



Video Transcript

SU 2.2.2

Noel Buttigieg

University of Malta



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ενότητα:	Ενότητα 2: Σχεδιασμός μιας καινοτόμου εμπειρίας επισκεπτών
Υποενότητα:	2.2.2 Ανάπτυξη κοινού: μια εισαγωγή
Συγγραφέας:	Noel Buttigieg
Τεχνικός έλεγχος:	Παναγιώτα Πολυμεροπούλου, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
Επιστημονικός έλεγχος:	Isabel Verdet
Λέξεις κλειδιά:	/



This work is licensed under a Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)]

Template by:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Noel Buttigieg, Πανεπιστήμιο της Μάλτας

Η αποστολή είναι αυτό που συχνά αναφέρω ως σκέψη του γαλάζιου ουρανού. Είναι κάτι που φιλοδοξείτε να επιτύχει ο Οργανισμός σας, κάτι μεγάλο, κάτι ευγενές, κάτι που σε κάποιο βαθμό φαίνεται υπερβολικά ιδεαλιστικό. Δεν υπάρχει τίποτα κακό στο να ορίζετε μια ιδανική κατάσταση. Δεν είναι κακό να φιλοδοξείτε να φτάσετε στα αστέρια. Και σε συνέχεια της δήλωσης αποστολής, θα έχουμε επίσης το όραμα. Και το όραμα υποδεικνύει κυρίως τον τρόπο με τον οποίο ο Οργανισμός φιλοδοξεί να επιτύχει αυτή την αποστολή.

Τα δύο αυτά στοιχεία υποστηρίζουν το ένα το άλλο. Είναι αλληλένδετα και καθορίζουν λίγο πολύ ποιοι είμαστε, τι κάνουμε και πού θα θέλαμε να πάμε στο μέλλον.

Δυστυχώς, μερικές φορές έχουμε αυτές τις προτάσεις γραμμένες σε όλο τον Οργανισμό μας, θα τις βρείτε ως δήλωση σε κάθε email που στέλνουμε, τις έχουμε τυπωμένες με όμορφα γράμματα σε διάφορα σημεία του Οργανισμού μας... η πραγματικότητα είναι, σε ποιο βαθμό ο Οργανισμός σας υποστηρίζει πραγματικά την έννοια του οράματος και της αποστολής;

Αλλά αυτό που είναι πραγματικά σημαντικό για εμάς είναι, σε ποιο βαθμό το όραμά μας και η αποστολή μας καθοδηγούνται από μια νοοτροπία που επικεντρώνεται στο κοινό; Έτσι, μεταξύ άλλων, υπάρχει ένας αριθμός στοιχείων που πρέπει να λάβει κανείς υπόψη του πριν από την πραγματική ανάπτυξη και ένα σχέδιο για τον επισκέπτη. Και αυτή η άσκηση απαιτεί, μεταξύ άλλων, μια άσκηση ενδοσκόπησης, αναρωτώμενος ποιος είστε και σε τι πιστεύετε. Και με βάση αυτό, τι είναι αυτό που θα θέλατε να επιτύχετε. Έτσι, το όραμα και η αποστολή παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού σχεδίου ανάπτυξης κοινού. Στην πραγματικότητα αλληλοτροφοδοτούνται. Δεν μπορείτε να έχετε ένα αποτελεσματικό σχέδιο ανάπτυξης κοινού χωρίς να έχετε μια αποστολή και ένα όραμα που να υποστηρίζουν πραγματικά μια φιλοσοφία με επίκεντρο το κοινό, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως.

Το σχέδιο, το όραμα, η αποστολή, είναι λίγο πολύ σαν μια θρησκεία στην οποία πρέπει να συμφωνήσει ο Οργανισμός. Δημιουργεί συλλογικά μια κοινή αντίληψη και από κοινού όλοι οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να εργάζονται εντός του πλαισίου που ορίζεται από το όραμα και την αποστολή μας. Έτσι, μια άμεση προειδοποίηση θα ήταν, ότι ο Οργανισμός σας δεν θα πρέπει να θέτει μια αποστολή και μια διάκριση απλώς και μόνο επειδή αυτή είναι η τάση. Σε διάφορους Οργανισμούς, λέω πάντα στους πολιτιστικούς διαχειριστές τους, ότι το όραμά σας δεν πρέπει να είναι αποκλειστικά ένα τέχνασμα μάρκετινγκ. Δυστυχώς, αυτό χρησιμοποιείται συχνά για να προωθήσει με πολύ τεχνητό τρόπο το τι είναι ο Οργανισμός, αλλά στη συνέχεια αρχίζετε να παρατηρείτε ότι το κοινό μας δεν ασχολείται με το ποιοι είμαστε και τι κάνουμε, απλώς και μόνο επειδή η αποστολή και το όραμά μας λένε ένα πράγμα, ενώ στην πραγματικότητα το κοινό βιώνει κάτι πολύ διαφορετικό.

