτική σχέση με τις Μεγάλες Ευρωπαϊκές Δυνάμεις, από τις οποίες ζητά δάνεια για να αποδώσει τις πολεμικές αποζημιώσεις.

Η περίοδος χαρακτηρίζεται από το φαινόμενο του έντονου δικομματισμού με πρωταγωνιστές τους δύο πολιτικούς αρχηγούς και αντιπάλους. Ο γελοιογράφος δεν φαίνεται να είναι οπαδός κανενός από τους δύο. Ένεκα αποκρίας, παρουσιάζει τη διαρκή εναλλαγή τους στην εξουσία σαν μάσκες. **Οι δυο όμοιες φιγούρες, όταν αντικρίζονται, έκπληκτες, δεν μπορούν να πιστέψουν ότι φοράν η μια την μάσκα της άλλης...** Ο Τρικούπης ανέλαβε συνολικά επτά φορές την κυβέρνηση της χώρας και ο Δηλιγιάννης τέσσερις.

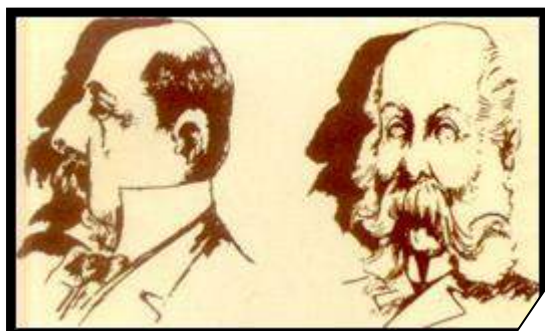




Οι γελοιογραφίες της εποχής, είναι κατά βάση δίχως μπαλονάκια, αλλά με πολύ παραστατικά σχέδια. Αποσκοπούν στην πλήρη κατανόηση των μηνυμάτων τους, από το αναλφάβητο κοινό, που ήταν και η πλειοψηφία.

Άλλη μια φορά, η διαμάχη τους γίνεται με τη βοήθεια των εφημερίδων που τους υποστηρίζουν. Εφημερίδα το **Άστυ**, δημοτικές εκλογές 1887.

Το φαινόμενο του δικομματισμού δεν είναι νέο στην Ελλάδα. Από το 1880 και έπειτα, στην Ελλάδα κυριαρχούν δύο μεγάλα πολιτικά κόμματα: του μεσαίου, αστικού χώρου (Τρικούπης) και των παραδοσιακών τζακιών. Στην πραγματικότητα, τα κόμματα αυτά, δεν είναι γραφειοκρατικές συγκεντρωτικές οργανώσεις **αλλά απλές ενώσεις βουλευτών που συσπειρώνονται γύρω από το πρόσωπο του ηγέτη**. Παράλληλα, το **Στέμμα** συνεχώς, επεμβαίνει συνεχώς στην πολιτική σκηνή της χώρας, ακυρώνοντας έτσι τις λειτουργίες του κοινοβουλευτικού πολιτεύματος. Αρχικά αρχηγοί των κομμάτων οι Τρικούπης-Κουμουνδούρος, και με τον θάνατο του δεύτερου το 1883, κυριαρχεί το δίπολο Τρικούπης-Δηλιγιάννης. Η πρώτη κυβέρνηση Τρικούπη διαρκεί μόνο 5 μήνες και 18 μέρες, και μέχρι και το 1895 μοιράζεται την εξουσία με τον Δηλιγιάννη. Στις εκλογές αυτής της χρονιάς τα δύο κόμματα, καταλαμβάνουν μαζί το 92,2 % των εδρών του κοινοβουλίου. **Είναι η περίοδος του μεγάλου δικομματισμού, και της μεγάλης πόλωσης στη χώρα.**



το πρόσεξες: Η σκιά κάθε φιγούρας είναι αυτή του αντιπάλου' η μύτη της σκιάς του Δηλιγιάννη στη σκιά της έχει την κυρτότητα που οι γελοιογράφοι συνήθιζαν να τονίζουν στη μύτη του Τρικούπη. Ευφύεστατα τίθεται το ζήτημα του δικομματισμού **δίχως μία λέξη!**

Τη δεκαετία 1890 ο Τρικούπης περνάει νόμο που έθετε ορισμένες προϋποθέσεις για διορισμό σε δημόσια θέση και παρείχε εγγυήσεις νομιμότητας σε όσους υπαλλήλους διορίζονταν με βάση τα προσόντα τους... τον ανατρέπει ο Δηλιγιάννης το 1896 για να μπορεί να απολύει τρικουπικούς και να διορίζει δικούς του, έστω και προσωρινά...

Από το Άστυ, στις δημοτικές εκλογές του 1887, αναζητούν υποψήφιους με το ...φανάρι, αποτέλεσμα μάλλον της πόλωσης που έχουν δημιουργήσει...



Ενώ ο Θέμος Άννινος στον Ασμοδαίο, βλέπει αυτή την εναλλαγή ως μια τραμπάλα: ο Κουμουνδούρος με υποστηρικτικό τον Δηλιγιάννη, δεν μπορεί να ισορροπήσει το βάρος του Τρικούπη. Ο Ασμοδαίος, όντας αστικής αισθητικής και νοοτροπίας, αποστρεφόταν τον λαϊκισμό του Δηλιγιάννη.



Στην ταινία «**Ανθισμένη Αμυγδαλιά**» που διαδραματίζεται στην Πλάκα του 1880 επί Χαριλάου Τρικούπη. ο καφετζής κυρ Παναγιώτης, (Νίκος Σταυρίδης) ασκεί κριτική στην οικονομική πολιτική της κυβέρνησης για τους νέους φόρους που επιβάλλει. Κάνει τα παράπονα του στον Γεώργιο Δροσίνη (Ανδρέας Μπάρκουλης) Δηλώνει ότι σιχάθηκε πλέον τις κυβερνητικές εφημερίδες, ενώ συνεχώς χρησιμοποιεί την αγαπημένη έκφραση των ελλήνων πολιτών «**Με κάνεις εμένα μια μέρα πρωθυπουργό;**», που από τότε θα γίνει και σλόγκαν.



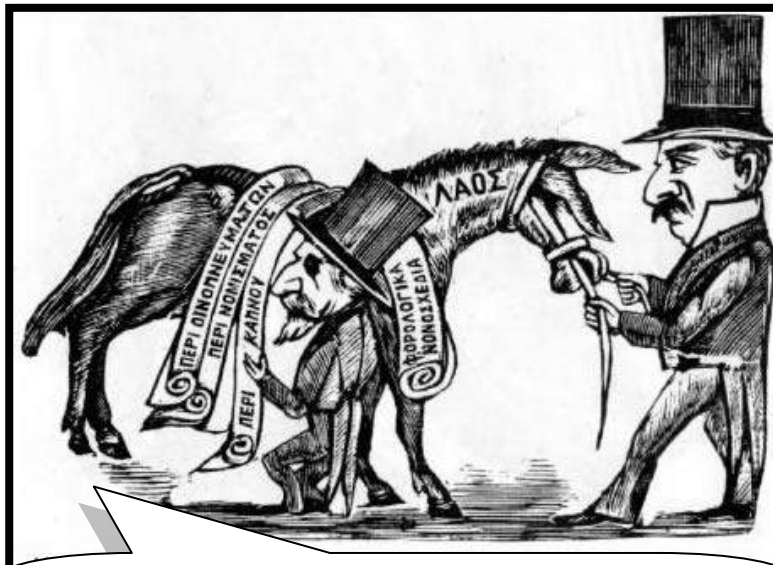
<https://www.youtube.com/watch?v=tlx4tXgTDE> (βίντεο)

7. Θεματική και όχι χρονολογική εκθεσιακή υπό-ενότητα⁷

7.α. Ο πρώτος τίτλος της

Α. Όταν οι φόροι είναι ασήκωτοι, ο λαόςμουλαρώνει!

7.β. Τα εκθέματα συνοδεία κειμένων. Πρώτη προθήκη



«Ο Καλλιγιάς και ο Τρικούπης φορτώνουν τον λαό», α
Νοέμβρης 1883.

Ο **Ζωομορφισμός** χρησιμοποιείται ήδη από την αρχαιότητα για να εξυπηρετεί λειτουργικά μόνο την κωμωδία, δανείζοντας τις ιδιότητες των ζώων που αναπαριστά στα πρόσωπα που διακωμωδεί.

ο Πάυλος Καλλιγιάς (1814-1896) εκείνη την περίοδο, ήταν διοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος

⁷ Για τη συγγραφή των κειμένων (Δερτιλής2005,571-585/364/582-583). Για την εύρεση του γελοιογραφικού υλικού (Καστρίτη2015), (Λούβη2011) και (Δερτιλής2005,571-585). Για την οπτική ανάλυση των σκίτσων (Σαπρανίδης2001,16).



«Τα αποτελέσματα των φόρων του Τρικούπη» από τον Νέο Αριστοφάνη, 28 Νοέμβρη 1887.

Ο τύπος της εποχής διαλαλούσε: (Παλιγγενεσία 1/5/1893): «**Πρέπει να ελαφρυνθούν οι έμμεσοι φόροι! Πρέπει να καταργηθούν οι δασμοί! Ο λαός εγρονάτισε!**». Ο Κουμανούδης παρατηρεί ότι λόγω της τόσης επιβολής φόρων, δημιουργήθηκαν πολλές καινούργιες λέξεις από τον Τύπο της εποχής: 1886 «φοροτόκος κυβέρνησις», Ακρόπολις. 1887: «φορομανής», Εφημερίς. 1888: «φορολογομανία», Ραμπαγάς. 1892: «φοροδανειομανία, Παλιγγενεσία. 1892: «φορομανικός», Ακρόπολις και Καιροί. 1892: «φορομπήχτρα κυβέρνησις» Άστυ



«Γερμανοεβραίοι προς τον αυτοκράτορα των. Έλα να μας βοηθήσεις να πάρωμεν το ψοφήμι και ό,τι δεν μας ανήκει ακόμα»

Νέος Αριστοφάνης,
26 Νοεμβρίου 1894

Μετά το «Δυστυχώς, επτωχεύσαμεν» του Χαριλάου Τρικούπη στις 19 Δεκεμβρίου του 1893 στην ομιλία του στη Βουλή, η κυβέρνηση εξουσιοδοτείται να διαπραγματευτεί με τους δανειστές τους όρους του πτωχευτικού συμβιβασμού. Τον Μάη του 1894 φτάνουν στην Αθήνα, και έτσι ξεκινούν οι διαπραγματεύσεις τις οποίες οι σατυρικές εφημερίδες θεωρούν σκληρές και άδικες. Ο Νέος Αριστοφάνης σατιρίζει τους σκληρούς και άπληστους τραπεζίτες που συμμετέχουν στη χορήγηση των δανείων. Είναι οι τραπεζίτες της Κωνσταντινούπολης, που ζητούν την βοήθεια από τον αυτοκράτορα Γουλιέλμο να πάρουν κι άλλα. Στην αρχή των διαπραγματεύσεων, οι αντιπρόσωποι Νταφ (Αγγλία), Ορνστέιν (Γαλλία) και Στάεβι (Γερμανία) ζητούσαν 35% τόκο, αύξηση του σε περίπτωση βελτίωσης των έγγειων εσόδων (χαρτόσημο, φόρος καπνού, άλατος, πετρελαίου, πυρείων, παιγνιόχαρτων



(Θεοτόκης): «Τώρα τον
...ξαλάφρωσα», του
Φωκίων Δημητριάδη.

Ο Γεώργιος Θεοτόκης (1844-1916) διετέλεσε τέσσερις φορές πρωθυπουργός της χώρας. Ήταν παππούς του Γεωργίου Ράλλη, υπήρξε σημαντικός πολιτικός. Η πολιτική του συνεισφορά υποτιμήθηκε, επειδή είχε την ατυχία να κληρονομήσει ερείπια κυρίως από την κυβέρνηση Δηλιγιάννη και Ζαΐμη, και επειδή τον επισκίαζε η προσωπικότητα του Βενιζέλου. Την περίοδο του Διεθνούς Οικονομικού Ελέγχου, δεν είχε πολλά περιθώρια πρωτοβουλίας για οικονομική ελάφρυνση πράγμα που επικρίνει και ο μεγάλος γελοιογράφος Φωκίων Δημητριάδης.

Ανά καιρούς στο ελληνικό κράτος η **φορολογία λειτουργούσε ως αντικίνητρο οικονομικής ανάπτυξης αντί του αντιθέτου όπως θα έπρεπε**. Πολλές φορές, οι νόμοι που ίσχυαν ήταν πεπαλαιωμένοι και αναχρονιστικοί. Ένα παράδειγμα ήταν **ο φόρος της δεκάτης**, κατάλοιπο της προκαπιταλιστικής οθωμανικής οικονομίας. Σύμφωνα με αυτό το φόρο, **το ένα δέκατο της συνολικής ετήσιας αγροτικής παραγωγής ανήκε στην Οθωμανικής εξουσίας** και δινόταν στον τοπικό εκπρόσωπο της. Ο φόρος αυτός που εξαντλούσε τα πλεονάσματα της αγροτικής οικονομίας και ήταν αποτρεπτικός για επενδύσεις, καταργήθηκε ως άδικος το **1880** στα σιτηρά αλλά όχι για την ελαιοπαραγωγή. Αντικαταστάθηκε από έναν επίσης αναχρονιστικό **φόρο επί των αροτριών κτηνών** που υπολογιζόταν με βάση τον αριθμό των βοδιών και των αλόγων. Ο φόρος αυτός είχε καταργηθεί στην Ιταλία ήδη από τον 15^ο αιώνα (!) άφηνε τους μεγαλοκτηματίες της Θεσσαλίας αφορολόγητους. **Ήταν μια επιλογή σύμφωνη με την τακτική της Τρικουπικής κυβέρνησης που αύξανε τους έμμεσους φόρους και όχι αυτούς επί του εισοδήματος.**

Το 1880 ο **Συγγρός** σε κοινοβουλευτική του αγόρευση λέει «εγώ, κύριοι, είμαι σχεδόν αφορολόγητος». Πράγματι, στα τέλη του 19^{ου} αιώνα στην Ελλάδα η αστική τάξη πλήρωνε ελάχιστους φόρους επί του εισοδήματος της. Το σύνθημα του Δηλιγιάννη ήταν «Κάτω οι φόροι» απευθυνόταν στους μικροαστούς και φτωχούς των πόλεων αλλά ουδέποτε έγινε πράξη. Ούτε εκείνος, ούτε κανείς άλλος φορολόγησαν ποτέ τους μεγαλοαστούς, παρά μόνο σπασμωδικά «όσο διαρκούν τα εαρινά ία» όπως έλεγε ο **Ροϊδης**.

Η υπερφορολόγηση θα εμπνεύσει φυσικά και το **Γεώργιο Σουρή**. Είναι σίχτοι, όπως και οι πιο πολλοί του Σουρή άλλωστε, που δεν θα πάψουν να εμπνέουν την ελληνική σάτιρα. **Και γιατί είναι διαχρονικοί αλλά και γιατί τα θέματα τους δεν έχουν αλλάξει...**



https://www.youtube.com/watch?v=_KcEyNjEbHI (βίντεο)

8. Η σύνδεση δύο ιστορικών περιόδων. Ο πρώτος τίτλος⁸

**Τα Ιουλιανά (15 Ιούλη 1965) = η Αποστασία
χορεύοντας μπoσα-νόβα προς το τέλος της δημοκρατίας (21 Απρίλη 1967)**

Η **σκηνογραφική λογική** της εκθεσιακής αυτής μονάδας είναι να συνδέσει δύο ιστορικά γεγονότα, τα Ιουλιανά με την Χούντα. Για αυτό και προτείνεται να είναι στημένες η μία απέναντι από την άλλη με πρώτη στη μουσειακή διαδρομή τα Ιουλιανά αφού προηγούνται χρονικά. Τα κείμενα των Ιουλιανών θα οδηγούν σε αυτά της Χούντας, έτσι ώστε να δημιουργείται **σεναριακή σύνδεση** μεταξύ τους και η μετάβαση του επισκέπτη από τη μία στην άλλη να σημαίνει ιστορική μετάβαση.

8.α.Εισαγωγικό μέρος της εκθεσιακής μονάδας

Επειδή αυτή η ιστορική περίοδος είναι ιδιαίτερα περίπλοκη, είναι απαραίτητη μια εισαγωγή γύρω από τα σημαντικά γεγονότα που οδήγησαν σε αυτή. Μπορεί αυτό το μέρος αντί για εισαγωγή της μονάδας αυτής, να είναι η

Ο Βασίλης Χριστοδούλου σχεδιάζει τους Μαρκεζίνη και Κανελλόπουλο, αρχηγοί πλέον της αντιπολίτευσης μετά τη νίκη στις εκλογές του 1963 του Γεωργίου Παπανδρέου, να αλληλοσυγχαίρονται. Μαζί τους φαίνεται χαμογελαστός ο Κωνσταντίνος Τσάτσος.

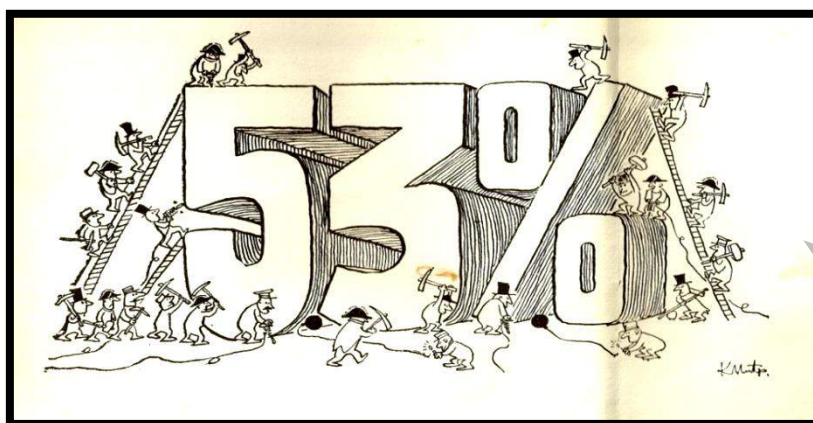
Ο Κωνσταντίνος Τσάτσος το 1959 ήταν υπουργός στην κυβέρνηση Καραμανλή. Παρέστη σε παράσταση στο Ηρώδειο, στις Όρνιθες του Αριστοφάνη με σκηνοθεσία του Καρόλου Κουν. Μετά την παράσταση, εξοργισμένος επέπληξε τη διεύθυνση του φεστιβάλ και ζήτησε την διακοπή των επόμενων παραστάσεων. Ο λόγος ήταν ότι ο Κουν είχε βάλει τους ιερείς να μιλούν στους θεούς, ντυμένοι ως ορθόδοξοι ιερείς. Ξεκίνησε τότε μία μεγάλη συζήτηση περί ερμηνείας των αρχαίων κειμένων. Από τότε η γελοιογραφία τον συνοδεύει πάντα με μία κότα.



⁸ Για κείμενα (Μητρόπουλος2014,48-57), (Meynaud2002,380-395), (Σβορώνος1994,150-153) (Παπαϊωάννου2008,105-119/82-97) και (Σκιαδόπουλος1998). Για τα σκίτσα (Μητρόπουλος2014,48-57) η ιστοσελίδα του συγγραφέα και μελετητή Νίκου Σαραντάκου <https://sarantakos.wordpress.com/2010/09/10/xristod>

8.β Το πρώτο μέρος της εκθεσιακής ενότητας

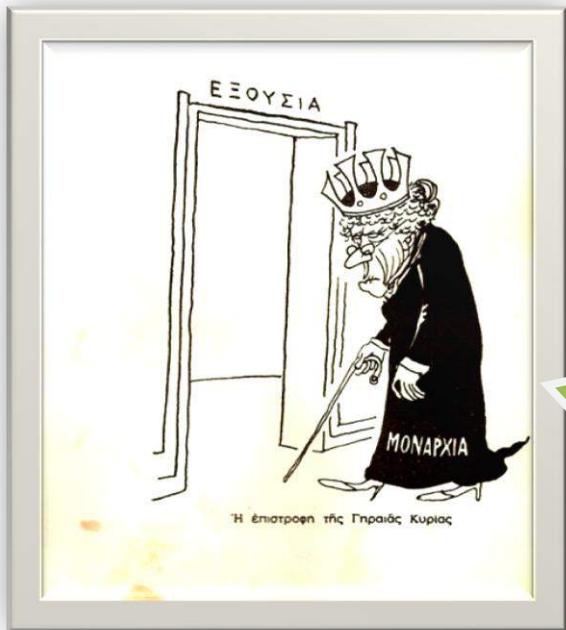
Ιουλιανά είναι τα πολιτικά γεγονότα που τάραξαν τη δημοκρατία της χώρας, το 1965, μήνα Ιούλη, ημέρα Πέμπτη, 15. Εκείνη την ημέρα, και ήδη από το Φλεβάρη του 1964 πρωθυπουργός ήταν ο [Γεώργιος Παπανδρέου](#) (1888-1968) με μια μεγάλη πλειοψηφία του σχεδόν 53 % (για την ακρίβεια 52,72%) και με 171 βουλευτές. Οι εκλογές αυτές, του Φλεβάρη του 1964 είναι και οι τελευταίες που θα γίνουν πριν τη Χούντα.



Οι γελοιογράφοι πολλές φορές διαβλέπουν τον κίνδυνο. Σε αυτό το σκίτσο, ο Κώστας Μητρόπουλος δείχνει πώς μεθοδικά αρχίζει και ροκανίζεται το θριαμβευτικό αυτό ποσοστό.

...Το βράδυ της ίδιας όμως μέρας, ο πρωθυπουργός της χώρας δεν είναι ο ίδιος. Ο [Βασιλιάς Κωνσταντίνος](#) (1940-) δεν έβλεπε με καλό μάτι μια κυβέρνηση από την [Ένωση Κέντρου](#). Την προηγούμενη μέρα, Τετάρτη, 14, ο Πέτρος Γαρουφαλιάς, πρώην-υπουργός Εθνικής Άμυνας, και ο αρχηγός του ΓΕΣ στρατηγός Γεννηματάς είχαν επηρεάσει τον νεαρό μονάρχη ότι ο Παπανδρέου ετοίμαζε πραξικόπημα για να τον εκθρονίσει! **Αφορμή** ήταν η άρνηση του βασιλιά να υπογράψει το Βασιλικό Διάταγμα όπου ζητούσε ο Παπανδρέου να είναι Πρωθυπουργός και ο νέος Υπουργός Άμυνας, μαζί. Η άρνηση αυτή προκάλεσε την αντίδραση και παραίτηση του πρωθυπουργού που επικαλέστηκε συνταγματικό δικαίωμα. Ο Βασιλιάς Κωνσταντίνος πρότεινε στη θέση του πρωθυπουργού, τον πρόεδρο της Βουλής [Γ. Αθανασιάδη-Νόβα](#).

Αυτή η ρήξη δεν ήρθε αναπάντεχα. Είχαν προηγηθεί επιστολές εκατέρωθεν Κωνσταντίνου- Παπανδρέου από 8 με 14 Ιούλη για την υπογραφή του Β. Δ. και μία συνάντηση στην Κέρκυρα, στο ανάκτορο Μον Ρεπό. Πριν τη συνάντηση αυτή, ο πρωθυπουργός Παπανδρέου αποπέμπει τον υπουργό Αμύνης Γαρουφαλιά, όπως παραστατικά δείχνει ο γελοιογράφος Βασίλης Χριστοδούλου. Ενδεχομένως, ένας λόγος να είναι ο ρόλος του Γαρουφαλιά στα αιματηρά γεγονότα του εορτασμού του Γοργοποτάμου και της σχέσης του με τις μυστικές υπηρεσίες.



Η αλληγορία του ίδιου σκιτσογράφου είναι σαφής. «Η επίσκεψης της Γηραιάς Κυρίας» του Ντήρρενματ Φρήντριχ είναι ένα θεατρικό έργο που πραγματεύεται την εξουσία και την απληστία μέσα από το πρόσωπο μιας ζάπλουτης γριάς.

Στο σκίτσο, η Μοναρχία δεν είναι σε επίσκεψη, αλλά επιστρέφει στην εξουσία.

Δίχως να υπάρχει ακόμα έγγραφη παραίτηση της κυβέρνησης, ορκίζεται νέος πρωθυπουργός ο Αθανασιάδης-Νόβας, ο οποίος από τότε ονομάστηκε «κατεψυγμένος πρωθυπουργός» επειδή ήταν έτοιμη η τοποθέτηση του από καιρό. Η διοίκηση της κυβέρνησης ήταν τριμελής, μαζί με τους Ιωάννη Τούμπα και Σταύρο Κωστόπουλο, η οποία στηρίζεται και από την ψήφο του Στέφανου Στεφανόπουλου και Ηλίας Τσιριμώκου. Ο Παπανδρέου ξεσηκώνει τις αντιδράσεις του κόσμου όπου συμμετέχει και η ΕΔΑ. Σε μία από τις συγκρούσεις αυτές στις 21 Ιουλίου δολοφονείται ο 25χρονος φοιτητής Σωτήρης Πέτρουλας.



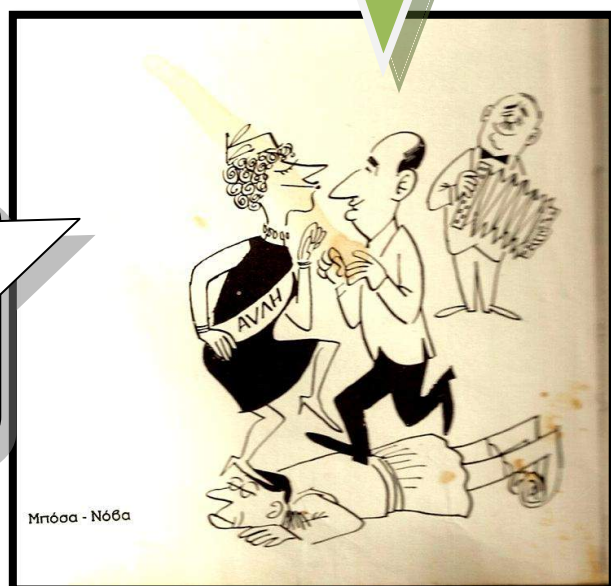
Στις 4 Αυγούστου η κυβέρνηση Νόβα ζητά ψήφο εμπιστοσύνης από τη Βουλή αλλά αποτυγχάνει. Μετά την παραίτηση Νόβα ο βασιλιάς δίνει εντολή στον Στέφανο Στεφανόπουλο και μετά στον Ηλία Τσιριμώκο. Ο τελευταίος, μαζί με τους Στεφανόπουλο, Νόβα και Μητσοτάκη προσπαθούν να βρουν βουλευτές της Ε.Κ. που με την προοπτική της υπουργοποίησης να ψηφίσουν υπέρ. Τελικά, δεν καταφέρνουν να πάρουν ψήφο εμπιστοσύνης ούτε αυτοί, στις 18 του ίδιου μήνα



Ευρυδίκη, ήταν μια γνωστή μάρκα κατεψυγμένων ψαριών.

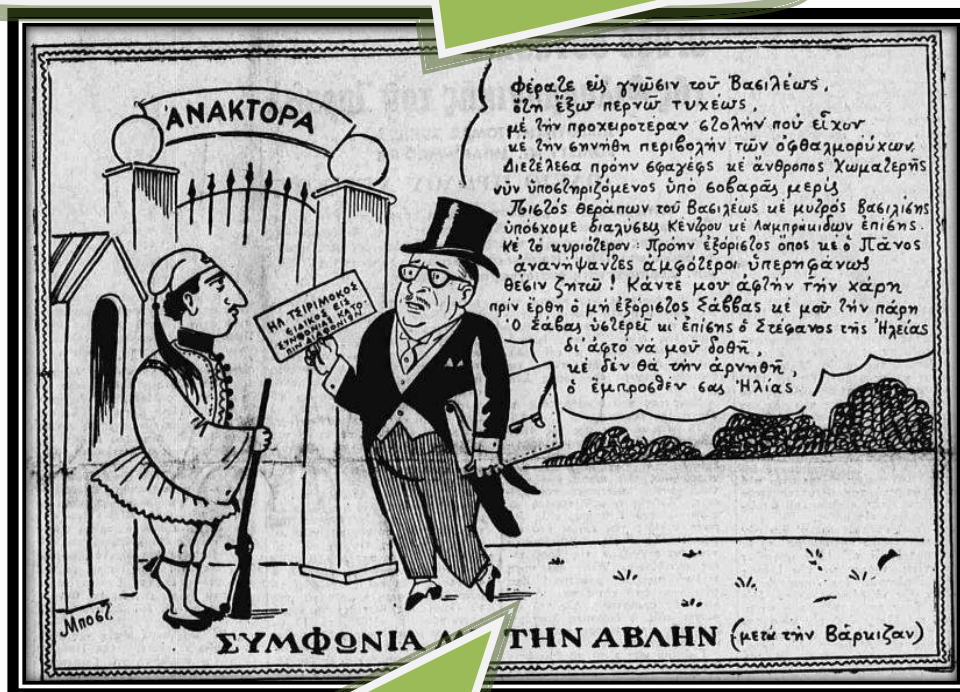
Ο γελοιογράφος επιλέγει το χορό Μπόσα Νόβα για να «παίξει» με το επίθετο του πολιτικού. Επίσης επιλέγει το στίλ του χορού για να καταδείξει τα ζεύγη και παιχνίδια εξουσίας

Ο Κωνσταντίνος Μητσοτάκης φλερτάρει με τα ανάκτορα χορεύοντας μπόσα νόβα. Στο ακορντεόν τους συνοδεύει ο Νόβας. Γελοιογραφία του Κώστα Μητρόπουλου.



Ο Ηλίας Τσιριμώκος ήταν μια μεγάλη απορία για την πολιτική σκηνή της εποχής. Όταν ο Παπανδρέου τον είχε κάνει υπουργό, τον Ιανουάριο του 1965, οι ίδιοι οι βουλευτές της ΕΡΕ που αργότερα τον ψήφισαν ως πρωθυπουργό, εκείνη την περίοδο κατηγορούσαν τον Παπανδρέου ότι έβαζε την ΠΕΕΑ, (Κυβέρνηση του Βουνού) στη Βουλή. Ο ίδιος ο Τσιριμώκος, με αριστερό παρελθόν, είχε την πλέον αναπάντεχη συμπεριφορά. Από τη μια κατηγορούσε δημοσίως τα Ανάκτορα για παρέμβαση και από την άλλη, δέχεται να αναλάβει την πρωθυπουργία.

Οι χαρακτηρισμοί οφθαλμωρύχος, σφαγέας και άνθρωπος της χλωματερής είχαν όντως χρησιμοποιηθεί από εφημερίδες της δεξιάς κατά των ανταρτών, αλλά και κατά του ίδιου του Τσιριμώκου

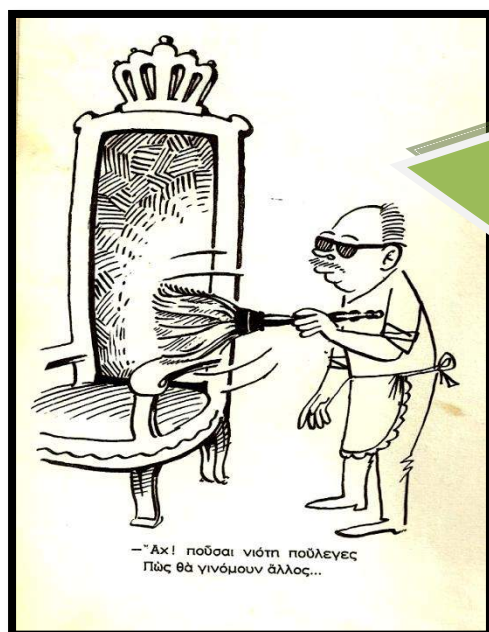
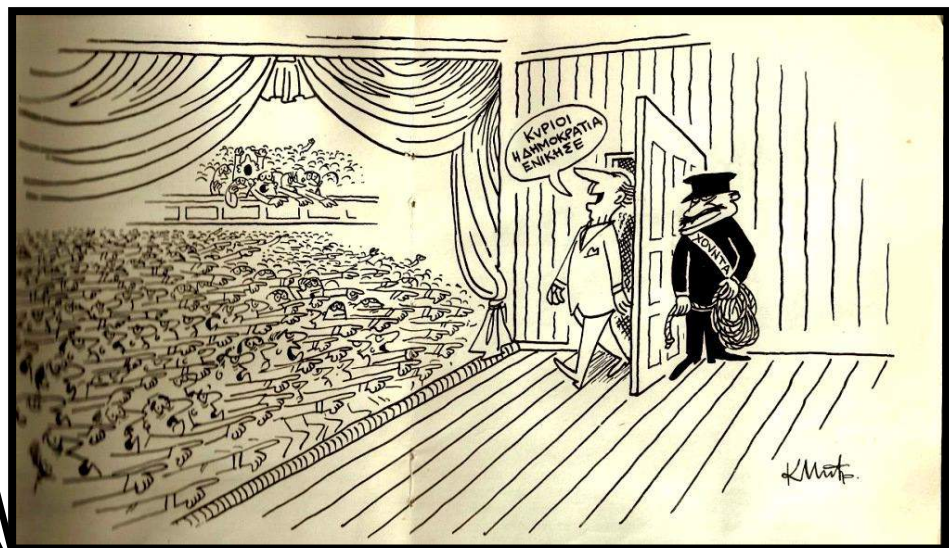


Ο Μποστ με το γνωστό μακροσκελή του λόγο, μεταφέρει εμμέσως το βιογραφικό του σατυριζόμενου άνδρα στο σκίτσο για να δείξει την αντίφαση της πολιτικής στιγμής. Με την ειρωνεία, δείχνοντας τον να περνά τυχαία από τα Ανάκτορα, οξύνει κι άλλο το οξύμωρο γεγονός. Με τον υπαινιγμό, συμφωνία με την Αυλή από τη συμφωνίας της Βάρκιζας, καυτηριάζει επί τη ευκαιρία, κι άλλο γεγονός της πολιτικής του ζωής.

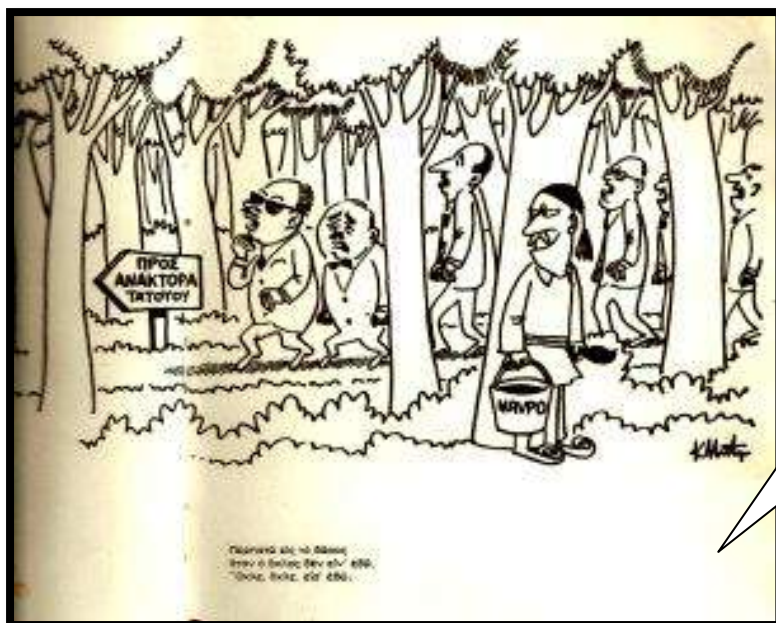
Μετά την αδυναμία κυβέρνησης από τον Τσιριμώκο δίνεται η εντολή στον Στέφανο Στεφανόπουλο. Παίρνει ψήφο εμπιστοσύνης και σχηματίζει κυβέρνηση και με τις ψήφους των βουλευτών του Σ. Μαρκεζίνη. Στην κυβέρνηση συμμετέχουν και οι Τσιριμώκος, Νόβας, Μητσοτάκης. Η κυβέρνηση παραμένει μέχρι το τέλος του 1966 (21^η Δεκέμβρη). Είναι γνωστή ως η κυβέρνηση των αποστατών, κατηγορούμενη ότι αποτελείται από πολιτικούς που κοιτούν το συμφέρον και όχι την ιδεολογία τους. Η χρονιά του 1966 ήταν έντονη και δύσκολη: σεισμοί, απεργίες, διαδηλώσεις και ανατροπή κυβερνήσεως από τον βασιλιά, τον Π. Κανελλόπουλο και τον Παπανδρέου με σκοπό την διεξαγωγή εκλογών. **Η δημοκρατία ήταν πιο εύθραυστη από ποτέ....**

8.γ. Η πρώτη σύνδεση με την επόμενη μονάδα

Οι πολιτικοί της εποχής κυνηγούν τις επιδιώξεις τους. Δεν βλέπουν τους κινδύνους που ελλοχεύουν. Οι γελοιογράφοι όμως και ο λαός **προειδοποιούν**



Ο Σ. Στεφανόπουλος θεωρούνταν άνθρωπος του στέμματος. Ο γελοιογράφος Μητρόπουλος επιλέγει να τον παρουσιάσει να ξεσκονίζει τον βασιλικό θρόνο και να απαγγέλει παράλληλα στίχους του ποιητή Κώστα Βάρναλη από το έργο Σκλάβοι Πολιορκημένοι. Ενδεχομένως με αυτή την αλληγορία να θέλει ο Μητρόπουλος να δείξει την χρήση του Στεφανόπουλου από την αυλή, που τον έκανε πρωθυπουργό αλλά μετά από ένα χρόνο τον ανέτρεψε. Προφανώς θέλει επίσης να δείξει πώς ακόμα και οι μορφωμένοι άνθρωποι γλυκαίνονται από την εξουσία.



Οι πρωταγωνιστές της αποστασίας, ψάχνουν το δρόμο προς τα ανάκτορα αλλά ο λαός παραμονεύει απαντήσει με την ψήφο του



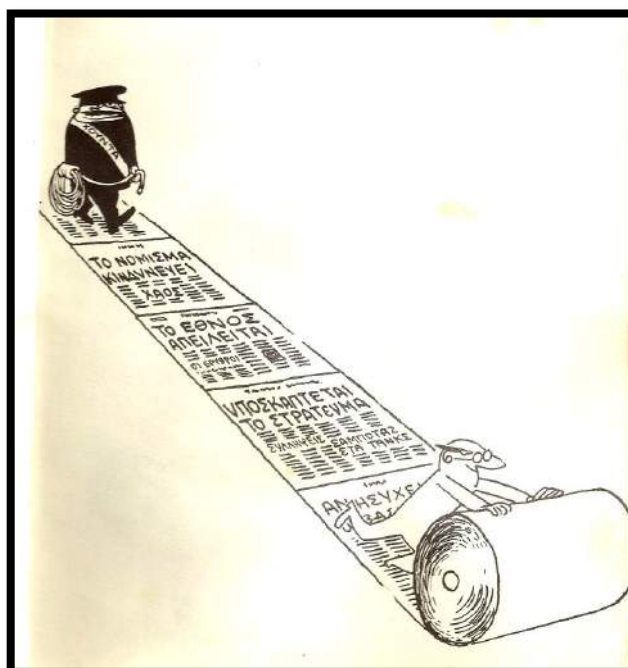
Η ειρωνεία και το μαύρο χιούμορ δεν μπορούν να καλύψουν την ανησυχία που υπήρχε τότε ανάμεσα στον κόσμο για την πολιτική πορεία της χώρας. Οι γελοιογράφοι προειδοποιούσαν. Τους άκουγε κανείς;

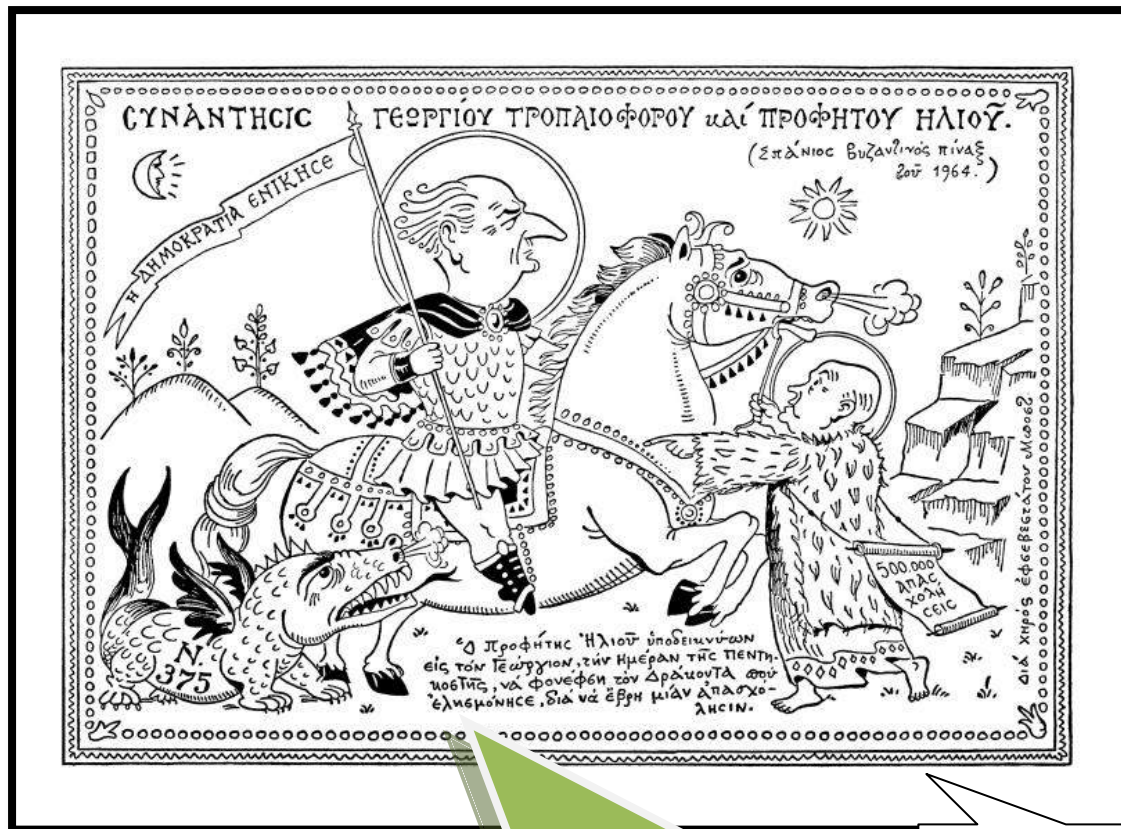


Το προφητικό αυτό σκίτσο σχεδιάστηκε από τον Κώστα Μητρόπουλο ήδη από το 1965!

Είναι σημειολογικά πολύ ενδιαφέρον το γεγονός ότι η «Δημοκρατία» του Μητρόπουλου σε όλες τις γελοιογραφίες είναι μικροκαμωμένη και ποτέ δεν μεγαλώνει. Ούτε μιλάει...

Άλλη μία «προφητική» γελοιογραφία του Κώστα Μητρόπουλου, 1965





Το σκίτσο του Μποστ μοιάζει πολύ με ζωγραφιά του [Θεόφλου](#). Έχει την αυστηρότητα και υπερβατικότητα της βυζαντινής τέχνης και τη ζωντάνια της λαϊκής. Πέρα από σκίτσογράφος ασχολούνταν και με τη ζωγραφική και τη αγιογραφία. Η επίτηδες λανθασμένη καθαρεύουσα των σκίτσων του αποσκοπούσε στην αποδόμηση της

Το 'ξερες ότι; Ο Μποστ όταν ήταν μαθητής έκανε σκίτσα για την μαθητική εφημερίδα «Ο μαθητής» στην οποία έγραφε ο συμμαθητής του [Αλέκος Σακελλάριος](#).

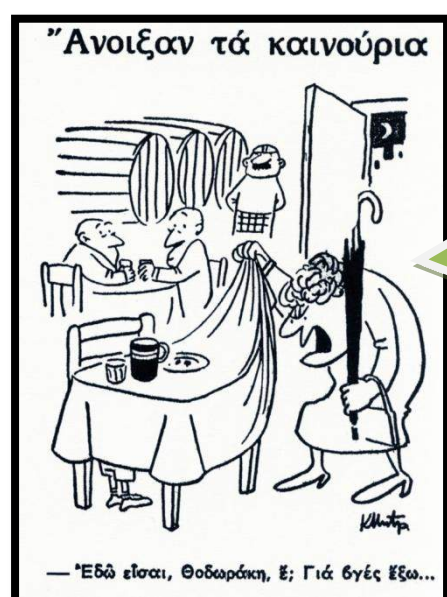
Η Ένωση Κέντρου και η αριστερή ΕΔΑ είχαν μία ιδιότυπη σχέση ιδεολογικής αντιπαλότητας και εκλογικής αλληλο-υποστήριξης. Η ΕΔΑ μετείχε πρώτη φορά στις εκλογές το 1951. Το 1958 το [ΚΚΕ](#) μετέχει στις εκλογές μαζί με την ΕΔΑ διαλύοντας τις παράνομες οργανώσεις του. Αυτή η συνεργασία θα την κάνει αξιωματική αντιπολίτευση με ποσοστό σχεδόν 25%. Το ποσοστό αυτό προκάλεσε ανησυχία στα επιτελεία του «παρακράτους» τα οποίο έθεσε σε εφαρμογή το σχέδιο «Περικλής» με στόχο να την περιορίσει. Το σχέδιο τέθηκε σε εφαρμογή στις εκλογές του 1961. Ήταν οι εκλογές που έμειναν στην ιστορία για [νοθεία](#) και τη [διπλοψηφία](#) (100.000 μόνο στην Αθήνα!) και για την [έντονη βία](#) (700 περιστατικά κακοποίησης πολιτών, 13 απόπειρες δολοφονίας, 850 συλλήψεις). **Γι' αυτό και στις εκλογές του 1964 η ΕΔΑ αποφασίζει να στηρίξει την Ένωση Κέντρου και δεν παρουσιάζει υποψήφιους σε περιφέρειες που δεν είχε ελπίδα να εκλέξει βουλευτή**, διευρύνοντας έτσι την εκλογική νίκη της Ένωσης Κέντρου παρόλο που ο Γεώργιος Παπανδρέου είχε προτιμήσει να παραιτηθεί και να προκηρύξει νέες παρά να κάνει κυβέρνηση συνεργασίας με την ΕΔΑ.

8.γ Το δεύτερο μέρος. Η γελοιογραφία στη Χούντα⁹

Το χαρακτηριστικό της γελοιογραφίας την περίοδο της Χούντας είναι η αστείρευτη εύρεση κόλπων έκφρασης από τους γελοιογράφους λόγω της λογοκρισίας. Λόγω αυτή της προσπάθειας, η γελοιογραφία έχει να επιδείξει μια από τις εξυπνότερες περιόδους δημιουργίας αλλά με λίγα δείγματα. Τα πιο πολλά σκίτσα λογοκρίνονταν και δημοσιεύονταν ποτέ. Αποκορύφωμα αυτής της τακτικής ήταν η λογοκρισία ενός κενού λευκού σκίτσου του ΚΥΡ που είχε μόνο την υπογραφή του.



Ο υπαινιγμός του Κώστα Μητρόπουλου είναι σαφής. Οι συλλήψεις μπορούν να γίνουν παντού και σε ανύποπτο χρόνο.



Ο Μητρόπουλος στα ΝΕΑ χρησιμοποίησε το **μοτίβο** της αυστηρής ελληνίδας μάνας για να υπονοήσει την αίτηση για αποφυλάκιση του Μίκη Θεωδωράκη.

⁹ Πληροφορίες από (Ταμπακέας1995) και (Σολούρ, παράρτημαΑ2015)



Η χούντα ισχυριζόταν και διακήρυξε στην Ελλάδα και στο εξωτερικό πως δεν υπάρχουν πολιτικοί κρατούμενοι, ενώ ήταν γεμάτα τα κρατητήρια της Ασφάλειας, της Ε.Σ.Α. και τα στρατόπεδα συγκέντρωσης στους τόπους εξορίας.

Η πάντα **μικρή** Δημοκρατία είναι θυμωμένη. Το χέρι της εξουσίας που την κρατά είναι αόρατο αλλά υπονοεί μεγάλο σώμα.

Το ίδιο **μικρή** συμβολίζεται και η Κύπρος αλλά, **αθώα**. Ίσως για δεν ξέρει τι την περιμένει. Ίσως γιατί είναι πολύ στο μεταίχμιο Ανατολής-Δύσης



Πικρό σχόλιο για την τύχη της Κύπρου, που το καλοκαίρι του 1974 με υπευθυνότητα της χούντας της Αθήνας και συνενοχή των Η.Π.Α., αλλά και με την ανοχή του ΝΑΤΟ, η Δύση έσπρωξε στο γκρεμό την Κύπρο και την παρέδωσε στην αγκαλιά της Ανατολής (Τουρκίας).

Το έργο του Μητρόπουλου για την εποχή της Χούντας σε προθήκη.



9. Δράσεις, παιχνίδια, μουσείο-συσκευές¹⁰

Θα πραγματοποιούνται στην κεντρική αίθουσα του ισογείου αλλά θα γίνει προσπάθεια να θεωρείται όλο το μουσείο τόπος παιχνιδιού.

Προτείνονται κινητικά ομαδικά παιχνίδια μυστηρίου συνολικής διάρκειας 30-35 λεπτών που απευθύνεται σε ομάδες ηλικιών. Με τις κατάλληλες προσαρμογές μπορούν να απευθυνθούν και σε μικρότερες ή μεγαλύτερες ηλικίες. Ένα παιχνίδι που προτείνεται είναι το «**Λύσε το μυστήριο μαζί τους 3 φίλους**». Οι 3 ήρωες του Στυλιανού Ανεμοδούρα, (**Μικρός Ήρωας, Κατερίνα, Σπίθας**) (Κοσκινάς2014,11), θα καλούν τα παιδιά να βρίσκουν τα μυστήρια που θα έχει δημιουργήσει η εκπαιδευτική ομάδα στο μουσείο. Το παιχνίδι θα είναι κυνήγι θησαυρού. Τα παιδιά θα μοιράζονται σε ομάδες και θα προσπαθούν να συλλέξουν διαβαθμισμένες πληροφορίες όπου η μία θα οδηγεί στην άλλη και τέλος στη λύση του μυστηρίου. **Πηγές πληροφόρησης θα είναι τα σκίτσα** των οποίων το περιεχόμενο θα περιέχει την απάντηση του κάθε μυστηρίου. Με αυτό τον τρόπο, τα παιδιά πέρα από το να διασκεδάζουν και να μαθαίνουν να συνυπάρχουν σε ομάδα θα μαθαίνουν να παρατηρούν και να αναλύουν τα σκίτσα και θα αποτυπώνουν και τις πληροφορίες που αυτές κρύβουν.

Το πρόγραμμα πιστεύουμε ότι μπορεί να παροτρύνει τα παιδιά να γνωρίσουν από κοντά τον κόσμο του κόμικ, τα ιστορικά γεγονότα αλλά και το ίδιο το μουσείο και το χώρο του, με τρόπο βιωματικό.

A)



¹⁰ Πηγές έμπνευσης: Τα φυλλάδια του **Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης** (εκπαιδευτικά προγράμματα2014-2015), του **Μουσείου Νεώτερης Κεραμικής** (εκπαιδευτικά προγράμματα2013-2014), όπως και οι ιστοσελίδες του **American Museum of Natural History** και του **Centre Belge de la Bande Dessinée Belgisch Strip centrum**.

Ήταν στον ιταλικό θρόνο 1900-1946. Η συνεργασία του με τις φασιστικές δυνάμεις τον έκανα αντί-δημοφιλή. Μετά τον πόλεμο, καταργήθηκε με δημοψήφισμα. Το ύψος του ήταν 1,53 για αυτό και το παρατσούκλι "il piccolo". Το 1936 ανακηρύχτηκε Βασιλιάς της Αιθιοπίας και το 1939, της Βασιλιάς τη Αλβανίας. **Μπορείς να τον βρείς;**



Απάντηση: **Vittorio Emanuele III, βασιλιάς της Ιταλίας.** Σκίτσο Κωνσταντίνου Μπέζου¹¹



Β)

«**Γίνε κι εσύ λιθογράφος**». Τύπωσε λιθογραφίες ασπρόμαυρες και χρωμολιθογραφίες όπως και καλλιτέχνες του μουσείου. Μάθε τις τεχνικές της εποχής, δες τι δυσκολίες αντιμετώπιζαν. Οι αφηγήσεις και τα βίντεο θα σε κάνουν να ζήσεις τον 19^ο αιώνα και το πώς επικοινωνούσε. Μάθε την τέχνη από τότε που ξεκίνησε το 1798 από τον [Ζένεφελντερ](#) και το πώς εξελίχθηκε από τον [Τουλούζ Λωτρέκ](#).



¹¹ Πληροφορίες για το κείμενο και σκίτσο από (Καστρίτη2012,48).

Γ) Άλλη εκπαιδευτική δράσης εξοικείωσης με το χώρο του μουσείου και την εμπειρία σε αυτά, είναι για παιδιά 8-12 ετών και μπορεί να λέγεται «**Βράδια στο μουσείο**». Τα παιδιά προσκαλούνται να περάσουν ένα βράδυ τους στο χώρο του μουσείου με την τάξη τους ή με την οικογένεια τους. Πριν



ΜΕΣ ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ
ΕΔΩ ΛΙΛΙΠΟΥΠΟΛΗ (1980)
Στίχοι: Μαριανίνα Κριεζή
Μουσική: Νίκος Κυπουργός

Μες στο μουσείο, μες στο μουσείο
μια μέρα μπήκα με φόρα κι εγώ.
Μη με τραβάτε, μη μου κολάτε
απ' το μουσείο δε θέλω να βγω.

Τρέχω τρέχω μες στα δωμάτια
μ' όλου του κόσμου τους θησαυρούς
που δεν τους χωράει ανθρώπου νους.

Αχ το μουσείο, αχ το μουσείο
φεγγεβολάει σαν άστρο χρυσό.
Δε θέλω μπάλα ούτε τραμπάλα,
δε θέλω ούτε να παίξω κουτσό.

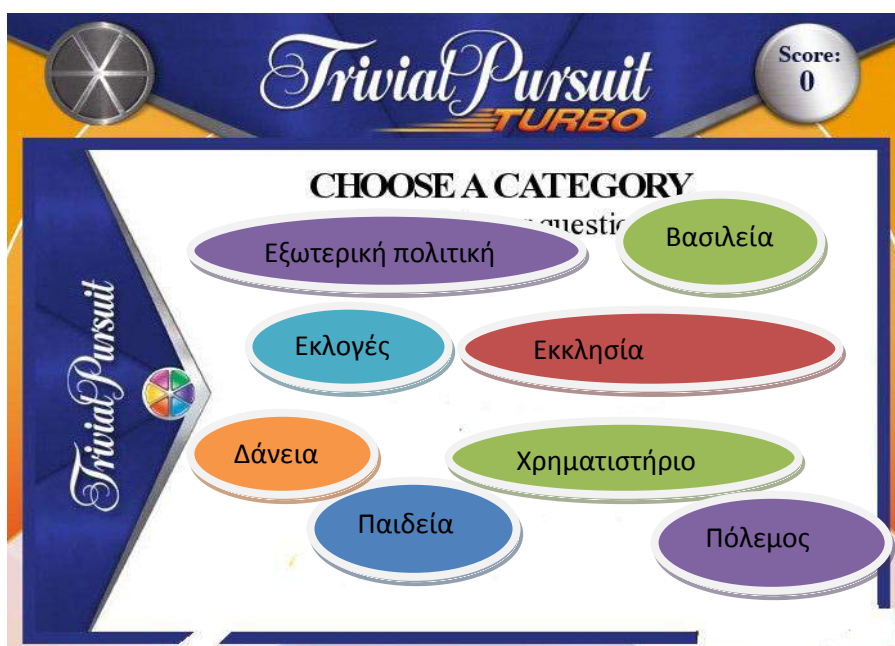
Θέλω, θέλω, θέλω μουσείο
θέλω να βλέπω τους θησαυρούς
που δεν τους χωράει ανθρώπου νους.

Μη με τραβάτε, μη μου κολάτε
απ' το μουσείο δε θέλω να βγω,
μες στο μουσείο, μες στο μουσείο
θέλω να γίνω πορταίτο κι εγώ.

κοιμηθούν, κάνουν δραστηριότητες κυρίως κινητικές, με σκοπό να εξοικειωθούν με το μέρος και να ανακαλύψουν τα ενδιαφέροντα σημεία του. Πρόγραμμα sleepover, πηγή <http://www.amnh.org> American Museum of Natural History.

Ένα τραγούδι που θα μπορεί να ξυπνάει τα παιδιά το πρωί είναι το «**Μέσα στο μουσείο**», από τον δίσκο του Μάνου Χατζιδάκι η «Λιλιπούπολη»

Δ) Το **trivial** είναι επίσης μια ιδέα για την οικογένεια ή την τάξη, με σκοπό να ανακαλέσουν από τη βραχύβια μνήμη τους οι επισκέπτες όλα όσα είδαν. Μπορεί να είναι και διαδικτυακό διευρύνοντας έτσι και την επισκεψιμότητα του μουσείου και τις μαθησιακές δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει. Μπορούν να γίνουν για μεγάλους,



εφήβους, φοιτητές και ομάδες διαδικτυακής εργασίας e-learning με θέματα από την έκθεση (Negri2009,12)

Ε) Η μουσειακή εμπειρία μπορεί να μεταφερθεί και πέρα των φυσικών ορίων του μουσείου με φορητές εκπαιδευτικές. Η σειρά θα ονομάζεται «**Τα πενάκια**» και θα στοχεύει στην **ενασχόληση των παιδιών** με την τέχνη της γελοιογραφίας και με την 9^η τέχνη. Για παράδειγμα, «**Η βαλίτσα του Δημητριάδη**» μπορεί να είναι ένα σετ αποτελούμενο με γνωστές γελοιογραφίες του Φωκίωνα Δημητριάδη, τη ζωή και το έργο του, εξηγήσεις για το στιλ της πέννας του, ανάλυση του ύφους, των θεμάτων και της σημασίας του έργου του και τα απαραίτητα σύνεργα για καλλιτεχνική εργασία. Η συσκευή θα δημιουργηθεί και σε συνεργασία με την Ελληνική Εταιρεία Καλλιτεχνικών Προγραμμάτων Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες **VERY SPECIAL ARTS HELLAS** και να απευθύνεται σε όλα τα άτομα με ειδικές ιδιαιτερότητες (Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης 2013-2014). Θεωρούμε ότι τέτοιου είδους συσκευές ή παιχνίδια για το σπίτι μπορούν να γίνουν και μια αποτελεσματική μέθοδος **έμμεσης διαφήμισης**, πέραν την εκπαιδευτικής τους ταυτότητας.

Μάθε να σκισάρεις με το Φωκίωνα Δημητριάδη!



10. Μερικές σχεδιαστικές προτάσεις

Το μουσείο επιθυμεί να επικοινωνεί με τους επισκέπτες του και με άλλες αισθήσεις πέραν της όρασης. Επίσης, θεωρεί σημαντικό τον παράγοντα της **σωματικής κούρασης** των επισκεπτών. Τέλος, προσπαθεί να αξιοποιήσει όλες τις χωρικές δυνατότητες του κτιρίου, όχι μόνο τον τοίχο.

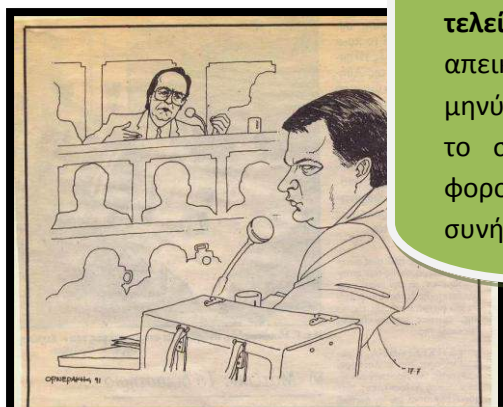
Παρουσιάζουμε λοιπόν, μια σχεδιαστική πρόταση¹² με βάση τις παραπάνω παρατηρήσεις. Μια **συνδυαστική σχεδιαστική πρόταση** εκθεμάτων – κειμένων όπου αυτά απεικονίζονται πάνω στις 6 πλευρές ενός **τριδιάστατου κύβου**. Ο κύβος, είτε από σκληρό χαρτόνι είτε από plexiglass είναι τοποθετημένος δίπλα στα καθίσματα ανάπαυλας. Έτσι το διαβάζει άνετα και σχολαστικά ο επισκέπτης μαζί με την παρέα του ή και με άλλους επισκέπτες. Υπάρχει ένας μηχανισμός στο εσωτερικό του κύβου που **αφηγείται ακουστικά** τα κείμενα και ενεργοποιείται με την **αφή**. Θεωρείται στοιχείο απαραίτητο για τα άτομα που έχουν προβλήματα όρασης. Για τον ίδιο λόγο, τα κείμενα να είναι γραμμένα με τη μέθοδο **Braille** και τα σκίτσα είναι **ανάγλυφα**. Οι κύβοι θα παρουσιάζουν τη ζωή, την τεχνική και ένα ή δύο αντιπροσωπευτικά έργα σκισσογράφων. Τα κείμενα του κύβου θα είναι γραμμένα με τον ίδιο ύφος και τεχνικές που προτείνονται στο αντίστοιχο κεφάλαιο.

10. α. Κύβος Ορνεράκη



Η μία πλευρά του κύβου έχει προσωπογραφία σχεδιασμένη από τον ίδιο τον καλλιτέχνη. Η άλλη τη βιογραφία του. Η τρίτη το ήξερες ότι; μαζί με το σκίτσο του Κωσκοτά. Η τέταρτη και πέμπτη έχουν το μπαλονάκι για το ύφος του και χαρακτηριστικά σκίτσα. Η έκτη το σκίτσο με το γιό του και την ιστορική επεξήγηση.

¹² Για τη ζωή και το έργο του, καθώς και για τα ιστορικά γεγονότα που αναφέρονται, πηγές ήταν η Λέσχη Ελλήνων Γελοιογράφων <http://www.cartoonists.gr>, το διαδικτυακό περιοδικό Ω3 <http://www.os3.gr>, η επίσημη ιστοσελίδα της Σχολής Ορνεράκη <http://www.ornarakis.gr/schoolofart> και (Παπαδανιήλ2000,187-189). Για την ιδέα του κύβου (Κωνσταντίνος2008,35)



Χαρακτηριστικό των σκίτσων του είναι το λεπτομερές και φινό **τελείωμα** των γραμμών. Όσα σημεία δεν τον ενδιαφέρουν τα απεικονίζει αφαιρετικά. Αποτέλεσμα; Σαφήνεια, αμεσότητα μηνύματος. Ζωντάνια του μηνύματος. Εκφράζεται μέσα από το σκισσάρισμα καθημερινών ανθρώπων. Οι ήρωες του φορούν τραγιάσκες, τιράντες, τρύπια παντελόνια. Έχουν συνήθως έκφραση απορίας και άγχους μπροστά στην

Το ξέρες ότι; Τα σκίτσα του είναι ιστορικές μαρτυρίες σαν τις ανταποκρίσεις των ρεπόρτερ. Το 1975 καταγράφει τις Δίκες της Χούντας (ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ). Το ίδιο το 1991 στην Δίκη Κοσκωτά (ΤΑ ΝΕΑ) και στη Δίκη της 17 Νοέμβρη 2003. Τις μαρτυρίες του μεταφέρει στο βιβλίο «*Το χρονικό της μεγάλης δίκης*». Τα σκίτσα του, συνοδεύει δημοσιογραφικού κειμένου, θεωρούνται καταγραφή-ντοκουμέντο



Ο Σπύρος Ορνεράκης γεννήθηκε το 1942 στα Χανιά Κρήτης. Είναι πιο γνωστός ως **πολιτικός γελοιογράφος**. Ξεκίνησε το επαγγελματικό σκίτσο το 1972 στο περιοδικό ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ. Έκτοτε, συνεργάζεται με σημαντικές πολιτικές εφημερίδες ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, ΝΕΑ, ΒΗΜΑ, ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ κ.α. Ωστόσο, έχει διακριθεί σε πολλούς καλλιτεχνικούς τομείς, όπως η σκηνογραφία, ενδυματολογία, γραφιστική, ενώ η μεγάλη του αγάπη είναι η **ζωγραφική**. Είναι ο ιδρυτής (1997) της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών Ορ.νερ.ακης.

Στις 8 Δεκέμβρη του 1974 διεξήχθη Δημοψήφισμα για την μορφή του πολιτεύματος. Το αποτέλεσμα ήταν υπέρ της Αβασίλευτης Δημοκρατίας 69,2%. Το σκίτσο αυτό έγινε σύμβολο του αντιβασιλικού αγώνα της εποχής. Ο γελοιογράφος δεν φανταζόταν όταν σχεδίαζε τον γιο του να ουρεί τη βασιλική κορόνα ότι θα γινόταν σήμα κατατεθέν της εποχής.



10.β. Κύβος Χριστοδούλου



«Δεν μπόρεσα να κάνω λεφτά, επειδή δούλευα συνεχώς», είχε πει αστειευόμενος στην τελευταία τηλεοπτική του εμφάνιση, από τη σειρά της ΕΤ-1 «Έλληνες γελοιογράφοι»

Το ξέρεις ότι: Ο Γεώργιος Παπανδρέου, ο Παναγιώτης Κανελλόπουλος, ο Σπύρος Μαρκεζίνης έτρεφαν για εκείνον αισθήματα αγάπης και εκτίμησης, ενώ διατηρούσαν στο αρχείο τους πλήθος γελοιογραφιών του, όπου τους σατίριζε συχνά με καυστικό τρόπο - χωρίς όμως ποτέ να ξεφύγει από τα όρια της καλόπιστης, εύθυμης κριτικής

Το ξέρεις ότι: Τιμήθηκε από τον πρώην πρόεδρο της Δημοκρατίας Κάρολο Παπούλια, για το εντυπωσιακό σε όγκο και αξεπέραστο σε χιούμορ έργο του



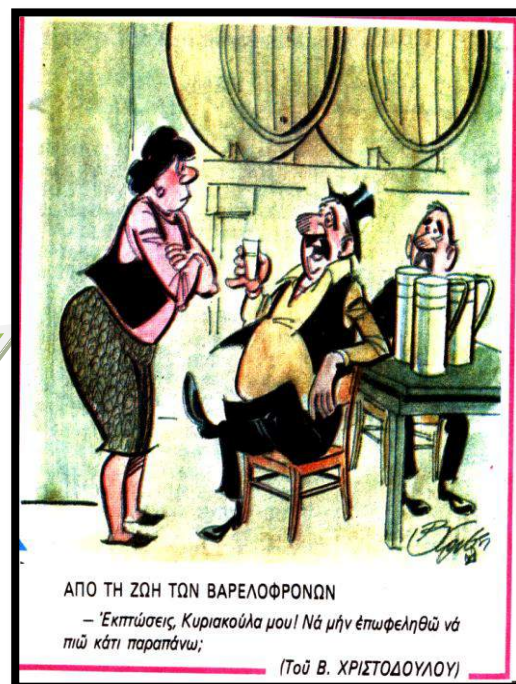
Το δημοψήφισμα του 1973 (29 Ιουλίου) ήταν το δεύτερο από τα δύο νόθα δημοψηφίσματα της Χούντας των Συνταγματαρχών. Σκοπός ήταν η κατάργηση της μοναρχίας και η εκλογή προέδρου και αντιπροέδρου Δημοκρατίας του Γεωργίου Παπαδόπουλου και του Οδυσσέα Αγγελή, αντίστοιχα. Αυτό που επιδίωκαν ήταν περαιτέρω εδραίωση τους στην εξουσία και με λαϊκή, υποτίθεται, εντολή. Το πλασματικό αποτέλεσμα ήταν υπέρ 77,52%. Ο Χριστοδούλου όσο πλησίαζε η 29^η Ιουλίου τόσο περισσότερο σκίτσαρε υπέρ του όχι, αλλά εις μάτην.

Πολλές φορές στις γελοιογραφίες του «μίλαγε» μέσα από κρητικές μαντινάδες ή από τραγούδια της εποχής. Έτσι, ήταν άμεση και σκωπτική η ομιλία του όπως και η λαϊκή παράδοση.

Βραδυνή, 21/07/73

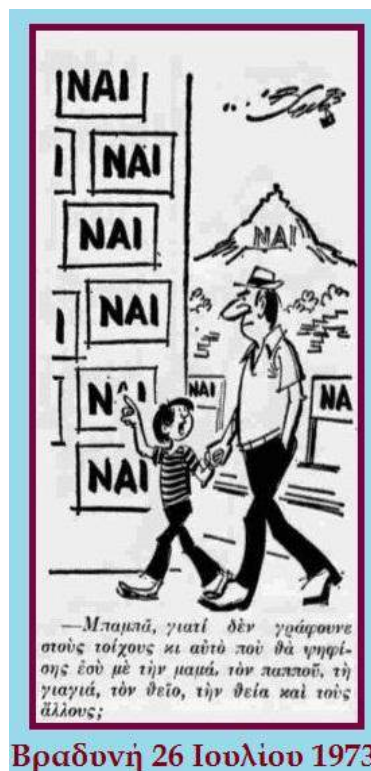


Ἡρωες του ἦταν απλοί, καθημερινοὶ ἄνθρωποι, τα ἤθη καὶ ἡ νοοτροπία τῆς ἐποχῆς ([Βαρελόφρονες](#) μαζί με τον [Αρχέλαο](#)). Τα σκίτσα του, αυθεντικά, απλοϊκά, γήινα, εἶναι λαογραφικὲς μαρτυρίες τῆς μεταπολεμικῆς Ελλάδας που προσπαθεῖ νὰ γελάσει. Ἰδίως οἱ Βαρελόφρονες μποροῦν νὰ θεωρηθοῦν ὡς λαογραφικὴ μαρτυρία ἐποχῆς.





Βραδυνή, 26/07/73



Βραδυνή 26 Ιουλίου 1973

¹³ Πληροφορίες για το έργο και τη ζωή και υλικό του Βασίλη Χριστοδούλου από περιοδικό Ω3 (Μαλανδράκης, 2001) (Σαπρανίδης, 2001, 522-523) Για το δημοψήφισμα, από το Εθνικό Οπτικοακουστικό Αρχείο <http://mam.avarchive.gr> από Τα Νέα <http://www.tanea.gr> «Η άνοδος και η πτώση της Χούντας των Συνταγματαρχών 1967-1974».

11. Το διαφημιστικό φυλλάδιο- εξωτερικό του μουσείου.



Στα πλαίσια μιας θεωρητικής πρότασης δεν είναι δυνατό να σχεδιαστεί η πρόσοψη ενός νεοκλασικού κτιρίου. Για αυτό το λόγο, η γράφουσα προσέτρεξε στην τέχνη να της λύσει τα χέρια. Ο παρακάτω πίνακας λέγεται «**Λαϊκό σπίτι με γύπες**» αναπαριστά ένα κτίριο του 1880 περίπου και εκτέθηκε στο Μουσείο Μπενάκη στα πλαίσια της έκθεσης «**Η νεοκλασική Αθήνα του Παύλου Μυλωνά, σχέδιο αποτυπώσεων 1941-1955**». <http://www.rizospastis.gr/story.do?id=324841>

Προτείνουμε να είναι το **ενημερωτικό φυλλάδιο** του μουσείου καθώς και η εικόνα που θα εμφανίζεται στο επίσημο **site** του μουσείου, όπου κάθε παράθυρο και σκίτσο θα είναι ένα link με πληροφορίες, αρχειακό υλικό και ευκαιρίες διαδικτυακής περιήγησης στο μουσείο.

12. Απόπειρα σχεδιασμού κάτοψης ισογείου και πάνω ορόφου

Όπου:

Διαχωριστικά

καθίσματα

Εκθέματα επιτοίχια

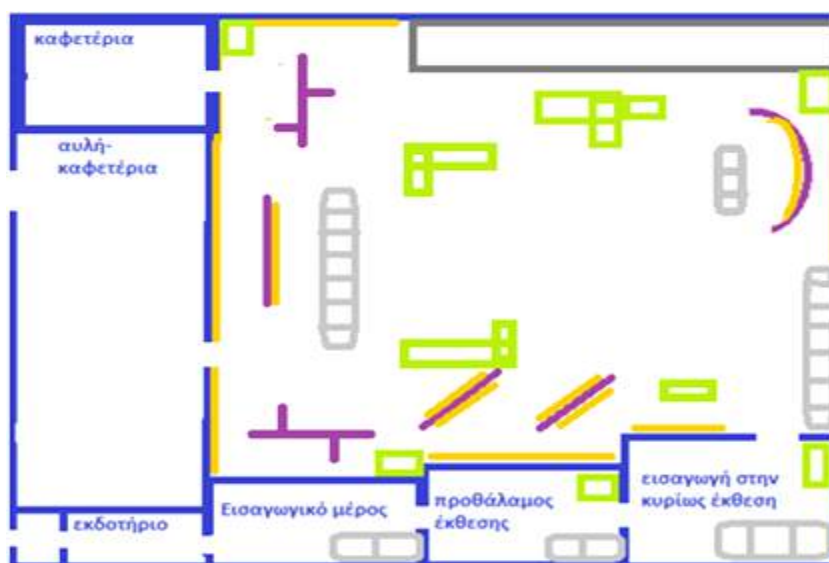
Σκάλες

προθήκες

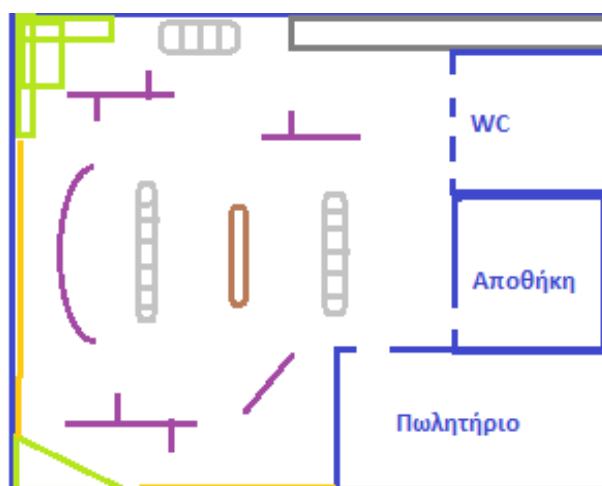
και

Διαδραστικά πολυμέσα

Ισόγειο:



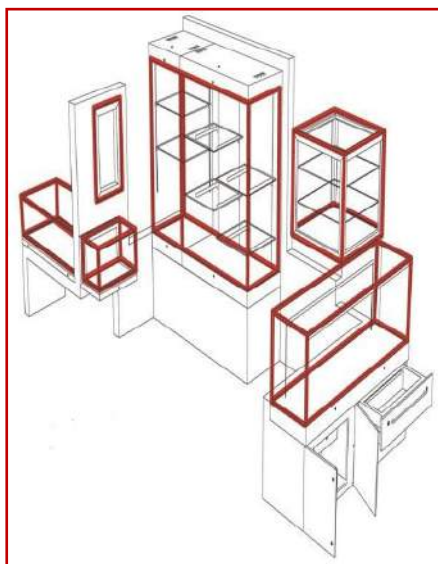
Πάνω όροφος:



13. Μία χρονολογική μπάρα για να μην μπερδευόμαστε

Ένα πρόβλημα με την παρακολούθηση των ιστορικών γεγονότων είναι το πλήθος των ημερομηνιών που μπερδεύουν και κουράζουν τον επισκέπτη. Γι' αυτό το λόγο προτείνεται η χρήση επιτοίχια μπάρας που θα παρακολουθεί την ελληνική ιστορία με βάση τα σατιρικά περιοδικά που κυκλοφόρησαν ανά έτος¹⁴

1849 BOMBA ΤΡΑΚΑΤΡΟΥΚΑ IL SACCO D' ESOPO Ναυτικός αποκλεισμός της Ελλάδας από τον Αγγλικό Στόλο	1851 ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ Γέννηση της Βασίλισσας Όλγας	1859 ΑΡΙΣΤΟΦΑΝΗΣ ΤΟ ΒΕΛΟΣ Βουλευτικές εκλογές	1861 ΕΛΛΗΝΙΚΟΝ ΠΑΝΟΡΑΜΑ Πρώτη απογραφή πληθυσμού: 1.096.810 κάτοικοι	1866 Ο ΤΡΑΜΠΟΥΚΟΣ 
	1855 ΔΙΑΟΛΑΠΟΘΗΚΗ Ανασχηματισμός κυβέρνησης Μαυροκορδάτου	1860 ΒΡΕΤΑΝΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ ΤΟ ΦΩΣ 	1862 ΤΟ ΑΝΕΥΘΥΝΟΝ Ο Όθων και η Αμαλία εγκαταλείπουν τη χώρα.	1867 Ο ΔΙΑΒΟΛΟΣ Ισχυρός σεισμός ισοπεδώνει τη Κεφαλονιά



Οι πίνακες θα είναι επιτοίχιοι για να μην καταλαμβάνουν πολύτιμο χώρο. Η έκθεση όμως πέρα από την αξιοποίηση του τοίχου θα κάνει χρήση προθηκών με συρτάρια που προσφέρουν κρυφή γνώση, εξοικονομούν χώρο και προκαλούν σε περισσότερη ανάγνωση, ιντριγκάροντας την περιέργεια των επισκεπτών.

¹⁴ Η ιδέα της μπάρας είναι εμπνευσμένη από την έκθεση του Δημήτρη Καλοκύρη για τον Ελύτη στο Ιστορικό Μουσείο Κρήτης. Η διάταξη των περιοδικών έγινε με βάση το Journaux et revues satiriques en Grèce <http://www.eiris.eu>

14. Οι άλλοι όμως, πώς μας βλέπουν:

Παρατίθενται σκίτσα ελλήνων και ξένων δημιουργών για το ίδιο θέμα. Επίτηδες, σε αυτή την εκθεσιακή ενότητα δεν θα υπάρχει κείμενο ως αφορμή επικοινωνίας του μουσειοπαιδαγωγού με τον επισκέπτη όπου θα συζητάνε επί των διαφορών.

A)

Τούρκικο σκίτσο - ελληνικό.



B) Αυστριακό σκίτσο- ελληνικό



Η Ελλάδα του 1885, σκίτσο του
αυστριακού Josheph Keppler

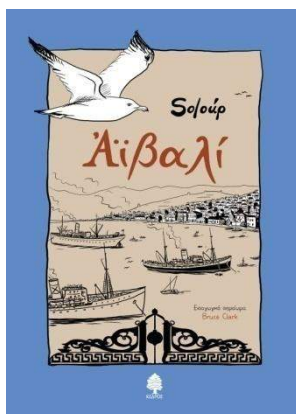
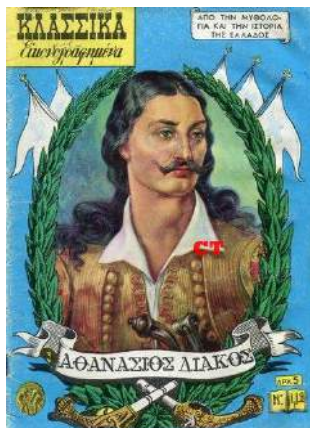
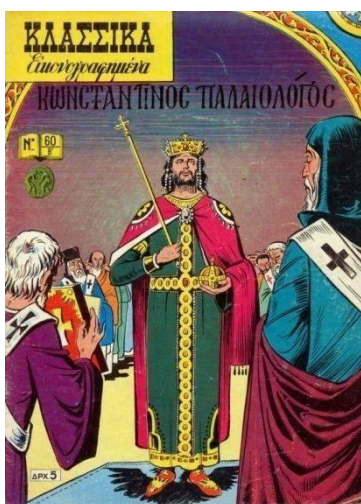


Νέος Αριστοφάνης, 27/6/1897.

15. Μία αντίστροφη εκθεσιακή ενότητα. Όχι ιστορία μέσα από τα σκίτσα αλλά...

Όταν τα σκίτσα γράφουν.... ιστορία

Θα είναι μία εκθεσιακή ενότητα πρόσφορη για παιδαγωγικές δράσεις και για συζήτηση του μουσειοπαιδαγωγού με τους επισκέπτες. Γι' αυτό το λόγο, δεν θα υπάρχουν παρά ελάχιστα κείμενα έτσι ώστε ο παιδαγωγός να μπορεί να εκμαιεύσει τη γνώση από τους ίδιους τους επισκέπτες. Επίσης, σε αυτό το σημείο, θα γίνει προσπάθεια να φανεί η χρησιμότητα των **βιβλίων** κόμικ και των σκίτσων για το μάθημα ιστορίας στα σχολεία.



16. Το κλείσιμο της έκθεσης. Μια νέα αρχή

Το μουσείο δεν κλείνει την έκθεση του με ένα τέλος αλλά με μία αρχή. Με περιπαιχτικό ύφος η έκθεση αποχαιρετά προς στιγμής τους επισκέπτες, θυμίζοντας τους ότι, όπως η ιστορία επαναλαμβάνεται, έτσι κι εκείνοι θα επαναλαμβάνουν την επίσκεψή τους. Ο τίτλος της τελευταίας εκθεσιακής ενότητας.

Τι 'χες Γιάννη... τι 'χα πάντα!

Α) Βουλιάζω; Βουλιάζεις!



Νέος Αριστοφάνης, 5 Ιουλίου 1886.

«-Βρε παληόπαιδο ρίξε το δαυλό στη θάλασσα για θα σε πνίξωμεν.

-Μη μ' εγκίξετε γιατί θ' ανάψω τη φωτιά και θα καούμε όλοι».



Ελλάδα της κρίσης

Β) Τα μπάνια του λαού



«Τα εν Φαλήρω
μπάνια» Νέος
Αριστοφάνης,
1887

Στις αρχές της δεκαετίας του 1850 ο Δήμος Αθηναίων αποφασίζει να αποκτήσει και εκείνος τα δικά του λουτρά στο παραλιακό μέτωπο, επιλέγοντας το Φάληρο όπου απολάμβανε τα μπάνια της και η βασίλισσα Αμαλία. Στις αρχές Ιουνίου του 1853 Αλέξανδρος Ραγκαβής πρότεινε την ανέγερση λουτρών «χάριν των λουομένων εις το Φάληρον. Θα ξεκινήσει έτσι πόλεμος μεταξύ του Πειραιά της Αθήνας για τα μπάνια του λαού. Στις αρχές της δεκαετίας του 1860 η διαμάχη για τα λουτρά έχει ανάψει για τα καλά. Οι ενοικιαστές των θαλάσσιων λουτρών του Τουρκολίμανου κάνουν ό,τι μπορούν για να μην χάσουν την πελατεία τους. Έτσι ειδοποιούν το κοινό πως σε καφενείο της πλατείας Τερψιθέας «θέλει παιανίσει η μουσική τής εις τον λιμένα Πειραιώς ελλιμενισμένης Γαλλικής ναυαρχίδος». Την ίδια ώρα, τα λουτρά του Φαλήρου ετοίμαζαν την αντεπίθεσή τους. Καθιέρωναν νέα 2 καθημερινά δρομολόγια λεωφορείων για την εξυπηρέτηση του κοινού, το οποίο ήθελε να πάει για το μπάνιο του στο Φάληρο. Αλλά και ο Πειραιάς αντεπιτίθεται καθιερώνοντας διαδρομή Αθήνα – Πειραιάς με μόλις 80 λεπτά! ¹⁵

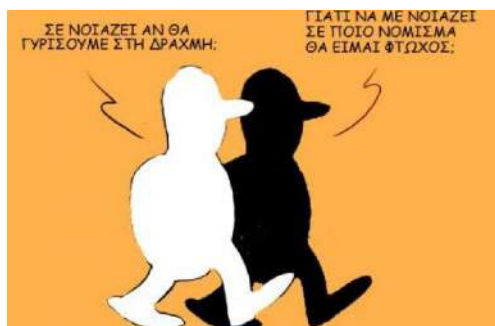


Ελλάδα
2014.

¹⁵ Πηγές βλ. Σκιαδάς <http://mikros-romios.gr>



Το 1964 το σύνθημα της ΕΡΕ για τις εκλογές ήταν «η δραχμή είναι δική σου»¹⁶



Ελλάδα 2015.



Ορνεράκης, 2008
Φωκίων Δημητριάδης 1959



¹⁶ (Παπαϊωάννου 2008, 97)

17. Φύλλο παρατηρήσεων

ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ



ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ.....

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ.....

ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗ.....

ΣΕΝΑΡΙΟ.....

ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ.....

ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ.....

Ο ΕΠΙΘΕΩΡΗΤΗΣ
ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ
ΚΥΡ