Για ένα αποτελεσματικό σχέδιο ανάπτυξης κοινού χρειάζεστε, επίσης, μια αποστολή και ένα όραμα που να είναι επίσης φιλόδοξο, που να εμπνέει μεγάλα πράγματα, φυσικά χωρίς να προετοιμάζει τον οργανισμό για αποτυχία, αλλά αυτή η φιλόδοξη νοοτροπία θα στήριζε την ανάπτυξη μέσα στον ίδιο τον Οργανισμό, θα στήριζε την ανάπτυξη μέσα στα άμεσα μέλη του, θα επέτρεπε την ανάπτυξη μέσα στους επισκέπτες

του και θα επέτρεπε επίσης την ανάπτυξη για τον ίδιο τον Οργανισμό, όχι μόνο μέσα στην άμεση αγορά του, αλλά στην πραγματικότητα πέρα από αυτήν.

Τέλος, η αποστολή και το όραμα θα καθοδηγήσουν τη στρατηγική σας και κάθε στρατηγική πρέπει να καθορίζεται από ένα πολύ σαφές πλαίσιο. Συχνά αναφερόμαστε σε αυτά ως στόχους και σκοπούς όμως και πάλι, έτσι όπως και η αποστολή και το όραμα, ο στόχος είναι ο σκοπός που θα θέλατε να επιτύχετε. Οι στόχοι είναι οι διαδικασίες που θα υιοθετήσετε για να επιτύχετε στην πραγματικότητα τον συγκεκριμένο σκοπό, έτσι ώστε κάθε στρατηγική που μπορείτε να σκεφτείτε, συμπεριλαμβανομένης αυτής που θα θέλατε να έχετε το κοινό ως το κέντρο της στρατηγικής σας, θα ορίζεται σαφώς από ένα σύνολο στόχων και ένα σύνολο σκοπών.

Σε κάθε περίπτωση οι στόχοι αυτοί πρέπει να είναι μετρήσιμοι. Έχουμε αρκετά ιδρύματα τα οποία, δυστυχώς, ξοδεύουν πολύ χρόνο, χρήμα και ενέργεια στην ανάπτυξη στρατηγικών οι οποίες δεν είναι σαφώς καθορισμένες και το χειρότερο από όλα δεν μετρώνται καν. Είναι λοιπόν εξαιρετικά σημαντικό μέσα στον Οργανισμό μας να ορίσουμε ένα όραμα και μια αποστολή που να δίνει προτεραιότητα στο κοινό μας. Το ίδιο όραμα και η ίδια αποστολή θα καθορίζουν επίσης, τους σκοπούς και τους στόχους μας. Σαφώς, τα δύο μαζί θα αναπτύξουν και το πλαίσιο μέσα στο οποίο η ιδέα μας θα μετατραπεί τελικά σε μια αποτελεσματική, μια θετική πραγματικότητα για τους επισκέπτες μας, οι οποίοι θα ασχοληθούν με τον Οργανισμό μας.

Τώρα, είναι καιρός να αρχίσετε να ξεδιπλώνετε αργά αλλά σταθερά τις διάφορες πτυχές ενός αποτελεσματικού σχεδίου ανάπτυξης κοινού. Φυσικά, υπάρχει ένα μέρος βασικής εργασίας, αυτή η προεργασία, που πρέπει να ολοκληρωθεί προκειμένου να αναπτυχθεί ένα σχέδιο ανάπτυξης κοινού.

Κατ' αρχάς, όπως έχουμε ήδη αναφέρει σε προηγούμενη παρουσίαση, ένα σχέδιο ανάπτυξης κοινού είναι μια συνεχής διαδικασία. Έχουμε επίσης, δηλώσει ότι για να καταλάβουμε πώς ολόκληρος ο Οργανισμός μπορεί να κάνει κτήμα του ένα σχέδιο ανάπτυξης κοινού, είναι εξαιρετικά σημαντικό να αναπτυχθεί μια στρατηγική. Μια αποτελεσματική στρατηγική συχνά υπαγορεύεται μέσω της αποστολής και του οράματος. Εάν έθετα αυτές τις δύο λέξεις, οι οποίες χρησιμοποιούνται πολύ συχνά σε πολιτιστικούς οργανισμούς, πρέπει να πω πως έχω παρατηρήσει από την εμπειρία μου, ότι κατά τη διάρκεια σεμιναρίων κάποια μέλη ενός μουσείου, για παράδειγμα, δυσκολεύονταν πολύ να καταγράψουν, έστω, το βασικό φιλοσοφικό υπόβαθρο του τι πιστεύει το μουσείο. Σας προσκαλώ να δημιουργήσετε αυτή τη συγκεκριμένη εμπειρία με τα μέλη της ομάδας σας, σε μια πολύ απλή άσκηση. Απλά τους ζητάτε να χρησιμοποιήσουν δύο, τρεις ή τέσσερις λέξεις από την περιγραφή της αποστολής του Οργανισμού σας και θα παρατηρήσετε ότι κάποιοι από αυτούς, ίσως, να μην γνωρίζουν καν ποια ακριβώς είναι η αποστολή που τον κινεί. Οπότε, ένα επαρκές σχέδιο ανάπτυξης κοινού πρέπει να έχει και μια σταθερή βάση σε μια σαφώς καθορισμένη δήλωση αποστολής και οράματος.

ΤΕΛΟΣ ΚΕΙΜΕΝΟΥ



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

EUHeritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage