



ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ (πρώην ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ ΜΟΥΣΕΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΕΚΘΕΣΕΩΝ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ
ΜΕ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ: ΚΙΝΗΤΡΑ, ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ,
ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ»

ΕΛΕΝΗ ΚΑΛΦΑΓΙΑΝΝΗ
ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΣΟΦΙΑ ΡΑΦΤΟΥΛΗ

ΠΥΡΓΟΣ 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αισθάνομαι την ανάγκη να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όλους όσους συνέβαλλαν, είτε έμμεσα, είτε άμεσα στη διεκπεραίωση της πτυχιακής μου εργασίας, που ουσιαστικά σφραγίζει την τετράχρονη φοίτησή μου στην σχολή Μουσειολογίας, Μουσειογραφίας και Σχεδιασμού Εκθέσεων.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Σοφία Ραφτούλη για τις σωστές καθοδηγήσεις της, την πολύτιμη βοήθειά της και την υποστήριξη της στις όποιες δυσκολίες και αν αντιμετώπισα καθ' όλη την διαδικασία της συγγραφής της παρούσας πτυχιακής, μέχρι την διεκπεραίωσή της.

Επιπλέον, θεωρώ αναγκαίο να ευχαριστήσω τα δύο σχολεία, που με την συμμετοχή τους, συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο για την έρευνα της εργασίας μου: το **Δημοτικό Σχολείο Οβρυάς Πάτρας** (έκτη τάξη) και το **Δημοτικό Σχολείο Ζακύνθου** (πέμπτη τάξη), με την άδεια των διευθυντών τους, αντίστοιχα, αλλά και την πολύτιμη βοήθεια των δασκάλων Κ. Γιαννακόπουλο, και της δασκάλας Κ. Ροδοπούλου, που δέχτηκαν να αναλάβουν να μοιράσουν στους γονείς των μαθητών τους το ερωτηματολόγιο. Ακόμα, ευχαριστώ τους γονείς για την συμμετοχή τους και την αφιέρωση τους μερικών λεπτών για την συμπλήρωσή του.

Τέλος, ευχαριστώ πολύ την οικογένειά μου και τα αγαπημένα μου πρόσωπα για την υπομονή και συμπαράσταση που έδειξαν όλο αυτό το διάστημα της συγγραφής της πτυχιακής μελέτης καθώς και την στήριξη και ενθάρρυνση που μου παρείχαν.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται τη σχέση της ελληνικής οικογένειας με τα μουσεία, τον τρόπο με τον οποίο τα μέλη της συνδέονται και επικοινωνούν μεταξύ τους. Πιο συγκεκριμένα, θα εξετάσουμε πώς τα μουσεία προσπαθούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες και στις προσδοκίες των επισκεπτών τους, κυρίως των οικογενειών, αναζητώντας διάφορους τρόπους προσέλευσης όπως, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, τις διαδραστικές εκθέσεις και άλλα, ανάλογα με τα μουσεία του εξωτερικού. Θα δούμε, ακόμα, το κατά πόσο επωφελούνται οι οικογένειες από την επίσκεψή τους σε ένα μουσείο. Στο τελευταίο μέρος παρουσιάζονται παραδείγματα οικογενειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων που έχουν υλοποιηθεί σε διάφορα μουσεία στην Ελλάδα μέσω των οποίων διαφαίνεται η σπουδαιότητα της συνεργασίας μεταξύ γονέων και των παιδιών τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος της εργασίας είναι η μελέτη της σχέσης της ελληνικής οικογένειας με τα μουσεία. Αρχικά, δίνεται ο ορισμός και η εξέλιξη του μουσείου ανά τους αιώνες και στη συνέχεια, η εργασία επικεντρώνεται στην οικογένεια, που αποτελεί το κύριο κοινό του μουσείου.

Στην **πρώτη** ενότητα, γίνεται λόγος για τους τρόπους με τους οποίους το μουσείο επιδιώκει να αυξήσει τους επισκέπτες του. Στόχος είναι να ξεπεραστούν τα εμπόδια που υπάρχουν για την προσέλκυση των ελληνικών οικογενειών, ικανοποιώντας τις ανάγκες τους.

Στη **δεύτερη** ενότητα, επισημαίνονται οι λόγοι για τους οποίους πολλές ελληνικές οικογένειες δεν επισκέπτονται τα μουσεία, γιατί δεν προτιμούν να πάνε σε αυτά στον ελεύθερό τους χρόνο και αντίθετα, διαλέγουν να κάνουν άλλα πράγματα εφόσον δεν θεωρούν τα μουσεία χώρους διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Επιπρόσθετα, παρουσιάζονται και κάποιες έρευνες που έχουν γίνει στο εξωτερικό για την επισκεψιμότητα των μουσείων εκεί. Στο τέλος της ενότητας αυτής, περιλαμβάνεται η προσωπική μου έρευνα μέσω ερωτηματολογίου που απευθυνόταν στους γονείς σχετικά με την επισκεψιμότητα οικογενειών στο μουσείο.

Στην **τρίτη** ενότητα, διευκρινίζονται οι προσδοκίες, τα κίνητρα και οι ανάγκες της ελληνικής οικογένειας. Τα μουσεία πρέπει να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των επισκεπτών, όπως συμβαίνει σε διάφορες χώρες του εξωτερικού. Τα κίνητρα για μια οικογενειακή επίσκεψη, μπορεί να ποικίλλουν από επισκέπτη σε επισκέπτη. Το μουσείο οφείλει να μεριμνήσει για τις ανάγκες των επισκεπτών προκειμένου να νιώθουν ασφάλεια και φυσικά να υπάρχει σεβασμός προς αυτούς.

Η **τέταρτη** ενότητα, αφορά στους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να καταστήσουμε ελκυστικό το μουσείο για τις οικογένειες. Τα μουσεία πρέπει να προσελκύουν επισκέπτες με διαδραστικές εκθέσεις, με δραστηριότητες, εκπαιδευτικά προγράμματα και δημιουργικά εργαστήρια για να παρακινήσουν γονείς και παιδιά να επισκεφθούν ένα μουσείο στον ελεύθερο χρόνο τους.

Η **πέμπτη** ενότητα περιλαμβάνει τις επικοινωνιακές πολιτικές του μουσείου απέναντι στην οικογένεια. Εξηγούνται, ο όρος και ο στόχος της επικοινωνίας, καθώς επίσης η σύνδεσή της με τις υπόλοιπες λειτουργίες του μουσείου. Γίνεται μια αναφορά στη μουσειακή έκθεση, η οποία είναι το πιο ισχυρό επικοινωνιακό μέσο του μουσείου, στα επίπεδά της και στο επικοινωνιακό μοντέλο μιας έκθεσης.

Η **έκτη** ενότητα, επικεντρώνεται στα εκπαιδευτικά προγράμματα και τις δημιουργικές δραστηριότητες, τα οποία χρειάζονται για να προσελκύσουν το κοινό στο χώρο του μουσείου. Αναφέρεται ο σκοπός των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ο σημαντικός ρόλος των εκπαιδευτικών, όπως και διάφορες τεχνικές που μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο των ερμηνευτικών-εκπαιδευτικών δράσεων. Ακόμα, γίνεται λόγος για τη διαδικασία της μάθησης, μέσω της οποίας οι οικογένειες αποκτούν εμπειρία στο να μοιράζονται μαθησιακές συμπεριφορές με βάση το παιδαγωγικό μοντέλο διδασκαλίας και μάθησης. Επίσης, αναφέρεται ο ρόλος της μουσειοπαιδαγωγικής στο μουσείο.

Στην **έβδομη** ενότητα, παρατίθενται ορισμένα παραδείγματα οικογενειακών προγραμμάτων μεταξύ των οποίων και ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα με θέμα «Το βυζαντινό χειρόγραφο» που έχει γίνει στο Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού της Θεσσαλονίκης, στο οποίο συνεργάζονται ενήλικες και παιδιά προκειμένου να το πραγματοποιήσουν.

Στην **όγδοη** ενότητα, παρουσιάζονται τα συμπεράσματά μου σχετικά με την εργασία.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

✓ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	2
✓ ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
✓ ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
✓ ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7-11
ΕΝΟΤΗΤΑ 1	
Διεύρυνση του κοινού του ελληνικού μουσείου: οικογένειες.....	12-17
• Η οικογένεια στο μουσείο.....	13
ΕΝΟΤΗΤΑ 2	
Για ποιους λόγους οι ελληνικές οικογένειες δεν επισκέπτονται τα μουσεία...18-33	
• Εισαγωγή στην έρευνα.....	25
• Υπόθεση.....	25
• Δείγμα.....	25
• Μεθοδολογία.....	25
• Ανάλυση δεδομένων.....	25
• Αποτελέσματα.....	25
• Παρουσίαση αποτελεσμάτων.....	25
• Συμπεράσματα έρευνας.....	31
• Αξιολόγηση ερωτηματολογίου.....	33
ΕΝΟΤΗΤΑ 3	
Προσδοκίες, κίνητρα και ανάγκες της ελληνικής οικογένειας.....	34-40
• Προσδοκίες των επισκεπτών.....	34
i. Προσδοκίες από την επίσκεψη.....	37
• Κίνητρα των επισκεπτών.....	38
i. Κίνητρα για την επίσκεψη.....	38
• Ανάγκες των επισκεπτών.....	39
ΕΝΟΤΗΤΑ 4	
Με ποιους τρόπους μπορούμε να καταστήσουμε το μουσείο ελκυστικό για τις οικογένειες.....	41-47
ΕΝΟΤΗΤΑ 5	
Επικοινωνιακές πολιτικές του μουσείου απέναντι στην οικογένεια.....	48-53
• Η επικοινωνιακή φύση του μουσείου.....	49
• Επικοινωνία στα μουσεία.....	51
ΕΝΟΤΗΤΑ 6	
Εκπαιδευτικά προγράμματα και δημιουργικές δραστηριότητες στο χώρο του μουσείου.....	54-66
1. Εκπαιδευτικά προγράμματα και δραστηριότητες στα μουσεία.....	54
2. Συνεργατική μάθηση.....	55
3. Οικογένειες και μάθηση στα μουσεία.....	56
4. Συμπεριφορά στα μουσεία.....	56
i. Επιλογή και μάθηση.....	57
ii. Μουσεία και δια βίου μάθηση.....	57
iii. Η πειραματική μάθηση: εναλλακτική προσέγγιση για την απόκτησης γνώσης.....	58

iv.	Μουσείο και εργαλείο μάθησης	58
v.	Μουσείο ως τόπος μάθησης.....	59
vi.	Προσωπικές ατζέντες, αφηγηματική ενότητα και μάθηση	59
vii.	Οικογενειακή μουσειακή εμπειρία.....	59
•	«Παιχνίδια πολιτισμού» - εκπαιδευτικές δράσεις Υπουργείου Πολιτισμού...61	
•	Διδακτικές εκθέσεις: μεταδίδοντας γνώσεις στους επισκέπτες.....61	
•	Η μουσειοπαιδαγωγική στο μουσείο.....61	
•	Μια εφαρμοσμένη παιδαγωγική: Οι επισκέπτες.....62	
•	Η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων.....62	
i.	Βιωματικές δραστηριότητες.....63	
ii.	Δημιουργικές δραστηριότητες.....63	
•	Σχέση γονέων και παιδιών μέσα από τα εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων - πώς το μουσείο βοηθά στην ανάπτυξη των σχέσεων γονέα-παιδιού.....65	
ΕΝΟΤΗΤΑ 7		
	Παραδείγματα οικογενειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία....67-71	
	«Το Βυζαντινό χειρόγραφο» στο Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσ/κης...71-74	
•	Η επίσκεψη στο μουσείο.....71	
•	Εξερευνώντας την ιστορία ενός χειρόγραφου.....71	
ΕΝΟΤΗΤΑ 8		
	Συμπεράσματα.....75-76	
✓	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ77-79	
✓	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ80-82	

ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ Η' ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ICOM- International Council of Museums

ΥΠΠΟ-υπουργείο πολιτισμού

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην κοινωνία όπου ζούμε το μουσείο έχει μπει στη ζωή μας σε τέτοιο βαθμό ώστε σπάνια αναρωτιόμαστε για το πότε προσδιορίστηκε ως οργανισμός. Η συλλεκτική τάση των ανθρώπων είναι παλαιότερη και οι απαρχές των συλλογών ανάγονται στο μακρύτερο παρελθόν. Ωστόσο, η έννοια του μουσείου προσδιορίζεται για πρώτη φορά στην Αμερική, το 1889¹ από τον Georges Brown Goode.²

Ήδη από τα τέλη του 17^{ου} αιώνα και κυρίως το 18^ο και 19^ο, έχουμε την ίδρυση των πρώτων, ανοιχτών στο κοινό, μουσείων. Οι κοινωνικές και ιδεολογικές εξελίξεις αυτών των χρόνων έχουν ουσιαστική επίδραση στο ρόλο και το μετασχηματισμό του μουσείου. Η ανάπτυξη του Διαφωτισμού και οι ριζοσπαστικές αλλαγές στην επιστημονική σκέψη δίνουν έμφαση στην εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων στη μελέτη και ταξινόμηση των συλλογών. Οι συλλογές δεν έχουν πλέον την αξία του αξιοπερίεργου και του εξωτικού που θαμπώνει και διασκεδάζει την αυλή των Ευρωπαίων αριστοκρατών, αλλά αποκτούν ανεκτίμητη αξία ως υλικό για την μελέτη των φυσικών φαινομένων. Τα πρακτικά πειράματα και η παρατήρηση γίνονται η βάση για την ανάπτυξη της επιστημονικής σκέψης.³

Κατά τον 20^ο αιώνα, αναγνωρίστηκε ακόμα περισσότερο η σημασία της διατήρησης της προβιομηχανικής πολιτισμικής κληρονομιάς και των προβιομηχανικών οικισμών. Ένα άλλο χαρακτηριστικό της εξέλιξης των μουσείων από τη δεκαετία του 1960 και μετά είναι η ανάπτυξη των οικομουσείων.⁴

Κοινό του μουσείου

Από τα τέλη του 17^{ου} αιώνα και κυρίως το 18^ο και 19^ο, έχουμε την ίδρυση των πρώτων, ανοιχτών στο κοινό, μουσείων. Πιο συγκεκριμένα, από το άνοιγμα των μουσείων στο κοινό, στα τέλη του 18ου αιώνα, μέχρι τη σημερινή εποχή τα μουσεία μετασχηματίζονται συνεχώς, ώστε να ανταποκρίνονται στην κάθε εποχή. Μέσα σε αυτή τη λογική αναπτύχθηκαν οι έρευνες κοινού και οι αξιολογήσεις, ως ανάγκη ουσιαστικής επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό τους.⁵

Όσον αφορά στα αμερικανικά μουσεία αρχίζουν να δέχονται ένα ευρύτερο ακροατήριο τον 19^ο αιώνα. Το 1869, το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας άρχισε να παρουσιάζει προγράμματα και διαλέξεις για το ευρύ κοινό. Το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης στην Νέα Υόρκη προσφέρει μια σειρά διαλέξεων ήδη από το 1872 περίπου, ενώ στο Μουσείο Καλών Τεχνών της Βοστώνης πραγματοποιήθηκαν μαθήματα για ενήλικες το 1876. Η ανταπόκριση του κοινού σε αυτά τα είδη των προσπαθειών αντανακλάται στο γεγονός ότι στη δεκαετία του 1880, 10.000 άνθρωποι υπέγραψαν μια αίτηση απαιτώντας πρόσβαση τόσο στο μουσείο Φυσικής Ιστορίας όσο και στο Μητροπολιτικό μουσείο της τέχνης τις Κυριακές, ελπίζοντας προφανώς να προσφέρουν στις οικογένειες νέες ευκαιρίες να επισκέπτονται μαζί. Τελικά, ο εκπαιδευτικός προγραμματισμός επεκτάθηκε σε σχολικές ομάδες.⁶

¹ Burcaw, E. Introduction to Museum Work, Nashville, AASLH, U.S.A.:9.

² Ορφανίδη Λαία., *Εισαγωγή στη μουσειολογία: Το μουσείο ως θεσμός στο χρόνο και στον χώρο*, Ρόδος, 2003, σελ.5

³ Οικονόμου Μαρία, *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός;: Εισαγωγή στην ιστορία και την εξέλιξη των μουσείων*, Κριτική, 2003, σελ.33, 34

⁴ Οικονόμου Μαρία, *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός;: Εξελίξεις και προβληματισμοί τον 20^ο αιώνα*, Κριτική, 2003, σελ.47

⁵ Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης - Ψηφιοθήκη, 2013

⁶ Leichter, Hensel, Larsen. Families and Museums, issues and perspectives.

Ο 20^{ος} αιώνας είδε γενικά την αλλαγή του κέντρου βάρους από τις συλλογές και τα αντικείμενα στους ανθρώπους και τον τρόπο που αυτοί βιώνουν την επίσκεψη στο μουσείο.⁷ Όπως είχε πει και ο McLean⁸ : «Αντί να βάζουμε μόνο τα εκθέματα σε βάθρα, ήρθε η στιγμή να βάλουμε και τους επισκέπτες σε βάθρα».

Από πολύ νωρίς το κοινό αποτελούνταν από οικογένειες. Στην πραγματικότητα, όταν ο Charles Willson Peale άνοιξε το μουσείο του το 1786 για παροχή ψυχαγωγίας και μάθησης, ενθάρρυνε την συμμετοχή των ομάδων γενεών, με τον καταλογισμό των παιδιών, στην μισή τιμή 12¢ (προσωπική επικοινωνία Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Alexander, July 1986). Οι διαφημιστικές πινακίδες του ήταν έτσι σχεδιασμένες ώστε να προσελκύουν ένα ευρύ κοινό, στις οποίες αναγράφονταν: «μουσείο: το μεγάλο σχολείο της φύσης» και «σχολείο της σοφίας. Το βιβλίο της φύσης που ανοίγει-διευρύνει το θαυμαστό έργο, ένα ινστιτούτο της αιώνιας νομοθεσίας».⁹

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1960 τα μουσεία έχουν προσπαθήσει να δημιουργήσουν εκθέσεις και προγραμματισμούς για την κάλυψη των αναγκών των ειδικών ομάδων, π.χ. τα άτομα με αναπηρία, των μειονοτήτων και των ηλικιωμένων. Έχει υποστηριχθεί ότι «τα μουσεία έχουν μια ισχυρή και αξιόπιστη θέση ως ιδρύματα στη σημερινή κοινωνία επειδή έχουν υποτίθενται πάντα μια δημόσια διάσταση.... Ο ένθερμος ιδεαλισμός της δεκαετίας του 1960 ώθησε τα μουσεία ακόμα περισσότερο στην κοινωνική συνείδηση».¹⁰

Από μουσειολόγους και άλλους επαγγελματίες του χώρου, παρά τις συνεχιζόμενες πολλές φορές σε υψηλούς τόνους συζητήσεις, μπορούμε να θεωρούμε δεδομένα:

- Την αυξανόμενη αναγνώριση του γεγονότος ότι το παραδοσιακό κοινό δεν είναι «ένα σύνολο» αλλά μια πολλαπλότητα διαφορετικών κοινών από τα οποία το καθένα αναζητά τις δικές του εμπειρίες.
- Την ανάγκη να ικανοποιούνται οι ανάγκες και οι προσδοκίες των επισκεπτών και την αναγνώριση της υποχρέωσης να ικανοποιηθούν αυτές οι ανάγκες μέσω των πιο κατάλληλων προσεγγίσεων.
- Την πίστη ότι η πολιτισμική κληρονομιά πλουτίζει τη ζωή των ανθρώπων και υποστηρίζει την κοινωνική ανάπτυξη, ώστε να εμπλακούν όλες οι κατηγορίες κοινού (ή δυναμικού κοινού) με τα υπάρχοντα μουσεία.

Παρατηρούμε, λοιπόν, πως, ενώ παλαιότερα, δινόταν πιο πολύ έμφαση στα εκθέματα και λιγότερο στον επισκέπτη, σήμερα το ενδιαφέρον του μουσείου έχει μετατοπιστεί στον επισκέπτη, στο πώς θα του κινήσει το ενδιαφέρον, και με ποιες προοπτικές (κίνητρα) θα τον κάνει να επισκεφθεί ένα μουσείο και πιο συγκεκριμένα με την οικογένειά του.

Το κοινό του μουσείου, αποτελείται από ενήλικες, παιδιά ηλικίας 16-24 ετών ακόμη και μεγαλύτερης ηλικίας που επισκέπτονται το μουσείο, άλλοτε ως μέλη οικογενειών και άλλοτε σε οργανωμένες σχολικές εκδρομές σε μικρότερες ηλικίες, και ως φοιτητές. Κάτοικοι μιας περιοχής στην οποία βρίσκεται κάποιο μουσείο και ημερήσιοι εκδρομείς, συνήθως ντόπιοι, αποτελούν ουσιαστικά την αγορά για τα περισσότερα μουσεία, εκτός από εκείνα που βρίσκονται στους μεγαλύτερους τουριστικούς προορισμούς. Ακόμα, το κοινό αποτελείται και

⁷ Οικονόμου Μαρία, *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Εξελίξεις και προβληματισμοί τον 20^ο αιώνα*, Κριτική, 2003, σελ.49

⁸ 1993:5

⁹ Leichter, Hensel, Larsen. Families and Museums, issues and perspectives.

¹⁰ American Association of Museums, 1984, σελ.19

από τουρίστες και ίσως από φιλοξενούμενους, συγγενείς και φίλους, γιατί πολλοί άνθρωποι θέλουν ή νιώθουν υποχρεωμένοι να ξεναγήσουν τους επισκέπτες τους σε μέρη που έχουν οι ίδιοι επισκεφθεί και τους άρεσαν, συμπεριλαμβανομένων εννοείται και των μουσείων.¹¹

Για όλα τα μουσεία του κόσμου, το σημαντικότερο κοινό είναι οι οικογένειες. Η οικογένεια είναι μια κοινωνικά αναγνωρισμένη και παραδοσιακά καθιερωμένη μορφή συμβίωσης των μελών της κοινωνίας. Αποτελεί την αρχική, βιολογική και κοινωνική κοινότητα που συντελεί στην αναπαραγωγή της κοινωνίας. Από την στιγμή που οι γονείς φέρνουν στον κόσμο ένα παιδί, ο ρόλος που έχουν να αναθρέψουν και να διαπαιδαγωγήσουν το νέο μέλος είναι πολύ σημαντικός για την μετέπειτα νοητική, συναισθηματική και κοινωνική του εξέλιξη. Έτσι, θα πρέπει να το εντάξουν και στον χώρο του μουσείου, να νιώθει την ανάγκη να επισκέπτεται μουσεία για να μαθαίνει τον πολιτισμό μας και φυσικά να συμμετέχει σε δημιουργικές δραστηριότητες και εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων με την οικογένειά του, τα οποία είναι σπουδαία για την εκπαίδευση αλλά και την ψυχαγωγία του.

Τα παιδιά αποτελούν τους μελλοντικούς επισκέπτες των μουσείων. Έτσι, τα μουσεία οφείλουν να είναι προετοιμασμένα, ώστε να ικανοποιήσουν την περιέργειά τους και να τους εξασφαλίσουν μία διασκεδαστική εμπειρία όπου μέσω αυτής της θα απορροφήσουν καλύτερα τις πληροφορίες που θα λάβουν όταν τις συνδυάσουν με ευχάριστα συναισθήματα. Συνηθίζουν να κατευθύνονται προς τις βιτρίνες με τα παράξενα και εντυπωσιακά αντικείμενα, γιατί αυτά διεγείρουν τη φαντασία τους, ενώ ελάχιστα είναι τα παιδιά που διαβάζουν τις λεζάντες. Επειδή τα παιδιά σήμερα έχουν γνώσεις υπολογιστών, παρατηρούμε πως είναι πιο εξοικειωμένα με τα διαδραστικά εκθέματα των μουσείων από τους γονείς τους, και δεν διστάζουν να πειραματιστούν με αυτά.¹²

Στις μέρες μας, το μουσείο δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων και ερμηνείας της ιστορίας τους, αναγνωρίζοντας ότι η επικοινωνία είναι μία από τις πιο σημαντικές λειτουργίες του και πως έτσι ο επισκέπτης θα μπορεί να τα καταλάβει. Πολλά μουσεία προσπαθούν να αλλάξουν ριζικά την εικόνα του μουσείου-ναού και να προσεγγίζουν μια ευρεία ομάδα επισκεπτών και όχι μόνο την παραδοσιακή ελίτ των μορφωμένων και ειδικών συγκεκριμένης κοινωνικής τάξης. Τα τελευταία τριάντα χρόνια ασκείται έντονη κριτική στα μουσεία, αλλά και αυτοκριτική από τα ίδια, καθώς καλούνται να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους και τις δραστηριότητές τους έτσι ώστε να συνεχίσουν να έχουν ουσιαστική θέση στην κοινωνία.

Είναι ενδεικτικό αυτών των αλλαγών ότι το λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται σχετικά με τα μουσεία έχει αρχίσει να αλλάζει. Εκεί που παραδοσιακά οι λέξεις που τα χαρακτήριζαν ήταν «ταξινόμηση», «διανόηση», «διδασκαλία», «θαυμασμός», τώρα χρησιμοποιούνται πιο συχνά λέξεις όπως «αισθήματα», «εμπειρίες», «συμμετοχή», «πρόσβαση», «κοινωνική εκδήλωση», διότι τα μουσεία ενδιαφέρονται για το κοινό τους και τις ανάγκες τους. Παράλληλα με αυτές τις αλλαγές, παρατηρείται επίσης μεγαλύτερος επαγγελματισμός σε όλους τους τομείς δραστηριότητας του μουσείου¹³ και αυξημένη αίσθηση ότι ως δημόσιος οργανισμός είναι υπόλογο για τη σωστή διαχείριση των συλλογών και την προσφορά υπηρεσιών προς το κοινό. Ο επισκέπτης δεν είναι ένας παθητικός καταναλωτής, αλλά ένας δημιουργός που μπορεί και

¹¹ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: Ποσοτική έρευνα κοινού*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.38-39

¹² Δαλακούρα Νάγια, *Μουσεία, Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων, «Τα παιδιά στα Μουσεία»*, σελ.32

¹³ Gaynor Kavanagh, (επιμ.) *The Museums Profession: Internal and External Relations*. Leicester and London: Leicester University Press, 1991.

που θα πρέπει να συμμετέχει στην διαμόρφωση του μέλλοντος –το ερευνητικό πεδίο του μουσείου».¹⁴

Το μουσείο τάσσεται «στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, είναι ανοικτό στο κοινό, έχοντας ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».¹⁵ «Τα μουσεία που χρησιμοποιούν διαδραστικά οπτικο-ακουστικά μέσα δεν πρέπει να προσπαθούν να αντικαταστήσουν τα πρωτότυπα αντικείμενα και την προσωπική επαφή, αλλά αντίθετα να αποδίδουν με τον καλύτερο τρόπο το περιβάλλον των αντικειμένων, να προκαλέσουν σκέψη και διάλογο για θέματα σημαντικά για τις αντίστοιχες κοινότητες και να προσεγγίσουν ένα πιο ευρύ κοινό και νέες ομάδες επισκεπτών».¹⁶

Κατά συνέπεια, τα μουσεία του 21^{ου} αιώνα, αντί για την πρόσκτηση, τη διαφύλαξη, την αποθήκευση, την προστασία, την συντήρηση, την έκθεση και την επιστημονική έρευνα των αντικειμένων με πολιτιστική αξία (τα οποία αντικατοπτρίζουν εν πολλοίς τις ανάγκες ενός αστικού κοινού) επικεντρώνονται στην προσέγγιση του κοινού λαμβάνοντας υπόψη το προσωπικό υπόβαθρο του κάθε επισκέπτη και τον ολιστικό χαρακτήρα της επίσκεψής του στο μουσείο. Είναι απαραίτητο τα μουσεία να «συνομιλούν» με τους επισκέπτες σε τακτικά χρονικά διαστήματα και να είναι αρκετά ευέλικτα ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Τα μουσεία πρέπει να είναι ικανά να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του κοινού, ώστε να ικανοποιούνται οι ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις των επισκεπτών.(Graham Black) Από άποψη χώρου, συλλογών κ.λπ., η έννοια της ποιότητας ήταν πάντα θεμελιώδης για τα μουσεία και τις πινακοθήκες. Σήμερα, οι υπεύθυνοι των μουσείων πρέπει να καταλάβουν πως τα ποιοτικά κριτήρια είναι αναγκαίο να εφαρμόζονται σε όλους τους τομείς της επαφής με το κοινό, από την υποδοχή μέχρι τις εκθέσεις και τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με αυτές. Επίσης, τα μουσεία οφείλουν να προσφέρουν διαφορετικές αντιλήψεις παρουσίασης και ποικίλα θέματα, ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες ενός κοινού που αποτελείται από διαφορετικούς μεταξύ τους ανθρώπους και να ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή του. Πιο συγκεκριμένα, το κοινό, αποτελείται από το παραδοσιακό κοινό, τους περιστασιακούς επισκέπτες, τις οικογένειες και τα παιδιά, τους επανερχόμενους επισκέπτες, τους τακτικούς και αυτούς με ειδικά ενδιαφέροντα.

Το μουσείο του 21^{ου} αιώνα¹⁷ καλείται να είναι:

- Προσιτό σε όλους, ανεξάρτητα από διανοητικά, σωματικά, κοινωνικά, πολιτισμικά, οικονομικά κριτήρια
- Σχετικό με όλα τα κοινωνικά στρώματα, με την κοινότητα να συμμετέχει στην αξιοποίηση του «προϊόντος» και στην εξασφάλιση του επιθυμητού αποτελέσματος
- Τόπος και ευκαιρία ανάδειξης της πολιτισμικής διαφορετικότητας
- Παράγοντας κοινωνικής συνοχής και παραγωγός κοινωνικού κεφαλαίου
- Παράγοντας κοινωνικής ενσωμάτωσης
- Υποστηρικτής της ανανέωσης της κοινότητας και της γειτονιάς
- Δημιουργός νέων κατηγοριών κοινού
- Χρήσιμο στην εκπαίδευση όλων των βαθμίδων

¹⁴ Hugues de Varine, *Nouvelles Muséologies*. Mâcon et Savignyle -Temple: Editions W.et M.N.E.S., 1986.

¹⁵ ICOM

¹⁶ C. J. Nash, “Interactive media in museums: Looking backwards, forwards and sideways”, *Museum Management and Curatorship* 11, 1992, σελ. 171-184.

¹⁷ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες*, Εισαγωγή, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.21, 22

- Αναπόσπαστα δεμένο με την μαθητική κοινότητα
- Τόπος συνάντησης μελών της τοπικής κοινωνίας

Η δημόσια εικόνα των σύγχρονων μουσείων πρέπει να έχει ως κέντρο τον επισκέπτη, και όχι να κυριαρχείται από το «προϊόν». Γι' αυτό τα μουσεία θα πρέπει να κατανοήσουν τη φυσιολογία, τα κίνητρα, τις προσδοκίες, και τις ανάγκες του ήδη υπάρχοντος κοινού και να χτίσουν σχέση διάρκειας μαζί του (βλ. τρίτο κεφάλαιο), αλλά και να διευρύνουν το κοινό τους (βλ. πρώτο κεφάλαιο). Οι ίδιοι οι υπεύθυνοι των μουσείων θα πρέπει να κατανοήσουν το υπάρχον και το δυνητικό κοινό τους και τις γενικές τάσεις ως προς την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, καθώς επίσης και το πόσο σημαντικό είναι να αξιοποιήσουν αυτή τη γνώση για να στηρίξουν μελλοντικές στρατηγικές προς την κατεύθυνση ενός «ελκυστικού μουσείου».

Όσο για τα εκθέματα του σύγχρονου μουσείου, θα είναι μέρος της εμπειρίας του επισκέπτη και ένα μόνο από τα μέσα ανταπόκρισης στις απαιτήσεις του κοινού: «καθώς ο σύγχρονος καταναλωτής επιθυμεί να αξιοποιήσει τον ελεύθερο χρόνο του [...] οι σημερινές προτεραιότητες των μουσείων περιλαμβάνουν την εύκολη πρόσβαση και την άνεση, φαγητό και ψώνια, ευέλικτες εκθέσεις και συμμετοχή του κοινού» (Schwarzer 1999:42). Έτσι, από άποψη «γενικής εικόνας», τα μουσεία πρέπει να μάθουν να προσελκύουν το κοινό πιο αποτελεσματικά και να το ενθαρρύνουν να τα επισκέπτεται τακτικά μέσω των υπηρεσιών που παρέχουν.

Το κύριο προϊόν του μουσείου θα συνεχίσει, πάντως, να είναι ο χώρος, οι συλλογές και η ποιότητα του προσωπικού του. Εκείνο που κυρίως αλλάζει και εξελίσσεται, ωστόσο, είναι το φάσμα των απτών όσο και των άυλων στοιχείων, μέσω των οποίων οι επισκέπτες μπορούν να έχουν πρόσβαση στο κύριο προϊόν.

Με βάση αυτό το σκεπτικό θα πρέπει να δίνεται έμφαση¹⁸:

- στη μοναδικότητα/ιδιαιτερότητα του μουσείου και/ή των συλλογών.
- στην ποιότητα της συντήρησης και της έρευνας.
- στην αυθεντικότητα των συλλογών και της παρουσίας τους, η οποία πρέπει να αντανακλάται και σε όλες τις σχετικές εκδηλώσεις.
- στην εικόνα που παρουσιάζει το μουσείο προς τα έξω.
- την ποιότητα έρευνας και ανταπόκρισης στις ανάγκες/προσδοκίες του κοινού.
- στις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας.
- στην ποιότητα στην οργανωμένη όσο και τη ανεπίσημη μάθηση.

Το τελικό αποτέλεσμα θα πρέπει να είναι ζωντανό, δυναμικό μουσείο, στενά δεμένο με την τοπική κοινωνία, ενεργά όσο και τακτικά υποστηριζόμενο από το κοινό του, που να κοιτάζει με αυτοπεποίθηση προς το μέλλον και να ανταποκρίνεται στην πολυσχιδή αποστολή. Θα πρέπει επίσης, να διέπεται από μια φιλοσοφία, η οποία να ενθαρρύνει και να υποστηρίζει την άμεση «εμπλοκή» του επισκέπτη με τις συλλογές. Όλα τα χαρακτηριστικά του «προϊόντος» πρέπει να είναι προσανατολισμένα προς αυτόν τον σκοπό. (Graham Black)

«Τα πιο επιτυχημένα μουσεία προσφέρουν ποικίλες εμπειρίες, οι οποίες προσελκύουν διαφορετικές κατηγορίες κοινού και αντανακλούν τις διαφοροποιημένες ανάγκες κάθε επισκέπτη. [...] Τα πετυχημένα μουσεία προσφέρουν πολλαπλές εμπειρίες: αισθητική και συναισθηματική ευχαρίστηση, μάθηση, ψυχαγωγία, κοινωνικότητα».¹⁹

¹⁸ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.10 Το μουσείο του 21^ο αιώνα*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ. 316

¹⁹ Kotler and Kotler (1998:xx)

ΕΝΟΤΗΤΑ 1^η

ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ: ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ

Το μουσείο προκειμένου να διευρύνει το κοινό του πρέπει να ξεπεράσει τα εμπόδια τα οποία δυσκολεύουν την πρόσβαση του σ' αυτό και να «συνδέσει» τις διαφορετικές ομάδες προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Έτσι το μουσείο αναζητά τρόπους για την καλύτερη πρόσβαση σε αυτό και για να κάνει τις συλλογές και τις υπηρεσίες του πιο ελκυστικές²⁰.

Όπως γνωρίζουμε, τα μουσεία είναι ιδρύματα που εξαρτώνται από τους επισκέπτες, αποδέκτες χρηματοδότησης από το δημόσιο και θεματοφύλακες της τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς πολιτισμικής κληρονομιάς.

Στόχος του μουσείου είναι να ανοίξει τις πύλες του σε όλους και μάλιστα ο πιο φιλόδοξος στόχος είναι όλοι να εντάξουν το μουσείο στη καθημερινή τους ζωή.²¹

Τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια για τη διεύρυνση της πρόσβασης στις συλλογές τους. Αυτό αντανακλά τις εξελίξεις σε πεδία όπως είναι οι διαφυλετικές σχέσεις και οι ίσες ευκαιρίες των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Επιπλέον, αντανακλά τους ολοένα αυξανόμενους δεσμούς μεταξύ της δημόσιας χρηματοδότησης και της ανάγκης, τα μουσεία να μπορούν, να ανταποκριθούν στις τρέχουσες κοινωνικές και πολιτικές ανάγκες, κυρίως με την προσέλκυση νέων κατηγοριών κοινού. Ακόμα, καταδεικνύει την αυξημένη επιρροή ομάδων όπως είναι οι εθνικές μειονότητες ή τα άτομα με ειδικές ανάγκες, που νιώθουν ότι δεν «εκπροσωπούνται» επαρκώς στα μουσεία. Συνολικά, μπορούμε να πούμε, πως στα πολιτικά συμφραζόμενα της εποχής μας «η διεύρυνση του κοινού δεν είναι θέμα επιλογής, αλλά τρόπος εργασίας ο οποίος επιβάλλεται να γίνει κεντρικός στη φιλοσοφία και λειτουργία των οργανισμών»²².

Συνεπώς, ο καλύτερος τρόπος για ν' αυξήσει το μουσείο το κοινό του είναι με το να προσπαθήσει να βελτιώσει την εξυπηρέτηση και τις εμπειρίες που προσφέρει στο ήδη υπάρχον κοινό του. Αυτό συνήθως οδηγεί στην από στόμα σε στόμα διαφήμιση του, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του κοινού εκείνου που το μουσείο ήδη καταφέρνει να προσελκύσει. Επίσης, με τη βελτίωση της πρόσβασης, έτσι ώστε το μουσείο να γίνει πιο φιλόξενο και φιλικό για τους επισκέπτες του. Από την άλλη διεύρυνση του κοινού σημαίνει κυρίως συγκεκριμένη πολιτική για την προσέγγιση κοινού, το οποίο προηγουμένως δεν επισκεπτόταν μουσεία. Έτσι, το μουσείο, είναι απαραίτητο, να εδραιώσει τη σχέση του με το ήδη υπάρχον κοινό του για να μην το χάσει, ενώ παράλληλα με οποιαδήποτε στρατηγική να προσελκύσει. Δεν έχει, μάλιστα, ως στόχο την αύξηση των επισκεπτών που θα έρθουν στο μουσείο μία μόνο φορά, αλλά τη διατήρηση και τη διαμόρφωση μονιμότερης σχέσης.

Βέβαια, η προσέλκυση αρχικά και μετά η διατήρηση του κοινού που υποεκπροσωπείται απαιτεί ενεργό, μακροχρόνια δέσμευση από τους διευθυντές και τους υπαλλήλους, αλλά και τον προσδιορισμό του κοινού το οποίο το μουσείο επιθυμεί να προσελκύσει, την κατανόηση και την ικανοποίηση των αναγκών του και των προσδοκιών του. Ακόμα, απαιτεί δέσμευση για απευθείας σύνδεση με τις τοπικές κοινωνίες, οι οποίες πρέπει να αποκτήσουν κατανόηση για τους ευρύτερους στόχους των μουσείων και για το τι τα μουσεία μπορούν και τι δεν

²⁰ Dodd and Sandell (1998:6)

²¹ Ζαχαράκη Μαρία, *Μουσεία και νέοι: η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του Βυζαντινού και του Χριστιανικού Μουσείου*, 2009,σελ.11

²²Dodd and Sandell (1998:6)

μπορούν να προσφέρουν. Όλα αυτά, απαιτούν μέριμνα για την ικανοποίηση των τοπικών αναγκών, η οποία μπορεί να σημαίνει ακόμα και αλλαγή στον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων. Θα χρειαστούν και νέες δεξιότητες εκ μέρους του προσωπικού των μουσείων.

Η διεύρυνση του κοινού είναι μια δαπανηρή διαδικασία, η οποία αφορά τη χρηματοδότηση, τη μακροπρόθεσμη δέσμευση του χρόνου του προσωπικού, και τη δημιουργία νέων συλλογών, οι οποίες να αντανακλούν τις ανάγκες του νέου κοινού. Πρέπει να υπάρχουν επαρκή μέσα για να ξεκινήσει η διαδικασία, διότι αν δεν υπάρχουν αρκετά μέσα, είναι φυσικό και το προσωπικό να μη δώσει στο εγχείρημα την προτεραιότητα και τη σημασία που απαιτούνται. Η στρατηγική για διεύρυνση του κοινού θα αποτύχει, αν δεν υπάρχει η απόλυτη δέσμευση του διευθυντή του μουσείου και του διοικητικού συμβουλίου.²³

Μια ειδική κατηγορία κοινού είναι και οι **οικογένειες** που επισκέπτονται τα μουσεία, οι οποίες αποτελούνται από δύο ή περισσότερα πρόσωπα, ένα από τα οποία είναι τουλάχιστον δεκαπέντε χρονών, τα οποία συνδέονται δια αίματος, γάμου, υιοθεσίας ή ανατροφής και διαμένουν συνήθως στην ίδια κατοικία.²⁴ Η πιο συνηθισμένη μορφή οικογένειας είναι αυτή που αποτελείται από ζευγάρια με παιδιά κάθε ηλικίας. Οι οικογένειες είναι μία από τις σημαντικότερες κατηγορίες κοινού των μουσείων διεθνώς.

Η οικογένεια στο μουσείο

Όσον αφορά στις επισκέψεις των οικογενειών στα μουσεία, αυτές τις περισσότερες φορές πραγματοποιούνται το σαββατοκύριακο, καθώς εκείνες τις ημέρες τα μέλη της οικογένειας είναι ελεύθερα από τις επαγγελματικές και σχολικές τους υποχρεώσεις. Τα μουσεία συνήθως προτείνουν την επίσκεψη των οικογενειών ως ημερήσια εκδρομή σε ένα χώρο που προσφέρει γνώση, ψυχαγωγία, έρευνα, χαλάρωση και ευκαιρία στους γονείς ή τους κηδεμόνες τους να έρθουν πιο κοντά στα παιδιά τους.²⁵ Ο διάλογος του γονέα ή κηδεμόνα με το παιδί κατά την διάρκεια μιας επίσκεψης αναπτύσσει την κριτική του ικανότητα και διεγείρει το ενδιαφέρον του. Η συμβολή των ενήλικων συνοδών των παιδιών είναι απαραίτητη κατά την διαδικασία της περιήγησης, καθώς βοηθάνε σε διάφορες ερμηνείες των εκθεμάτων ή τους θέτουν κάποιες ερωτήσεις. Η επίσκεψη με τους γονείς εμπεριέχει επιπλέον συναισθηματικά στοιχεία, όπως άλλωστε και οι επισκέψεις με φίλους, αν και διαφορετικού περιεχομένου²⁶. Με την επίσκεψή τους στα μουσεία, οι οικογένειες εντάσσονται ομαλά στην παγκόσμια κουλτούρα που αποτελεί πολύτιμη κληρονομιά όλων μας.

Όσον αφορά στο περιβάλλον του μουσείου είναι ένας χώρος όπου τα παιδιά έρχονται αντιμέτωπα με πλήθος ερεθισμάτων και καταστάσεις ασυνήθιστες γι' αυτά. Εάν αισθανθούν οικεία και δείξουν ενδιαφέρον για τον θαυμαστό κόσμο των μουσείων, τότε έχουν περισσότερες πιθανότητες να αγαπήσουν τον κόσμο αυτό και ως ενήλικοι. Η επιβίωση των μουσείων στο μέλλον έγκειται στην επίσκεψη των παιδιών στα μουσεία. Η οικογένεια διαμορφώνει κατά ένα μεγάλο βαθμό τη συμπεριφορά των παιδιών και τα μουσεία οφείλουν να είναι προετοιμασμένα για να την υποδεχθούν.

²³ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: Διευρύνοντας το κοινό*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.75

²⁴ Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ. 2, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ.14

²⁵ Δαλακούρα Νάγια, Μουσεία, «Η οικογένεια στο Μουσείο», Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων, σελ.31

²⁶ Ζαχαράκη Μαρία, *Μουσεία και νέοι: η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του Βυζαντινού και του Χριστιανικού Μουσείου*, 2009, σελ.14

Έρευνες στην Αγγλία έχουν αποδείξει ότι στην Βρετανία το ένα τέταρτο των επισκεπτών των μουσείων είναι οικογένειες και ότι συνηθίζουν να επισκέπτονται τα μουσεία τις Κυριακές. Στην Ελλάδα οι επισκέψεις των οικογενειών στα μουσεία παρουσιάζονται ακόμα συγκερατημένες, παρόλο που τα ελληνικά μουσεία προσφέρουν ποικίλες δραστηριότητες (αφήγηση παραμυθιού, κυνήγι θησαυρών, θεατρικά παιχνίδια, μαθήματα χειροτεχνίας κ.α.) για παιδιά και συνοδούς εκτός του σχολικού ωραρίου. Η εκδρομή στο μουσείο αποτελεί ιδανικό τρόπο «οικογενειακής επιμόρφωσης» εκτός σπιτιού, η οποία προσφέρεται σε μορφή άτυπης διδασκαλίας και έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντική στις οικογένειες που την έχουν βιώσει. Το μουσείο δίνει στα παιδιά πολλά ερεθίσματα για να γνωρίσουν τον κόσμο, και στους γονείς πολλές ευκαιρίες ασχοληθούν συστηματικά και υπεύθυνα με την εκπαίδευση των παιδιών τους.²⁷

Τη δεκαετία του 1970, η πολιτική ημερήσια διάταξη, ώθησε τα μουσεία να αντιμετωπίσουν και κοινωνικά ζητήματα. Παρόλο που η στρατηγική διεύρυνσης του κοινού είναι άλλο πράγμα από την πρόθεση να καταπολεμηθεί αυτό που λέγεται «κοινωνικός αποκλεισμός», πολλές από τις ομάδες και τις κοινότητες, οι οποίες υποεκπροσωπούνται ως επισκέπτες μουσείων, ανήκουν στην κατηγορία αυτών που συνήθως αποκαλούνται «περιθωριοποιημένα στρώματα».

Ένα από τα κύρια θέματα πολιτικής στρατηγικής είναι η καταπολέμηση και η αντιμετώπιση της κοινωνικής περιθωριοποίησης. Έως το 2000, τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχαν υιοθετήσει κοινούς στόχους²⁸ για:

- § Διευκόλυνση της απασχόλησης και πρόσβαση από όλους στις πηγές γνώσης, στα αγαθά και στις υπηρεσίες
- § Πρόληψη του κινδύνου κοινωνικού αποκλεισμού
- § Βοήθεια προς τις πιο ευάλωτες κοινωνικές ομάδες
- § Κινητοποίηση όλων των σχετικών φορέων.

Πρόσφατες έρευνες δείχνουν πως τα μουσεία μπορούν να συμβάλουν στην κοινωνική ενσωμάτωση, σε προσωπικό, κοινοτικό και κοινωνικό επίπεδο. (Graham Black) Σε προσωπικό επίπεδο, η ενασχόληση με τα μουσεία μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα, όπως αύξηση της αυτοπεποίθησης, του αυτοσεβασμού και της δημιουργικότητας. Σε κοινοτικό επίπεδο, τα μουσεία μπορούν να παίξουν καταλυτικό ρόλο για την κοινωνική ανάπλαση, την ενδυνάμωση των τοπικών κοινωνιών, ώστε να αναπτύξουν την αυτοπεποίθηση και τις ικανότητές τους. Τα μουσεία [...] έχουν τη δυναμική να προωθήσουν την ανοχή και τον αμοιβαίο σεβασμό στους κόλπους της κοινότητας, να αμφισβητούν τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις.²⁹

Σύμφωνα με μουσεία της Αυστραλίας (2003), ουσιαστική για την κοινωνική ενσωμάτωση είναι η ανάδειξη της διαφορετικότητας του πληθυσμού, η παρουσίαση της ιστορίας του από διάφορες οπτικές γωνίες.(Graham Black)

Από έρευνες που έχουν γίνει, διαπιστώνουμε πως τα μουσεία δεν μπορούν να αγνοήσουν το υπάρχον κοινό, αντιθέτως, οφείλουν να προσπαθούν να βελτιώσουν διαρκώς τις υπηρεσίες που του παρέχουν. Οι υπεύθυνοι των μουσείων πρέπει να προσδιορίσουν ποιο είναι το κοινό τους, ποια είναι τα κίνητρό του, ποιες είναι οι ανάγκες και οι προσδοκίες του. Τα μουσεία πρέπει να καταστρώσουν στρατηγικές για να προσελκύσουν όλα τα είδη κοινού και φυσικά

²⁷ Δαλακούρα Νάγια, Μουσεία, «Η οικογένεια στο Μουσείο», Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων, σελ. 31

²⁸ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: Διευρύνοντας το κοινό*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.76

²⁹ Sandell (2003: 45)

το πιο σπουδαίο, τις οικογένειες. Έτσι, η αποτίμηση του κοινού θα πρέπει να αναπτυχθεί για να εκτιμηθούν οι πιθανότητες του μουσείου να προσελκύσει επισκέπτες από τις ομάδες που υποεκπροσωπούνται και για να αντιμετωπιστούν τα εμπόδια που πρέπει να αρθούν. Τα εμπόδια που δυσκολεύουν τη διεύρυνση του κοινού είναι ποικίλα. Από την πλευρά του μουσείου, περιλαμβάνουν την έλλειψη ζήλου των υπευθύνων, το φόβο μήπως αποξενωθεί το παραδοσιακό κοινό -οι οικογένειες- και την έλλειψη μέσων ή αυτοπεποίθησης.(Graham Black) Όπως καταλαβαίνουμε όλα αυτά λειτουργούν αποθαρρυντικά για το προσωπικό του μουσείου. Από την πλευρά του κοινού και πιο συγκεκριμένα των οικογενειών, στα εμπόδια συμπεριλαμβάνονται η αίσθηση ότι το μουσείο δεν αφορά τους ίδιους και τα παιδιά τους, η έλλειψη χρόνου λόγω φροντίδας των παιδιών τους, η έλλειψη ενημέρωσης και κατάλληλων εγκαταστάσεων, η ελλιπής δυνατότητα πρόσβασης, η έλλειψη διανοητικής, κοινωνικής και πολιτισμικής δυνατότητας, το αίσθημα του κοινωνικού αποκλεισμού, η αίσθηση αφιλοξενίας και το υψηλό κόστος εισόδου.

Τα μουσεία αναγνωρίζουν το γεγονός ότι οι επισκέπτες τους αντιπροσωπεύουν ένα μικρό μόνο ποσοστό των τοπικών κοινωνιών και ότι αυτή την κατάσταση πρέπει να την αντιμετωπίσουν. Η πολιτισμική διαφορετικότητα είναι ιστορική αλλά και κοινωνική πραγματικότητα, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Όσο τα μουσεία προσπαθούν να γνωρίσουν τις τοπικές κοινωνίες, ενημερώνονται και καλύτερα για τις διάφορες πολιτισμικές ανάγκες του πληθυσμού. Πολλές από τις πρωτοβουλίες που παίρνουν αφορούν προγράμματα μικρής κλίμακας και διάρκειας για τις οικογένειες, προσωρινές εκθέσεις και μεμονωμένα γεγονότα και όχι μεγάλες και μόνιμες αλλαγές. Έτσι, αναφέρονται στην «κοινωνία» γενικά, χωρίς την απαραίτητη επίγνωση της πολυπλοκότητας των τοπικών κοινωνιών και στα «άτομα με ειδικές ανάγκες», χωρίς τις απαραίτητες διαφοροποιήσεις μεταξύ τους: αντίθετα από άλλες κοινότητες μειονοτήτων, όπως οι κωφοί για παράδειγμα, δεν υπάρχει πραγματική κοινότητα αναπήρων (Delin 2003:14). Έτσι λοιπόν, στο μουσείο θα πρέπει να επικρατεί ένα κλίμα που θα κάνει όλους τους επισκέπτες του να νιώθουν χαλαρά και άνετα, δηλαδή το μουσείο θα πρέπει να δημιουργήσει μια ζεστή, φιλόξενη εικόνα, που να τους περιλαμβάνει όλους, να είναι φιλική για τα παιδιά, τους ενήλικες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες.

Η πρόσβαση στα μουσεία, διαχωρίζεται σε πολιτισμική, πνευματική και συναισθηματική πρόσβαση.³⁰ Στην πνευματική πρόσβαση, τα εμπόδια ξεκινούν από εκείνους οι οποίοι δεν επισκέπτονται τα μουσεία λόγω άγνοιας του περιεχομένου τους και των πλεονεκτημάτων της επίσκεψης. Γι' αυτό θα πρέπει, όταν θα θέλουμε να προσελκύσουμε νέο κοινό, και ειδικά τις οικογένειες, να ερευνήσουμε πρώτα πώς οι άνθρωποι στις κοινότητες αφομοίωσαν τις πληροφορίες για την πρόσβαση, και μετά να αναζητήσουμε καινοτόμους τρόπους να «περάσουμε το μήνυμα». Μερικοί από τους τρόπους μπορεί να είναι η διαφήμιση ή όπως αλλιώς όπως λέγεται η «από στόμα σε στόμα διαφήμιση», ακόμα μπορεί να είναι αποτελεσματικά, τα άρθρα σε τοπικές εφημερίδες και περιοδικά που διαβάζουν συχνά τα μέλη των επιμέρους ομάδων και μιας οικογένειας, αλλά φυσικά και η ραδιοφωνική και τηλεοπτική κάλυψη.

Είναι φανερό πως μπορεί να υπάρχει ανησυχία ή αμηχανία στις οικογένειες, όταν επισκέπτονται το μουσείο, λόγω ίσως προηγούμενων αρνητικών εμπειριών, αβεβαιότητας ως προς την αντιμετώπιση από αυτό τυχόν δυσκολιών που μπορούν να προκύψουν. Οι συζητήσεις με τους επισκέπτες ή μιας οικογένειας με μία άλλη, μπορούν να αποκαλύψουν

³⁰ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: Διευρύνοντας το κοινό*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.87

την έκταση στην οποία αυτοί μπορεί να νιώθουν περιθωριοποιημένοι από τον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων. Η διανοητική πρόσβαση θα ενισχυθεί από τις συχνές επισκέψεις των οικογενειών, την καθιέρωση συνεργασίας μεταξύ των μουσείων και άλλων υπηρεσιών, κοινοτικών ομάδων, και την άμεση συμμετοχή στον προγραμματισμό των εκθέσεων και των δραστηριοτήτων.

Η φυσική, δηλαδή, η σωματική πρόσβαση είναι ένα πολύ σοβαρό ζήτημα για τις οικογένειες και φυσικά για όλους τους επισκέπτες ενός μουσείου αλλά και αυτούς με κάποια αναπηρία., γιατί θα πρέπει όχι μόνο να ακολουθούν την ίδια πορεία με τους υπόλοιπους επισκέπτες αλλά και να βλέπουν και να αγγίζουν τα εκθέματα, να διαβάζουν τις διάφορες πινακίδες ή να έχουν εναλλακτικούς τρόπους πρόσβασης στις πληροφορίες, να υπάρχουν σημεία για ξεκούραση, αλλά και να υπάρχει κατάλληλος φωτισμός. Η διευκόλυνση της πρόσβασης, η ύπαρξη ανελκυστήρων, η βελτίωση του φωτισμού, η πρόνοια να μην αντανακλούν οι βιτρίνες των εκθεμάτων, η παροχή ευκαιριών για εξέταση των εκθεμάτων με τα χέρια, η αύξηση του μεγέθους των γραμμάτων και η παροχή πληροφοριών με διάφορες μορφές και σε διαφορετικές γλώσσες (και τη νοηματική), θα βελτιώσουν τη μουσειακή εμπειρία για όλους τους επισκέπτες.

Εξίσου σημαντική για όλους είναι και η άνεση των επισκεπτών. Τα καθίσματα πρέπει να τοποθετούνται εκεί που χρειάζονται πιο πολύ, για τους γονείς με τα παιδιά τους, για εκείνους που έχουν δυσκολίες στο βάδισμα και χρειάζονται να κάθονται πιο συχνά, και για όσους πιθανόν, θέλουν να παρατηρήσουν τα εκθέματα για πολλή ώρα, όπως συχνά κάνουν οι γονείς μιας οικογένειας. Ακόμη, πρέπει να υπάρχουν σχέδια διαδρομών για τα άτομα με αναπηρία ή για τις οικογένειες με μικρά παιδιά.

Τέλος, η σήμανση και η διαρρύθμιση του χώρου θα πρέπει να είναι τέτοια, ώστε να δίνει σωστές πληροφορίες στους επισκέπτες δηλαδή για το τι βρίσκεται πού, ώστε να μπορούν να κάνουν λογικές επιλογές και να μην επικρατεί σύγχυση, οπότε αν, για παράδειγμα, χαθεί ένα παιδί, να γνωρίζει μέσω αυτών των πληροφοριών που να πάει. Σημαντικό ρόλο παίζει ακόμη η τιμή του εισιτηρίου, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι τα παιδιά μικρής ηλικίας δεν πληρώνουν, αλλά και οι ανέσεις που θα πρέπει να παρέχονται όπως οι τουαλέτες, το κυλικείο, το καφέ-εστιατόριο, τα όσο το δυνατόν λιγότερα σκαλοπάτια, όπως και ο σχεδιασμός εκθέσεων «φιλικών προς τους ηλικιωμένους». Έτσι, με όλα αυτά διευκολύνεται η φυσική πρόσβαση.

Στην προσπάθεια διεύρυνσης του κοινού, σημαντικό στοιχείο αποτελεί η κατανόηση της φύσης των εμποδίων στη χρήση των μουσείων και η απόπειρα αυτά να ξεπεραστούν. Ο σχετικός προγραμματισμός αποτελεί μακροπρόθεσμη πρόκληση. Στόχος είναι να προσπαθήσουμε κυρίως να παροτρύνουμε τις οικογένειες και γενικά εκείνους που δεν επισκέπτονται τα μουσεία να τα επισκεφτούν, αλλά και το παραδοσιακό κοινό να επισκέπτεται πιο συχνά το μουσείο. Οι οικογένειες που δεν επισκέπτονται μουσεία, νιώθουν συχνά αποκλεισμένοι από την κοινωνία και πιστεύουν ότι τα μουσεία και οι χώροι πολιτισμικής κληρονομιάς δεν είναι γι' αυτούς. Έτσι και εμείς είναι ανάγκη να προσπαθήσουμε να τους αλλάξουμε συνήθειες και όχι απλώς να τους πείσουμε να κάνουν κάτι μόνο μία φορά, αλλά και να μάθουν κάτι καινούργιο, να διαμορφώσουν και να διατηρήσουν το νέο αυτό πρότυπο συμπεριφοράς.

Επομένως, θα πρέπει να εξασφαλίσουμε μια στρατηγική διεύρυνσης του κοινού στην οποία θα ενθαρρύνουμε τις οικογένειες -και γενικά ομάδες που υποεκπροσωπούνται- να παίρνουν μέρος στις δραστηριότητες οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους, και τις εκδηλώσεις των μουσείων, το οποίο σημαίνει πως πάντα πρέπει να υπάρχει κάτι νέο στο οποίο να μπορεί ο

επισκέπτης και η κάθε οικογένεια να συμμετάσχει. Έχουν γίνει επιτυχημένες προσπάθειες που βασίζονται στον προγραμματισμό. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση που το 2006 το Υπουργείο Πολιτισμού οργάνωσε ένα πρόγραμμα με τίτλο «Με την οικογένειά μου στο μουσείο», με φορέα το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, με εκπαιδευτικό φυλλάδιο που απευθυνόταν σε οικογένειες με παιδιά 6-12 ετών και το οποίο περιελάμβανε διαδραστικές δραστηριότητες που θα βοηθούσαν τα παιδιά να προσεγγίσουν επιλεγμένα εκθέματα του μουσείου.³¹

Ωστόσο, ο προγραμματισμός είναι από την φύση του βραχυπρόθεσμος όσο και περιφερειακός σε σχέση με τις κύριες δραστηριότητες των μουσείων.

Το μουσείο πρέπει να ασχολείται ευθέως με το δυνητικό κοινό του και τις οικογένειες που είναι σημαντικές γι' αυτό. Δηλαδή, να διεξάγονται τακτικές συνεντεύξεις και μεικτές ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος από εκείνους που επισκέπτονται και εκείνους που δεν επισκέπτονται τα μουσεία, έτσι ώστε να δώσουν την δυνατότητα στο μουσείο να αποτιμήσει την επίδραση της δουλειάς του, και να το βοηθήσουν να προσδιορίσει τις φιλοδοξίες των ατόμων και των κοινωνικών ομάδων.

Ακόμα, άλλος ένας στόχος είναι η συμμετοχή τους σε εκθέσεις, οι οποίες θα πρέπει να έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να προσεγγίζουν και νεαρά άτομα και θα προσφέρουν διαφορετικές οπτικές γωνίες στα διάφορα θέματα και εκθέσεις που θα τις έχουν επιμεληθεί οι ίδιες οι κοινωνικές ομάδες με επαγγελματικά κριτήρια, μετά από εκπαίδευση, κατάλληλη υποστήριξη, και εξασφάλιση των μέσων για την επίτευξη αυτών των στόχων.

Πολύ πιθανό είναι να υπάρχει η παρουσία του προσωπικού και των εθελοντών από τις επιμέρους κοινωνικές ομάδες και κατηγορίες. Το κάθε μουσείο πρέπει να κάνει ό,τι είναι δυνατόν, έτσι ώστε να διασφαλίσει ότι όλοι οι επισκέπτες, μεταξύ αυτών και οι οικογένειες, απολαμβάνουν την εμπειρία και φεύγουν επιθυμώντας να επιστρέψουν. Για να γίνουν αυτές οι αλλαγές, θα πρέπει τα μουσεία να πραγματοποιήσουν συνεργασίες, που θα τους παρέχουν περισσότερη υποστήριξη, εμπειρία και καθοδήγηση (ειδικοί, χρηματοδότηση, ήδη υπάρχον κοινό). Συνήθως, συμπίπτουν οι ανάγκες του υπάρχοντος κοινού και εκείνων που υποεκπροσωπούνται, αφού άλλωστε οι περισσότερες σχετίζονται με την επιθυμία να βασίζεται η οργάνωση του μουσείου περισσότερο στις ανάγκες των επισκεπτών.

Για όλα τα είδη κοινού, η πραγματική πρόκληση για τα μουσεία είναι να ανταποκριθούν στις βασικές ανάγκες των επισκεπτών τους, και κατ' επέκταση να παρέχουν την ευκαιρία για «εμπλοκή» των επισκεπτών με τις συλλογές και τις εκθέσεις, όπως οι ίδιοι επιλέγουν.

³¹ Ελληνική δημοκρατία-υπουργείο πολιτισμού και αθλητισμού, 2006

ΕΝΟΤΗΤΑ 2^η

ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ ΔΕΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ;

Στην Ελλάδα, οι έρευνες κοινού που στοχεύουν στην μελέτη της σχέσης του μουσείου με το κοινό του βρίσκονται ακόμη σε εμβρυακό στάδιο, γιατί τα ελληνικά μουσεία δεν έχουν ενδιαφερθεί να γνωρίσουν τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντα της ελληνικής οικογένειας. Η ανάγκη διεξαγωγής έρευνας κοινού θεωρείται επιτακτική, διότι μπορεί να βοηθήσει τα μουσεία να εξετάσουν όχι μόνο το δημογραφικό προφίλ των επισκεπτών τους, (δηλαδή την ηλικία, το φύλο, την περιοχή κατοικίας τους, το κοινωνικό-οικονομικό τους επίπεδο και την εκπαίδευσή τους), αλλά και ποιές κοινωνικές ομάδες το επισκέπτονται ή όχι, για ποιους λόγους, με ποιά συχνότητα, σε τι ποσοστό, και τέλος ποιές είναι οι ανάγκες, οι επιθυμίες και τα ενδιαφέροντά τους.

Το κοινό που επισκέπτεται τους πολιτιστικούς οργανισμούς δεν είναι παθητικός δέκτης μηνυμάτων, αλλά προσδοκά να βιώσει νέες εμπειρίες, να μάθει, να βρει ψυχαγωγία, χαλάρωση, ευεξία, ψυχική και πνευματική ανάταση. Ταυτόχρονα, συνειδητοποιούμε ότι το κοινό δεν είναι ενιαίο και ομοιογενές. Περιλαμβάνει διαφορετικές κοινωνικές, γεωγραφικές, πολιτισμικές και ηλικιακές κατηγορίες ανθρώπων. Το ότι οι πολιτιστικοί οργανισμοί συνδυάζουν την εκπαιδευτική και ψυχαγωγική διάσταση τους διαφοροποιεί από τους συμβατικούς χώρους αναψυχής, είναι το συγκριτικό τους πλεονέκτημα και οφείλουν να το αξιοποιούν. Αυτό όμως κάνει και πιο δύσκολη την προσέγγιση κοινωνικών ομάδων που δεν επιλέγουν να περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους σε ένα μουσείο ή θέατρο.³²

Ένας από τους στόχους των μουσείων είναι να προσελκύσουν όχι μόνο νέο κοινό γενικά, αλλά και πιο συγκεκριμένα τις οικογένειες. Πολλές έρευνες έχουν δείξει ότι το ποσοστό των ελληνικών οικογενειών που πραγματοποιούν επίσκεψη στα μουσεία κατά τη διάρκεια μιας οικογενειακής εξόδου είναι πολύ μικρό αναλογικά με αυτό των ξένων οικογενειών που πραγματοποιούν αντίστοιχες επισκέψεις στα μουσεία των χωρών τους. Για παράδειγμα στην Αγγλία και την Αμερική έρευνες έδειξαν ότι σχεδόν το 60% των επισκεπτών στα μουσεία είναι οικογένειες³³, ποσοστό το οποίο δεν μπορεί να φανταστεί κανείς για τα ελληνικά μουσεία. Οι περισσότερες ελληνικές οικογένειες δεν πραγματοποιούν συχνές επισκέψεις στα μουσεία της πόλης τους κατά την διάρκεια μιας οικογενειακής εξόδου, ενώ αντίθετα, όταν πηγαίνουν διακοπές σε έναν άλλο τόπο στην Ελλάδα ή σε μία άλλη χώρα, μία από τις πρώτες προτεραιότητές τους είναι και οι επισκέψεις στα μουσεία. Το γεγονός ότι οι ελληνικές οικογένειες δεν επισκέπτονται συχνά τα μουσεία, οφείλεται, καταρχάς, στην οργάνωση και στην υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρονται στα σχολεία και πολύ λιγότερο ή καθόλου, στις άλλες ομάδες κοινού, όπως, οι έφηβοι, οι ηλικιωμένοι, τα άτομα με αναπηρία και οι οικογένειες, ή ακόμα και στην οργάνωση και υλοποίηση εκθέσεων.

Από έρευνες που έγιναν³⁴, ένας σημαντικός αριθμός οικογενειών υποστήριξε ότι οι γρήγοροι και κουραστικοί ρυθμοί της ζωής, το άγχος, οι οικογενειακές υποχρεώσεις, και η ρουτίνα της καθημερινότητας δεν τους επιτρέπουν στο λίγο χρόνο που τους απομένει να οργανώνουν συχνές επισκέψεις. Αντίθετα, προτιμούν να αξιοποιήσουν αλλιώς τον ελεύθερο χρόνο τους,

³² Αθανασοπούλου Α., «Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή κοινού», *Πολιτισμική επικοινωνία*, 2003, σ. 113, 115-129

³³ Cheek et al., 1976; Borun, 1977; Ham, 1979; Leatsch et al., 1980; Alt, 1980; Bickford et al., 1992; Falk, 1998

³⁴ Gioftsali K., *Families visiting museums as communities of learners; A Greek case study*, κεφ. 5.3, Department of Museum Studies, University of Leicester, England, 2005, σελ.23

όπως με το να πάνε σινεμά, να επισκεφθούν πάρκα ψυχαγωγίας, να χαλαρώσουν και να ξεκουραστούν, να δουν τηλεόραση, να βγουν έξω βόλτα με φιλική παρέα, ή και ακόμα να αφιερώσουν όλο τον ελεύθερο χρόνο τους παίζοντας με τα παιδιά τους στο σπίτι. Γι' αυτούς, τα μουσεία είναι πιο πολύ χώροι εκπαίδευσης και λιγότερο χώροι ψυχαγωγίας. Επιπρόσθετα, πολλοί γονείς δεν επιλέγουν να επισκεφτούν μαζί με τα παιδιά τους κάποιο μουσείο κατά τη διάρκεια μιας οικογενειακής τους εξόδου, γιατί φοβούνται μην αποκαλυφθούν οι ελλείψεις γνώσεις τους σε συγκεκριμένα γνωστικά αντικείμενα, αλλά ακόμα και γιατί φοβούνται μήπως τα παιδιά τους πλήττουν αισθητά.³⁵ Για παράδειγμα, η παρουσίαση ενός εκθέματος με τη χρησιμοποίηση μιας αυστηρά ακαδημαϊκής γλώσσας και η έλλειψη βοηθητικών, ενισχυτικών μέσων κάνει τον κάθε γονέα να αγχώνεται και να νιώθει μεγάλη ανασφάλεια για το αν θα μπορέσει να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις και τις προσδοκίες του παιδιού του, άρα και της οικογενειακής τους επίσκεψης.

Επίσης, η αντίληψη ορισμένων γονέων ότι το σχολείο αναλαμβάνει το ρόλο να πραγματοποιεί τακτικά σχολικές επισκέψεις σε μουσεία, δημιουργεί την εντύπωση μιας σχολικής παρά οικογενειακής υπόθεσης. Με άλλα λόγια, οι γονείς επαναπαύονται στο γεγονός ότι το σχολείο έχει αναλάβει τον ρόλο αυτό, αφού το σχολείο έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Έτσι, δεν μπαίνουν στον κόπο για μια δεύτερη επίσκεψη, εφόσον γνωρίζουν ότι τα παιδιά θα επισκεφτούν μουσεία με το σχολείο τους.

Πολλά παιδιά από την πλευρά τους, δεν επιλέγουν να πάνε σε μουσεία όταν έχουν ελεύθερο χρόνο, επειδή ακριβώς είναι «αναγκασμένα» να πάνε με το σχολείο τους, όταν αυτό διοργανώνει μία σχολική επίσκεψη σε κάποιο μουσείο. Όταν, για παράδειγμα, μια δική τους επίσκεψη τα έχει φορτώσει στο παρελθόν με πληροφορίες, πολλές από τις οποίες ήταν ακατανόητες ή άσχετες με τα βιώματά τους, το παιδί καταχωρεί το μουσείο στους βαρετούς χώρους ή τουλάχιστον στους χώρους που δεν το αφορούν, όπου πάνε μόνο βλέπουν και ακούν έναν οδηγό να μιλάει, ή συμπληρώνουν κάποια φύλλα δραστηριότητας μέσα στον εκθεσιακό χώρο και στη συνέχεια επιστρέφουν στο σχολείο, χωρίς να έχουν εμπλουτιστεί οι μαθησιακές τους εμπειρίες από τη χρήση άλλων πηγών μάθησης. Δεν επιθυμούν, λοιπόν, να «θυσιάσουν» τον ελεύθερο χρόνο τους για μία ακόμη «βαρετή» επίσκεψη, όπως την αποκαλούν, αλλά προτιμούν να επιλέξουν δράσεις με περισσότερο ψυχαγωγικό χαρακτήρα, όπως να πάνε σινεμά ή να βγουν έξω με τους φίλους τους. Αυτό έρχεται σε αντιδιαστολή με έρευνες οι οποίες υποστηρίζουν ότι ενισχύοντας τις σχολικές επισκέψεις σε μουσεία ενισχύουμε μελλοντικές επισκέψεις των παιδιών με τους γονείς τους σε συνδυασμό πάντα με τον παράγοντα ψυχαγωγία και σαφώς διασκέδαση. Πολλά ελληνικά μουσεία, ίσως να επαναπαύονται με την παραπάνω διαπίστωση και πιστεύουν ότι τα παιδιά θα παρασύρουν τους γονείς τους σε μια μελλοντική επίσκεψη.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που οι ελληνικές οικογένειες μπορεί να μην επισκεφτούν μουσεία είναι ο οικονομικός. Πολλές οικογένειες λαμβάνουν υπόψη τους την τιμή του **εισιτηρίου** του μουσείου και αν αυτό είναι ακριβό, μπορεί αυτό να λειτουργήσει αποτρεπτικά για την επίσκεψή τους στο μουσείο.³⁶ Σε αυτές τις περιπτώσεις, το εισιτήριο του κάθε μουσείου θα πρέπει να είναι φυσικά για τα παιδιά, τους μαθητές και τους φοιτητές δωρεάν και το κανονικό, για τους γονείς δηλαδή, να μην ξεπερνάει τα τρία ευρώ, για να μπορούν οι οικογένειες να κάνουν την επίσκεψη που επιθυμούν δίχως να τους προβληματίζει η τιμή του

³⁵ Μια πεποίθηση η οποία άλλαξε για αρκετές οικογένειες από τη στιγμή που μετά από έρευνες, μερικές από αυτές συμμετέχουν και σε εκπαιδευτικά προγράμματα.

³⁶ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: ποσοτική έρευνα κοινού*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.41

εισιτηρίου.

Το κάθε μουσείο θα πρέπει να διαδραματίσει τον δικό του εκπαιδευτικό ρόλο, να αναλογιστεί τις διαφορετικές κοινωνικές ομάδες που επιθυμεί να προσεγγίσει, το είδος των υπηρεσιών που θέλει να προσφέρει, και τους διαφορετικούς τρόπους επικοινωνίας με το κοινό του. Επιπλέον, η ξενάγηση παίζει σημαντικό ρόλο, και πολλές οικογένειες τη θεωρούν «πολυτέλεια», γιατί πιστεύουν πως τα μουσεία δίνουν περισσότερη προσοχή στους τουρίστες και λιγότερη στις οικογένειες αδιαφορώντας για τις δικές τους ανάγκες. Πολλές φορές τυχαίνει να παρατηρούμε τους γονείς να προσπαθούν να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των παιδιών τους ερμηνεύοντας εκθέματα και πληροφορίες χωρίς απαραίτητα να τα κατανοούν και χωρίς να εμπλέκονται ενεργά σε βιωματικές δραστηριότητες γεγονός που προκαλεί έντονη δυσαρέσκεια, έλλειψη ευχαρίστησης της μουσειακής επίσκεψης και τελικά συνειδητής επιλογής να μην το ξαναεπισκεφθούν. Η έλλειψη μουσειακής νοοτροπίας και αγωγής από την πλευρά των γονέων, ίσως να κρύβει ένα βαθύτερο ζήτημα συνολικής κουλτούρας του Έλληνα πολίτη απέναντι στα μουσεία και γενικά απέναντι στον πολιτισμό, καθιστώντας την πρόσβαση στο μουσείο από τις οικογένειες ακόμα πιο δύσκολη. Γι' αυτό το λόγο, πρέπει να βρεθούν τρόποι και κίνητρα που θα προσελκύσουν τις ελληνικές οικογένειες στα μουσεία.

Τα μουσεία πρέπει να πραγματοποιούν επανεκθέσεις, να δημιουργούν νέες εκθέσεις, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, όπως και της οικογένειας, απαλλάσσοντας τον κάθε γονιό από την ευθύνη του «παντογνώστη» και ενισχύοντας περισσότερο το ρόλο του βοηθού και του εμπνευστή που συνεργάζεται και διασκεδάζει με το παιδί του κατά την διάρκεια μιας επίσκεψης. Τα σύγχρονα μουσεία θα πρέπει ακόμη, να βελτιώσουν την επικοινωνιακή εκπαιδευτική πολιτική με συγκεκριμένους στόχους, να γίνουν ανταγωνιστικά με υπηρεσίες αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, έτσι ώστε να προσφέρουν εκπαιδευτικές αλλά και ψυχαγωγικές δραστηριότητες που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα της οικογένειας και γενικότερα των κοινωνικών ομάδων. Πρέπει να δώσουμε κίνητρα στις οικογένειες έτσι ώστε να αγαπήσουν τα μουσεία, να αντιληφθούν ότι είναι ζωντανοί χώροι μάθησης και ψυχαγωγίας και έτσι λοιπόν, να επιθυμούν να τα επισκέπτονται.

Σύμφωνα με μία έρευνα³⁷ που ανέλαβε το Αυστραλιανό Μουσείο το 2001, το 70% των επισκεπτών δήλωσαν πως οι οικογένειες επισκέπτονται τα μουσεία γενικά κυρίως λόγω των ενδιαφερόντων των παιδιών τους. Από τέσσερις επισκοπήσεις (Χειμώνα 2000, Καλοκαίρι 2000, Χειμώνα 2001 και Καλοκαίρι 2001) διαπιστώθηκε ότι οι δραστηριότητες με τις οποίες ασχολούνταν κατά τον ελεύθερο χρόνο τους οι ενήλικοι με τα παιδιά τους ηλικίας 0-12, το 2000-2001 σε διάρκεια 6 μηνών ήταν οι εξής:

Παρακολουθούν βίντεο: 90%

Φτιάχνουν πράγματα σχετικά με το σπίτι: 82%

Επισκέπτονται εστιατόρια: 79%

Κηπουρική για το σπίτι: 79%

Πηγαίνουν για ψώνια: 71%

Πηγαίνουν στον κινηματογράφο: 70%

Πηγαίνουν στην παραλία: 68%

Μαγειρεύουν για ευχαρίστηση: 68%

Ασχολούνται με κάποιο χόμπι: 64%

Αγοράζουν CD/ταινία/ δίσκο μουσικής: 63%

³⁷Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ. 2, σελ.16

Αγοράζουν βιβλίο: 60%
Περιηγούνται στο Ιντερνέτ: 59%
Ασχολούνται με παιχνίδι/αθλητισμό/άσκηση: 55%
Πηγαίνουν σε μπαρ: 43%
Ασχολούνται με διάφορες δραστηριότητες: 38%
Παρακολουθούν συναυλίες: 34%
Παρακολουθούν αθλητικά γεγονότα: 33%
Επισκέπτονται μουσεία/πινακοθήκες/εκθέσεις: 32%
Παίζουν πόκερ: 26%
Κάνουν μαθήματα: 24%
Κάνουν βαρκάδα: 22%
Πηγαίνουν για ψάρεμα/κυνήγι: 22%
Πηγαίνουν για κάμπινγκ: 20%
Κάνουν ιππασία: 7%

Επίσης οι ενήλικοι με τα παιδιά τους ηλικίας 0-12 χρονών (2000-2001) επισκέφθηκαν τα ακόλουθα:

Λιμάνι Darling: 54%
Ολυμπιακό Πάρκο του Sydney: 39%
Μόλος: 37%
Ανατολικός Κυκλικός Μόλος: 32%
Ολυμπιακή πλευρά: 32%
Περιοχή της πόλης του Sydney: 31%
The Rocks: 29%
Βασιλικό Ίστερ Σόου: 27%
Κόλπος Wharf: 24%
Όπερα χάουζ: 21%
Πάντις μάρκετ: 18%
Star City: 18%
Πάρκο Μπισεντένιαλ: 16%
Βασιλικοί Βοτανικοί κήποι: 15%
Προβλήτα Manly: 14%
Ζωολογικός κήπος Taronga: 13%
Studios Fox: 13%
Ενυδρείο του Sydney: 10%
Πάνθηρες: 9%
Αυστραλιανή Γουόντερλαντ: 8%
Άρτ Γκάλερι της NSW: 8%
Αυστραλιανό Μουσείο: 8%
Φεστιβάλ του Sydney: 7%
Μουσείο Πάουερχάουζ: 7%
Κινηματογράφος IMAX: 6%
Εθνικό Μουσείο Μαριτάιμ: 5%
Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης: 5%
Μουσείο του Sydney: 3%

Αυτά τα δεδομένα δείχνουν το 32% των ενηλίκων με παιδιά ηλικίας 0-12 χρονών που επισκέφθηκαν μουσεία και πινακοθήκες, σε σύγκριση με το 34% του συνόλου των ενηλίκων του Sydney. Το 8% επισκέφθηκαν την πινακοθήκη Art Gallery της NSW, το 8% το Αυστραλιανό μουσείο, το 7% το μουσείο Πάουερχάουζ, το 5% το Εθνικό Μουσείο

Μαριτάιμ, το 5% το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης και τον Ζωολογικό Κήπο Taronga τον επισκέφθηκαν οικογένειες δύο φορές. Η Art Gallery της NSW είχε τον μεγαλύτερο αριθμό επισκέψεων από οικογένειες με μέσο όρο 3.3.

Πολλές οικογένειες που τους πήραν συνέντευξη γι' αυτή την έρευνα απάντησαν πως προτιμούσαν την επίσκεψη σε ένα πάρκο, μία παραλία ή το σπίτι ενός φίλου. Στην Canberra, πρωτεύουσα της Αυστραλίας, η δωρεάν είσοδος σε πολιτισμικούς χώρους συνάντησης (μουσεία κλπ) αποτελούσε κίνητρο για μια κανονική οικογένεια να περάσει εκεί τον ελεύθερο χρόνο της. Στο Sydney οι οικογένειες είχαν το πλεονέκτημα των δωρεάν εισιτηρίων και ειδικών προσφορών για να επισκεφθούν αυτούς τους χώρους με τιμή εισόδου. Εξαιτίας τώρα αυτής της τιμής εισιτηρίου για την είσοδο στους χώρους αυτούς παρατηρήθηκε περιορισμός της συχνότητας με την οποία οι οικογένειες επισκέπτονταν τα μουσεία και άλλους πολιτισμικούς-πνευματικούς χώρους.³⁸

Πολλές οικογένειες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων με το υψηλότερο και το χαμηλότερο εισόδημα, προετοιμάζονταν να ξοδέψουν 30-40 δολάρια για μία μέρα οικογενειακής εξόδου. Ο προϋπολογισμός των 30-40 δολαρίων ήταν για ταξίδι, τροφή, τιμή εισόδου και σουβενίρ. Υπήρχαν οικογένειες που διαπραγματεύονταν με το δικό τους τρόπο τον προϋπολογισμό για τα έξοδα. Μερικοί έκαναν οικονομία στα έξοδα για τα μέσα μεταφοράς, ενώ άλλοι έκαναν περικοπές ακόμα και από τα χρήματα που υπολόγιζαν για τροφή.

Οι συνεντεύξεις, έδειξαν επίσης ότι μια επίσκεψη σε μουσείο συχνά επιλεγόταν διότι είχε άμεση σχέση με τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των μελών της οικογένειας. Την απόφαση για την επίσκεψη την έπαιρναν οι γονείς, και πιο συγκεκριμένα οι γυναίκες, προκειμένου να ισοζυγίσουν τις διάφορες ανάγκες όλων των μελών της οικογένειας, και του συζύγου και των παιδιών και των γιαγιάδων και παππούδων. Όπου υπήρχαν παιδιά κάτω των δέκα χρονών, οι γονείς φρόντιζαν πιο ενεργά για τις ανάγκες των μεγαλύτερων παιδιών ή τους επέτρεπαν να κατευθύνουν τη ροή της επίσκεψης. Τα μικρότερα παιδιά ενθαρρύνονταν να συμμετέχουν σ' αυτό και τους δινόταν λίγος χρόνος σε μέρη ειδικά σχεδιασμένα γι' αυτά. Οι γονείς έδιναν έμφαση στο τρόπο με τον οποίο ένα μουσείο θα μπορούσε να γίνει διασκεδαστικό και ελκυστικό στα παιδιά και ότι ήταν μια απαραίτητη προϋπόθεση για μία οικογενειακή έξοδο. Οι γονείς δήλωσαν ότι επέλεγαν να επισκέπτονται μουσεία, γιατί ήξεραν πως τα παιδιά τους θα διασκέδαζαν να βρίσκονται εκεί. Εγγυούνταν, μάλιστα, πως η χαρά των παιδιών τους ήταν μεγάλη, γι' αυτό διαμόρφωναν τις επισκέψεις τους έτσι ώστε να συνδυάζουν την ενέργειά και την προσοχή τους. Οι γονείς όμως που κατάλαβαν ότι τα παιδιά τους δεν απολάμβαναν να επισκέπτονται μουσεία σταματούσαν να τα παίρνουν μαζί τους. Μερικοί από τους γονείς ήξεραν ότι ενθάρρυναν τα παιδιά τους να ακολουθήσουν τα ενδιαφέροντα των ίδιων (των γονέων τους), ωστόσο ήταν ξεκάθαρο, ότι και αυτοί υποστήριζαν τα ενδιαφέροντα των παιδιών τους.

Σε περιπτώσεις, όπου η επίσκεψη του μουσείου ήταν μέρος της εξόδου μιας οικογένειας, συχνά συνδυαζόταν με άλλες δραστηριότητες ή γεγονότα σε άλλα μέρη της πόλης. Το μουσείο ήταν συνήθως το κύριο γεγονός, που συνδυάζαν με ειδική μεταφορά (φέρμ μπόουτ ή τρένο), χρόνο σε εξωτερικούς χώρους (κοντά σε πάρκα), απολαυστικό φαγητό (καφετέρια ή πικνίκ) ή ψώνια (μαγαζιά μουσείου, αγορές, ειδικά μαγαζιά). Ένας λόγος για να επισκεφθεί κάποιος το μουσείο ήταν η επιθυμία του να έχει μια μέρα με ερεθίσματα ή μισή ημέρα έξω από το σπίτι, για να κάνει δηλαδή κάτι διαφορετικό και εποικοδομητικό. Μια μέρα εξόδου

³⁸ Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ. 2, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ.17,18

μπορεί να ληφθεί ως μία κοινωνική εκδήλωση, όπου η οικογένεια θα μπορούσε να περάσει ποιοτικό χρόνο μαζί ενώ, παράλληλα, επιδιώκει να ικανοποιήσει τα προσωπικά ενδιαφέροντα των μελών της ξεχωριστά. Για μερικούς ήταν αρκετό να βρίσκονται μαζί στο ίδιο μέρος.

Επίσης, η πρώτη έρευνα στη σειρά αυτή “Energised, engaged, everywhere: older Australians and museums”, ανακάλυψε ότι οι μεγαλύτεροι άνθρωποι απολαμβάνουν τη συντροφιά των εγγονών τους, βγαίνουν έξω, όταν έχουν έξοδο με όλη την οικογένεια. Έδωσαν σημασία στο γεγονός ότι αισθάνθηκαν πως ήταν σημαντικό για τα παιδιά να επισκέπτονται μουσεία και να μαθαίνουν σχετικά με τα αντικείμενα στην οθόνη και τις σχετικές ιστορίες, ειδικά εκείνες που διευκόλυναν την ανάμνηση, η οποία τους ενθάρρυνε να μιλήσουν στα εγγόνια τους για τις ιστορίες τους. Οικογένειες σε αυτή την έρευνα τόνισαν επίσης ότι η επίσκεψη στο μουσείο τους παρέχει την ευκαιρία να έρχονται σε επαφή με την ευρύτερη κοινωνία που ζούσαν.³⁹

Το μουσείο παρουσιάζει αξίες, οι οποίες είναι σημαντικές για την κοινωνία. Είναι ένα δημόσιος χώρος όπου οι γονείς μπορούν να ενθαρρύνουν την συμμετοχή των παιδιών τους στην ευρύτερη κουλτούρα. Πολύ σημαντικό, επίσης είναι το γεγονός ότι τα μουσεία μπορούν να είναι πολύ δεκτικοί χώροι που βοηθούν ανθρώπους που δυσκολεύονται να κοινωνικοποιηθούν, να εμπλέκονται σε ευρύτερες πολιτισμικές αξίες και να εκπληρώσουν τον γονεϊκό ρόλο, δηλαδή να προετοιμάζουν τα παιδιά τους για την ενήλικη ζωή. Έχει πρόσφατα καταγραφεί μια ολόκληρη σειρά τρόπων σύνδεσης των επισκεπτών με τα μουσεία που αποδεικνύουν ότι τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν σαν «αστικοί χώροι».

Η έρευνα αυτή ανακάλυψε ότι για οικογένειες που πάσχουν από θλίψη, η επίσκεψη στα μουσεία μπορεί να βοηθήσει στην διατήρηση της πίστης σε βασικές αξίες. Για παράδειγμα, ένας πατέρας στην Canberra, που πρόσφατα χώρισε απ’ τη σύζυγό του και τα παιδιά του, είπε ότι πήγε τα παιδιά του στο Εθνικό Μουσείο, όταν τον επισκέφθηκαν, γιατί πίστευε ότι τα μουσεία ήταν σημαντικά και ήξερε ότι η γυναίκα του δεν θα τα πήγαινε. Οι επισκέψεις στα μουσεία κατά τη διάρκεια αυτής της δύσκολης περιόδου της ζωής του ήταν ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που τον βοήθησαν να αντιμετωπίσει την αβεβαιότητα και την έλλειψη της αυτοπεποίθησης που τον χαρακτήριζαν.

Σύμφωνα με μία έρευνα του Αυστραλέζικου Μουσείου οι γονείς θεωρούσαν τις επισκέψεις σε μουσεία σημαντικές, γιατί έτσι καλυτέρευαν τις σχέσεις με τα παιδιά τους, περνούσαν ποιοτικό χρόνο μαζί, μοιράζονταν εμπειρίες και έβλεπαν τι άρεσε στα παιδιά τους. Τα Μουσεία τα έβλεπαν σαν μια ευκαιρία να περάσουν μια ευχάριστη μέρα μακριά από το σπίτι και την καθημερινότητα, κάτι που όλη η οικογένεια μπορούσε να χαρεί σαν έναν εναλλακτικό τρόπο μόρφωσης και γενικά σαν ένα τρόπο να ξοδέψουν τα χρήματα τους για κάτι ευεργετικό γι’ αυτούς. Οι επισκέπτες αναγνωρίζουν τον σημαντικό ρόλο που παίζουν τα μουσεία στη εκμάθηση των δύσκολων ή ευαίσθητων θεμάτων. Οι ενήλικι που τους πήραν συνέντευξη σαν μέρος της αξιολόγησης της έκθεσης του Αυστραλιανού Μουσείου Ενδοχώριων Αυστραλών, αισθάνθηκαν ότι ήταν σημαντικό γι’ αυτούς και τα παιδιά τους να μάθουν περισσότερα γύρω από τους πολιτισμούς της Ενδοχώριας Αυστραλίας με σκοπό να καταλάβουν και να συλλογιστούν περασμένες αδικίες και να κατανοήσουν καλύτερα σύγχρονους τομείς.⁴⁰

Παράλληλα πρόκειται για μία μελέτη της συμπεριφοράς των γονέων που είχαν φέρει τα

³⁹ Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ. 2, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ.18-19

⁴⁰ Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ.2, 4, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ. 19, 26

παιδιά τους, προσχολικής ηλικίας σ' ένα πρόγραμμα, στο Αυστραλιανό Μουσείο, αισθάνθηκαν πως ήταν σημαντικό που τα παιδιά τους ασχολήθηκαν μ' αυτά τα θέματα από πολύ νωρίς, ώστε να βοηθηθούν και να προετοιμαστούν για την μετέπειτα μάθηση. Το μουσείο κατάφερε να μορφώσει και τα παιδιά και τους γονείς τους γύρω από θέματα που κάλυπταν όλες τις εκφάνσεις της ζωής, ειδικά όταν συμπλήρωσε κενά στις γνώσεις των ενηλίκων και τους βοήθησε να γίνουν περισσότερο αξιόπιστοι, όταν μιλούσαν στα παιδιά τους γύρω από αυτό το θέμα. Έτσι παρατηρούμε, ότι οι οικογένειες από άλλες χώρες, νοιάζονται πιο πολύ να επισκεφθούν κάποιο μουσείο μαζί με τα παιδιά τους ακόμα και στον ελεύθερο χρόνο τους από τις ελληνικές οικογένειες, οι οποίες προτιμούν να περάσουν τον ελεύθερο χρόνο τους κάνοντας διάφορα πράγματα εκτός από το να επισκεφθούν κάποιο μουσείο που θα ήταν σίγουρα πιο επιμορφωτικό και για τους ίδιους και για τα παιδιά τους.

Η επίσκεψη σε ένα μουσείο πρέπει να είναι μια δραστηριότητα που να επιλέγεται ελεύθερα από το άτομο και θα πρέπει στοχεύει όχι μόνο στην απόκτηση γνώσεων, αλλά και στην προσωπική ικανοποίηση και χαλάρωση. Όσον αφορά στα κίνητρα των επισκεπτών, αρχικά θα πρέπει να γίνονται διαδραστικά προγράμματα ή εκθέσεις, όπως για παράδειγμα «τα χέρια πάνω στα εκθέματα», ώστε οι οικογένειες να μπορούν να συμμετέχουν, να διεγείρουν το μυαλό τους, να θέλουν να ξαναζήσουν την εμπειρία και να φεύγουν από το μουσείο με τις καλύτερες εντυπώσεις. Έτσι θα έχουν να πουν κάτι θετικό για τα μουσεία και αυτές οι πληροφορίες, θα μεταδοθούν «από στόμα σε στόμα» με αποτέλεσμα την προσέλκυση του κοινού. Άρα, καταλαβαίνουμε ότι αυτοί είναι δύο από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που ωθούν τους επισκέπτες να επισκεφθούν τα μουσεία.

Οι επισκέπτες θα έχουν έτσι τη δυνατότητα να επικοινωνούν με άλλους ανθρώπους, να αποκτούν εμπειρίες και να μοιράζονται εντυπώσεις από τα εκθέματα ενός μουσείου. Λίγες όμως από τις ελληνικές οικογένειες επισκέπτονται μουσεία και συνηθίζουν να μεταφέρουν τις εντυπώσεις τους στους άλλους και μάλιστα έπειτα από πολύ καιρό. Φυσικά, υπάρχουν και οι οικογένειες εκείνες που δεν επισκέπτονται τα μουσεία εξαιτίας της καλής τους φήμης, αλλά γιατί έχουν προσωπικά ενδιαφέροντα. Ακόμα υπάρχουν και οι οικογένειες που επαναλαμβάνουν αυτό που έχουν ακούσει από συζητήσεις, ανεξάρτητα από το αν έχουν επισκεφθεί ένα μουσείο ή όχι και έχουν ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον και τέλος εκείνοι που λένε στους άλλους ό, τι έχουν μάθει από δευτερογενείς πηγές, όπως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Συμπερασματικά, μπορούμε να αναφέρουμε, κάποια κίνητρα που «αντανακλούν τις λειτουργίες ενός μουσείου και στοχεύουν στην εξυπηρέτηση της κοινωνικής-πολιτιστικής ζωής των επισκεπτών». Αυτά είναι η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, η οικογενειακή εκδήλωση, η απόκτηση γνώσεων, ο τόπος και διάφορα πρακτικά ζητήματα.

Οι οικογένειες θα πρέπει να βλέπουν μια μουσειακή επίσκεψη ως ένα κοινωνικό γεγονός και ως μια ευκαιρία να διασκεδάσουν μαζί ή χωριστά. Οι γονείς πρέπει να θεωρούν μια επίσκεψη στο μουσείο ως μέρος της ζωής τους ιδιαίτερα συνδεδεμένο με την παιδική ηλικία. Βέβαια, οι πιο πολλές ελληνικές οικογένειες επισκέπτονται τα μουσεία με βάση τους εξωτερικούς παράγοντες, τον καιρό, τη διαθεσιμότητα του χρόνου, την απόσταση, το πλήθος των επισκεπτών, το μέσο μεταφοράς, την τιμή του εισιτηρίου και τις φυσικές ανάγκες της οικογένειας.

Για να προσελκύσουν τα μουσεία τις οικογένειες, θα πρέπει πρώτα να καθορίσουν χώρους αναψυχής για να αισθάνονται αυτές άνετα με το περιβάλλον, να νιώθουν ότι κάνουν κάτι σημαντικό, να αποκτούν νέες εμπειρίες και έτσι να μαθαίνουν και να συμμετέχουν ενεργά σε οποιαδήποτε δραστηριότητα. Απ' την μεριά του το παιδί, που κάνει διάφορες εργασίες στο

σχολείο, πρέπει να ζητήσει μια μουσειακή επίσκεψη από τους γονείς του. Ακόμα, σε περίπτωση που κάποιο παιδί έχει επισκεφθεί ένα μουσείο με την τάξη του πρέπει να μιλήσει για την εμπειρία του στο σπίτι και να ζητήσει από τους γονείς του να επισκεφτούν μαζί του το μουσείο, όπου το παιδί θα μπορέσει να τους δείξει τι έχει δει και τι έχει κάνει. Οι γονείς στην Ελλάδα, καλό είναι να βλέπουν τις επισκέψεις σε οποιοδήποτε αρχαιολογικό χώρο (μουσεία, γκαλερί κ.α.) ως μέρος της εκπαίδευσης των παιδιών τους, γεγονός το οποίο αγνοούν τελείως κι έτσι δεν τα ενθαρρύνουν προς αυτή την κατεύθυνση. Επιπλέον, για να προσελκύσουν τις οικογενειακές επισκέψεις τα μουσεία πρέπει να προσφέρουν έναν μοναδικό συνδυασμό μάθησης και διασκέδασης για τα παιδιά και τους γονείς ώστε να έχουν μια ενδιαφέρουσα και διασκεδαστική επίσκεψη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

Υπόθεση

Ο βαθμός επισκεψιμότητας της οικογένειας και οι απόψεις των γονέων σχετικά με τα μουσεία.

Δείγμα

Στην έρευνα αυτή συμμετείχαν οι γονείς των μαθητών της πέμπτης τάξης του δημοτικού σχολείου Ζακύνθου και της έκτης τάξης του δημοτικού σχολείου Οβρυάς Πατρών.

Μεθοδολογία

Δόθηκαν στους γονείς των μαθητών φύλλα εργασίας (ερωτηματολόγια), τα οποία περιλάμβαναν ερωτήσεις σχετικές με την επισκεψιμότητα της οικογένειας σε μουσεία. Οι γονείς κλήθηκαν να συμπληρώσουν τις απόψεις τους σε ό,τι αφορά το μουσείο.

Ανάλυση δεδομένων

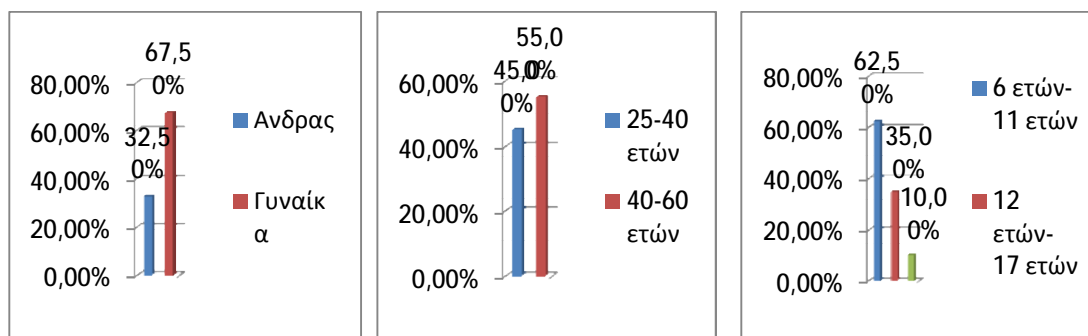
Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν τα υπολογιστικά φύλλα- Excel, όπου περιλαμβάνονται γραφήματα ιστογραμμάτων με τα ποσοστά επί του συνολικού μας δείγματος.

Αποτελέσματα

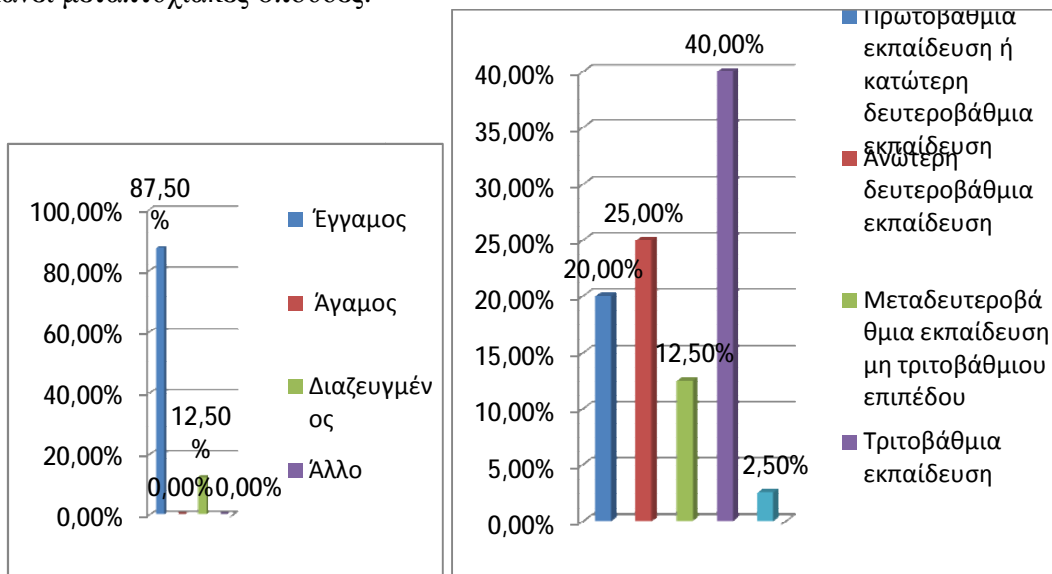
Παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνάς μου για την επισκεψιμότητα της οικογένειας στα μουσεία και ότι άλλο σχετίζεται με αυτά. Παρατηρούμε τις διαφορετικές απόψεις των γονέων, στη συνέχεια δίνονται κάποια συμπεράσματα ανάλογα με τα αποτελέσματα της έρευνας, και αμέσως μετά γίνεται μια αξιολόγησή της.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Αρχικά, πρέπει να πούμε ότι το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε 40 γονείς, από τους οποίους οι 13 είναι άνδρες και οι 27 γυναίκες, οι 18 είναι σε ηλικία 25-40 και οι 22 είναι 40-60. Οι ηλικίες των παιδιών, των 25 γονέων είναι 6-11, των 14 είναι 12-17 χρόνων, και των τεσσάρων γονέων είναι 18-25, όπως φαίνεται στα παρακάτω γραφήματα.



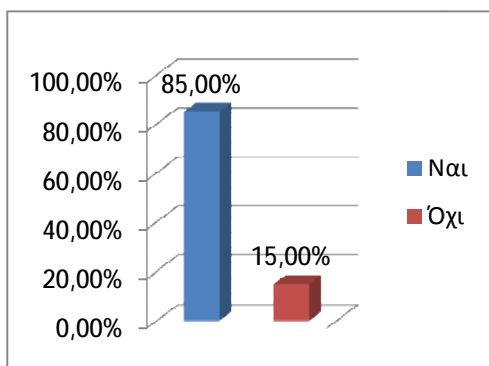
Επιπρόσθετα, οι 35 γονείς είναι έγγαμοι και οι 5 διαζευγμένοι, και ανάλογα με το μορφωτικό τους επίπεδο, όπως το βλέπουμε κάτω δεξιά, 8 είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, 10 ανώτερης δευτεροβάθμιας, 5 μεταδευτεροβάθμιας, 16 τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ένας έχει κάνει μεταπτυχιακές σπουδές.



Τα επαγγέλματά τους είναι: 8 γονείς οικιακά, 2 γονείς δάσκαλοι, ένας οδοντίατρος, ένας αυτοκινητιστής, ένας στρατιωτικός, δύο κομμώτριες, μία δασκάλα Αγγλικών, 6 εκπαιδευτικοί, 2 ελεύθεροι επαγγελματίες, ένας Φυσικός, μία καθηγήτρια φυσικής αγωγής, ένας μηχανολόγος μηχανικός, ένας υδραυλικός, μία πωλήτρια, 9 ιδιωτικοί υπάλληλοι, ένας δημόσιος υπάλληλος, ένας έμπορος, και ένας τραπεζικός υπάλληλος. Τα ενδιαφέροντά τους είναι: τρεις επέλεξαν τη ζωγραφική-τέχνη, 9 την μουσική, 4 το θέατρο, 2 τον κινηματογράφο, ένας τα σταυρόλεξα, ένας την τηλεόραση, ένας την φωτογραφία, 2 την επικοινωνία με φίλους, ένας τις κοινωνικές εκδηλώσεις, ένας τις χειροτεχνίες, 19 το διάβασμα βιβλίων, 2 εθελοντές σε κοινωφελή ιδρύματα, 2 τη συζήτηση με τα παιδιά τους για διάφορα θέματα, 15 τον αθλητισμό - τα σπορ (ποδόσφαιρο - τένις- ποδήλατο), 7 τις εκδρομές- τα ταξίδια, 2 το κυνήγι- ψάρεμα, 2 την πολιτική, ένας Η/Υ, 2 την γυμναστική, ένας τον χορό, 2 το περπάτημα, 2 την μαγειρική, και τέλος 2 τα γεωργικά.

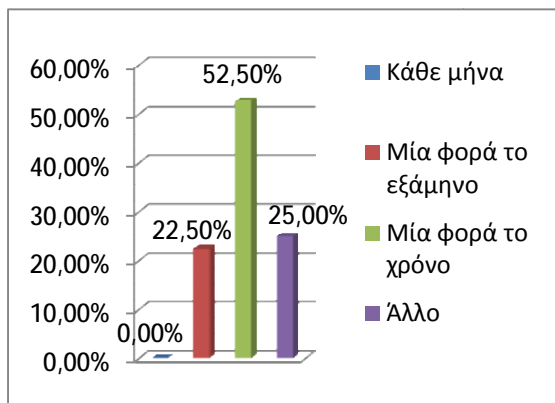
Ερωτήσεις

1. Επισκέπτεστε μουσεία με τα παιδιά σας;



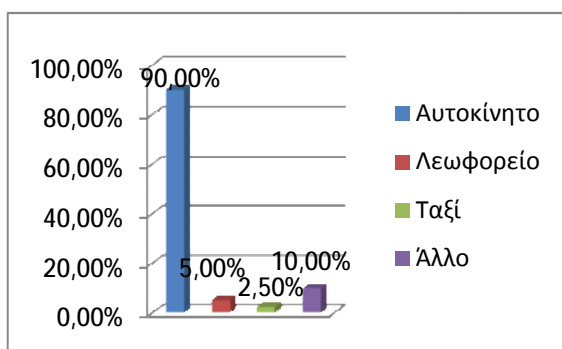
Στο γράφημα αυτό παρατηρούμε πως το 85.0% των γονέων επισκέπτονται τα μουσεία με τα παιδιά τους, ενώ το 15.0% όχι, (λόγω έλλειψης χρόνου και φόρτου εργασίας).

2. Πόσο συχνά επισκέπτεστε μουσεία με τα παιδιά σας;



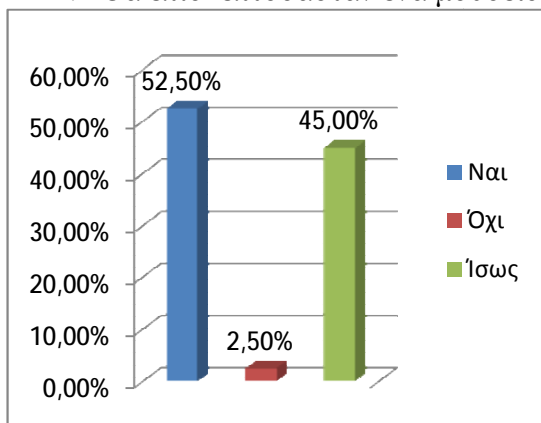
Βλέπουμε ότι οι 9 από τους 40 γονείς απάντησαν μία φορά το εξάμηνο, οι 21, μία φορά τον χρόνο, ενώ οι απαντήσεις των υπόλοιπων 10 ήταν: οπότε μπορούν, σε διάρκεια διακοπών ή ακόμη ότι δεν έχουν πάει ποτέ οικογενειακά μέχρι τώρα. Το ποσοστό αυτών που επισκέπτονται τα μουσεία μία φορά το μήνα είναι μηδενικό.

3. Τι μεταφορικό μέσο χρησιμοποιείτε για τη μεταφορά σας στο μουσείο;



Οι περισσότεροι απάντησαν με το αυτοκίνητο, οι 2 με λεωφορείο, ένας με ταξί και οι υπόλοιποι ανάλογα με τις ευκαιρίες που τους δίνονται.

4. Θα επισκεπτόσασταν ένα μουσείο μαζί με τα παιδιά σας στον ελεύθερο σας χρόνο;



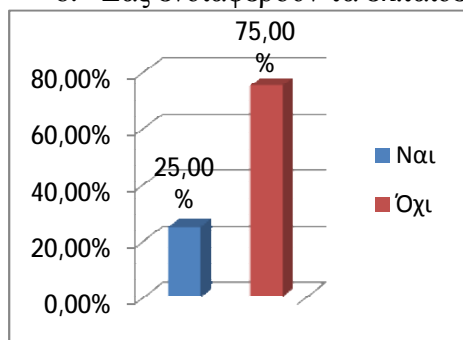
Το 52.5% επισκέπτεται μουσεία στον ελεύθερό του χρόνο, το 2.5% όχι και το 45.0% έχει απαντήσει ότι ίσως θα πήγαινε.

5. Με ποιον τρόπο προτιμάτε να περνάτε τον ελεύθερο χρόνο σας μαζί με τα παιδιά σας εκτός από το να επισκέπτεστε μουσεία;

Στο παραπάνω γράφημα της ερώτησης 4 είδαμε ότι οι οικογένειες επισκέπτονται μουσεία στον ελεύθερο χρόνο τους. Εδώ, στην πέμπτη ερώτηση, μπορούμε να δούμε τους τρόπους που προτιμούν να περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους εκτός

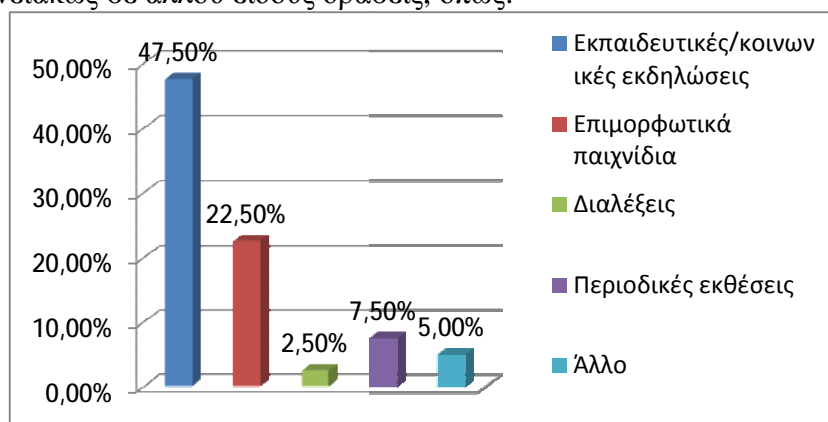
από το να επισκέπτονται μουσεία. Οι απαντήσεις τους ήταν ότι παίζουν με τα παιδιά τους (επιτραπέζια παιχνίδια, καραγκιόζης), πηγαίνουν περιπάτους στο δάσος ή στη θάλασσα, πηγαίνουν βόλτες (με ποδήλατα, στα μαγαζιά, και στην πόλη τους, αλλά και στην παιδική χαρά, σε παιδότοπους), βλέπουν εκπομπές στην τηλεόραση, πηγαίνουν στο θέατρο, οργανώνουν εκδρομές και ταξίδια (και στην φύση), πραγματοποιούν επισκέψεις σε συγγενικά σπίτια, συζητούν με τα παιδιά τους για διάφορα θέματα, πηγαίνουν κινηματογράφο, σε διάφορες εκδηλώσεις, παρακολουθούν αθλητικές δραστηριότητες, πηγαίνουν σε βιβλιοθήκες, ασχολούνται με αθλήματα, περπατούν με τα σκυλιά τους, διαβάζουν (φυσικά και παιδικά) βιβλία, και τέλος κάνουν διάφορες κατασκευές.

6. Σας ενδιαφέρουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνουν τα μουσεία;



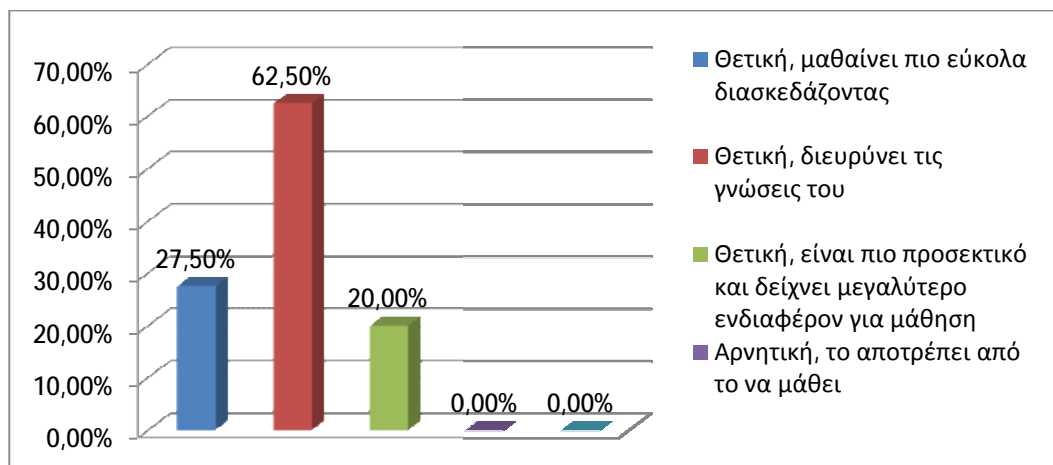
Όσον αφορά στα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι περισσότεροι (το 75.0%) δεν ενδιαφέρονται γι' αυτά, ενώ, το 25.0% ενδιαφέρονται.

Εκείνοι που απάντησαν όχι, δηλαδή οι 30, ερωτήθηκαν, αν θα επιθυμούσαν να συμμετέχουν οικογενειακώς σε άλλου είδους δράσεις, όπως:



Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι 19, θα ήθελαν να συμμετάσχουν σε εκπαιδευτικές-κοινωνικές εκδηλώσεις, οι 9 σε επιμορφωτικά παιχνίδια, 1 σε διαλέξεις, οι 3 σε περιοδικές εκθέσεις, ενώ ένας απάντησε σε τίποτα.

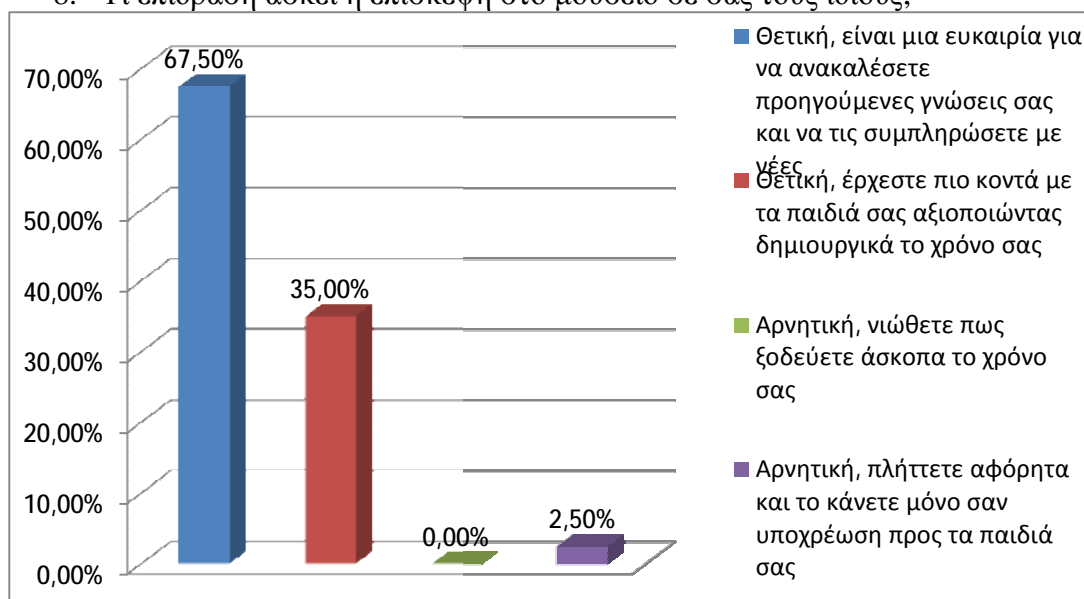
7. Τι επίδραση θεωρείτε ότι ασκεί στο παιδί σας μια επίσκεψη στο μουσείο;



Σύμφωνα

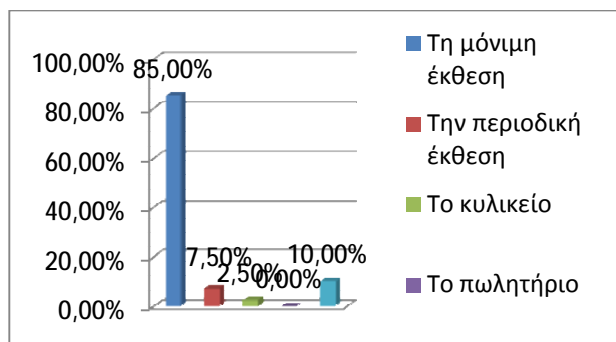
με το γράφημα, το 27.5% των γονέων πιστεύει πως μια επίσκεψη στο μουσείο ασκεί στο παιδί θετική επίδραση, διότι μαθαίνει πιο εύκολα διασκεδάζοντας, το 62.5% πως του ασκεί θετική επίδραση, καθώς διευρύνει τις γνώσεις του, το 20.0% επίσης θετική, εφόσον είναι πιο προσεκτικό και δείχνει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για μάθηση, ενώ κανένας δεν πιστεύει ότι ασκεί αρνητική επίδραση στο παιδί.

8. Τι επίδραση ασκεί η επίσκεψη στο μουσείο σε σας τους ίδιους;



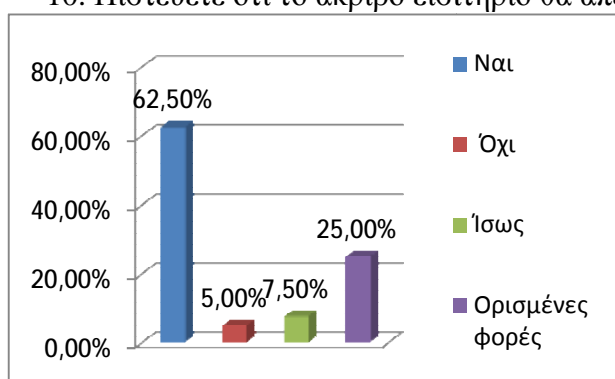
Από το δείγμα των 40 γονέων, το 67.5% πιστεύει πως η επίσκεψη σε μουσείο ασκεί στους ίδιους θετική επίδραση, είναι μια ευκαιρία να ανακαλέσουν προηγούμενες γνώσεις τους και να τις συμπληρώσουν με νέες και το 35.0% πως ασκεί στους ίδιους θετική επίδραση, έρχονται πιο κοντά με τα παιδιά τους αξιοποιώντας δημιουργικά τον χρόνο τους. Κανένας, δεν πιστεύει πως η επίσκεψη στο μουσείο ασκεί αρνητική επίδραση, ώστε να τους κάνει να νιώθουν πως ξοδεύουν άσκοπα το χρόνο τους, ενώ μόνο το 2.5% πιστεύει πως τους ασκεί αρνητική επίδραση, πλήττουν αφόρητα και το κάνουν μόνο σαν υποχρέωση προς τα παιδιά τους.

9. Συνήθως επισκέπτεστε το μουσείο για:



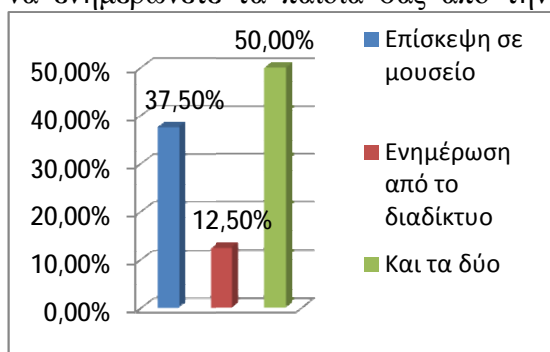
Παρατηρούμε, σύμφωνα με τις απαντήσεις των γονέων, πως το 85.0% επισκέπτονται το μουσείο για την μόνιμη έκθεση, το 7.5% για την περιοδική έκθεση του μουσείου, το 2.5% για το κυλικείο, και το 10.0% για την βιβλιοθήκη ενός μουσείου. Βλέπουμε ότι κανένας δεν πηγαίνει στο μουσείο για το πωλητήριο.

10. Πιστεύετε ότι το ακριβό εισιτήριο θα απέτρεπε την επίσκεψή σας σε ένα μουσείο;



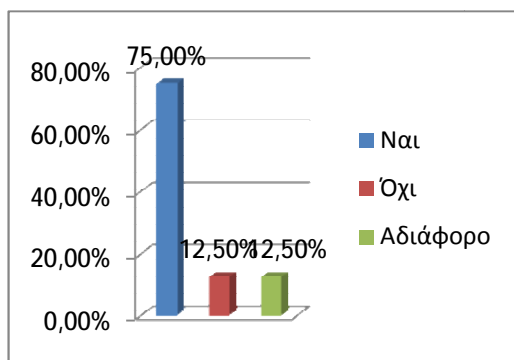
Οι 25 από τους 40 γονείς, πιστεύουν ότι το ακριβό εισιτήριο θα απέτρεπε την επίσκεψή τους σε ένα μουσείο, οι 2 δεν το πιστεύουν αυτό, οι 3 απάντησαν ότι ίσως αυτό θα απέτρεπε την επίσκεψή τους σε μουσείο και οι 10 απάντησαν ότι ορισμένες φορές το ακριβό εισιτήριο θα απέτρεπε την επίσκεψή τους σε ένα μουσείο.

11. Προτιμάτε να επισκέπτεστε τα μουσεία με τα παιδιά σας ή να ενημερώνεστε οι ίδιοι και έπειτα να ενημερώνετε τα παιδιά σας από την ιστοσελίδα του μουσείου; (αν υπάρχει)



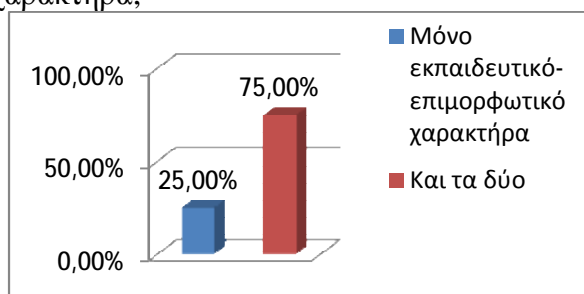
Σύμφωνα με το παραπάνω γράφημα, το 37.5% προτιμά να επισκέπτεται τα μουσεία με τα παιδιά τους, ενώ το 12.5% προτιμά να ενημερώνεται από το διαδίκτυο και έπειτα να ενημερώνουν τα παιδιά τους από την ιστοσελίδα του μουσείου. Παρατηρούμε όμως, ότι το 50.0% προτιμά και τα δύο.

12. Θα σας ενδιέφερε να ενημερώνεστε στην ηλεκτρονική σας διεύθυνση για τα εκπαιδευτικά προγράμματα για οικογένειες του τοπικού μουσείου;



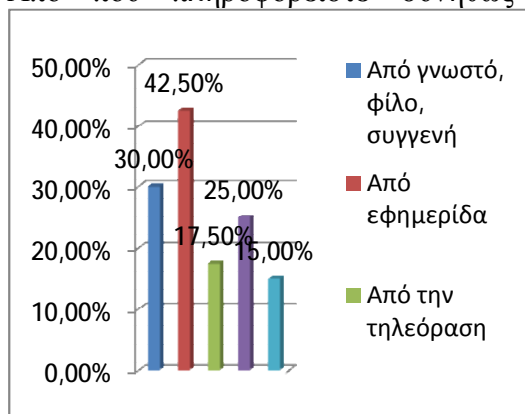
Στην ερώτηση αυτή, εκείνοι που ενδιαφέρονται να ενημερώνονται στην ηλεκτρονική τους διεύθυνση για τα εκπαιδευτικά προγράμματα του μουσείου είναι 30 γονείς, ενώ εκείνοι που δεν ενδιαφέρονται καθόλου ή τους φαίνεται αδιάφορο, είναι 10 γονείς.

13. Θεωρείτε ότι τα μουσεία έχουν μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό ή και ψυχαγωγικό-διασκεδαστικό χαρακτήρα;



Το 25.0% θεωρεί ότι τα μουσεία έχουν μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα, ενώ το 75.0% θεωρεί και τα δύο ότι δηλαδή το μουσείο έχει εκτός από εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα και ψυχαγωγικό-διασκεδαστικό χαρακτήρα.

14. Από πού πληροφορείστε συνήθως για τις δραστηριότητες του μουσείου;



Στην τελευταία ερώτηση, μπορούμε να δούμε από πού πληροφορούνται συνήθως οι γονείς για τις δραστηριότητες του μουσείου. Το 30.0% έδωσε την απάντηση από γνωστό, φίλο, συγγενή, το 42.5% από εφημερίδα, το 17.5% από την τηλεόραση, ενώ το 25.0% ενημερώνεται από αφίσα και τέλος το 15.0% από τουριστικό οδηγό.

Συμπεράσματα έρευνας

Παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των γονέων των μαθητών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο είναι γυναίκες και λιγότεροι άνδρες. Οι περισσότεροι γονείς επισκέπτονται μουσεία μαζί με τα παιδιά τους για την μόρφωση και των δύο τους, για μάθηση και διατήρηση επαφής με την ιστορία, για να γνωρίσουν τον πολιτισμό, για να διευρύνουν τις

γνώσεις των παιδιών τους, για εκπαιδευτικούς και ψυχαγωγικούς λόγους, γιατί τους αρέσει να ανακαλύπτουν την ιστορία και τον πολιτισμό, από ενδιαφέρον για την πολιτισμική μας κληρονομιά-πολιτισμική συνείδηση, γιατί η επίσκεψη στο μουσείο αποτελεί για τα παιδιά κίνητρο για να δείξουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα μαθήματα – εμπλουτισμός γενικότερων γνώσεων. Εκείνοι που απάντησαν πως δεν πηγαίνουν στα μουσεία με τα παιδιά τους είναι ελάχιστοι και αυτό συμβαίνει είτε λόγω του φόρτου εργασίας τους και έλλειψης χρόνου, είτε γιατί θεωρούν ότι οι επισκέψεις σε μουσεία θα πρέπει να διεξάγονται από το σχολείο. Τέλος, μία από τις γυναίκες ανέφερε πως δεν πηγαίνει με το παιδί της σε μουσεία διότι θεωρεί πως είναι αρκετά μεγάλος και αν επιθυμεί θα πάει είτε μόνος του είτε με την παρέα του.

Όσον αφορά στο πόσο συχνά τα επισκέπτονται μαζί, οι περισσότεροι πηγαίνουν μία φορά το χρόνο, μερικοί όποτε μπορούν ή κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, άλλοι δεν έχει τύχει να πάνε μαζί ποτέ, ενώ λιγότεροι πηγαίνουν μία φορά το εξάμηνο.

Οι πιο πολλοί μεταφέρονται σε μουσεία με αυτοκίνητο και μόνο έξι άτομα πηγαίνουν ανάλογα με τις ευκαιρίες που τους δίνονται με λεωφορείο, ταξί ή με το σχολείο του παιδιού (σχολικό λεωφορείο).

Πρέπει να τονίσω εδώ πως το μεγαλύτερο μέρος των γονέων θα είχε τη διάθεση να πάει στο μουσείο με τα παιδιά τους στον ελεύθερό τους χρόνο, ενώ μόνο ένας άνδρας δεν θα πήγαινε. Εκείνοι που απάντησαν «ναι» αιτιολόγησαν τα λεγόμενά τους με αυτόν τον τρόπο: «για να έρθουν τα παιδιά σε επαφή με εικόνες και αντικείμενα άλλων εποχών, άρα να εκπαιδευτούν και να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους», «για να μπορέσει το παιδί να δει και να μάθει κάποια πράγματα για την κληρονομιά των προγόνων μας», για εκπαιδευτικούς λόγους, στο πλαίσιο υγιούς ψυχαγωγίας κυρίως όταν πηγαίνουν μια εκδρομή.

Στην ερώτηση για τα εκπαιδευτικά προγράμματα πρέπει να αναφέρω πως οι περισσότεροι δεν ενδιαφέρονται γι' αυτά, αλλά θα ήθελαν να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικές-κοινωνικές εκδηλώσεις με τα παιδιά τους ή σε άλλου είδους δράσεις. Λίγοι είναι αυτοί που ενδιαφέρονται γι' αυτά τα προγράμματα και πιο συγκεκριμένα μια κυρία θα ήθελε να ενημερωθεί για τα προγράμματα στο μουσείο της Ακρόπολης.

Μία ακόμη διαπίστωση στην οποία μπορούμε να προβούμε είναι πως σχεδόν όλες οι επιδράσεις που ασκεί μια επίσκεψη στο μουσείο στα παιδιά αλλά και στους ίδιους είναι θετικές. Μόνο ένας γονέας απάντησε αρνητικά και δήλωσε πως πλήττει αφόρητα και πως το κάνει μόνο ως υποχρέωση προς τα παιδιά του.

Παρατηρούμε, ακόμη, πως οι επισκέψεις στα μουσεία γίνονται από πολλούς για τη μόνιμη έκθεσή του, από ελάχιστους για την περιοδική έκθεση, το κυλικείο και τη βιβλιοθήκη, ενώ όπως προανέφερα κανένας δεν πηγαίνει για τοπωλητήριο ενός μουσείου.

Έπειτα, το ακριβό εισιτήριο θα απέτρεπε τους περισσότερους γονείς από το να επισκεφθούν ένα μουσείο, για μερικούς ορισμένες φορές, και για πολύ λίγους αυτό δε θα αποτελούσε πρόβλημα.

Όσον αφορά στο αν οι γονείς προτιμούν να επισκέπτονται τα μουσεία με τα παιδιά τους ή να ενημερώνονται οι ίδιοι και έπειτα να τα ενημερώνουν από την ιστοσελίδα του μουσείου, οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες.

Στην περίπτωση της ενημέρωσης των γονιών, για τα εκπαιδευτικά προγράμματα, στην ηλεκτρονική τους διεύθυνση σχεδόν όλοι απάντησαν πως θα ήθελαν να ενημερώνονται μέσω αυτής, ενώ κάποιοι άλλοι δεν θα ήθελαν και τους είναι αδιάφορο.

Όλοι σχεδόν οι γονείς εξέφρασαν, ακόμη, την άποψη ότι το μουσείο έχει όχι μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό αλλά και ψυχαγωγικό-διασκεδαστικό χαρακτήρα, εκτός από δέκα γονείς που θεωρούν πως έχει μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα.

Τέλος, οι γονείς δήλωσαν πως πληροφορούνται συνήθως για τις δραστηριότητες του μουσείου κυρίως από την εφημερίδα, αλλά και από κάποιο γνωστό, συγγενή, φίλο, από την τηλεόραση, από αφίσες και από τουριστικούς οδηγούς.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Σύμφωνα με την έρευνα που έκανα, οι περισσότεροι γονείς ανεξαρτήτως επαγγέλματος, ηλικίας και μορφωτικού επιπέδου ενδιαφέρονται να περνούν χρόνο με τα παιδιά τους, είτε παίζοντας και κάνοντας διάφορες άλλες δραστηριότητες είτε πηγαίνοντας σε μουσεία για να μορφωθούν, να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους τα παιδιά τους αλλά και οι ίδιοι, και να περάσουν όμορφα διασκεδάζοντας μαζί. Οι εκπαιδευτικοί, βέβαια, πιστεύουν πως τα παιδιά πρέπει να επισκέπτονται μουσεία αλλά συνήθως για εκπαιδευτικούς λόγους, για να μάθουν για τον πολιτισμό και να γνωρίσουν από κοντά την ιστορία μας.

Όσον αφορά στα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι γονείς πρέπει να τα λαμβάνουν υπόψη τους, να προσπαθούν να ενημερώνονται με οποιονδήποτε τρόπο, να ενδιαφέρονται για αυτά, έτσι ώστε να μπορούν να συμμετέχουν μαζί με τα παιδιά τους σε κάτι διαφορετικό από τους συνηθισμένους τρόπους με τους οποίους περνούν τον ελεύθερο χρόνο τους. Θεωρώ πως τα παιδιά με τη συμμετοχή τους σε κάποιο πρόγραμμα θα δουν και θα ζήσουν κάτι νέο, θα έρθουν σε επαφή και με άλλα παιδιά, θα κοινωνικοποιηθούν, θα μάθουν πιο εύκολα να διασκεδάζουν, θα διεκδικούν τις γνώσεις τους, και θα δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για μάθηση, με άλλα λόγια θα επιθυμούν να μαθαίνουν από μόνοι τους μέσα για παράδειγμα από τη μέθοδο της εξερεύνησης-αναζήτησης που τους προσφέρουν ορισμένα προγράμματα.

Ακόμα, πιστεύω πως είναι σημαντικό οι γονείς να συμμετέχουν σε κάποιο πρόγραμμα μαζί με τα παιδιά τους, γιατί πρώτα απ' όλα τους δίνεται η ευκαιρία να έρθουν πιο κοντά στα παιδιά τους, να περάσουν δημιουργικά τον χρόνο τους, και να κάνουν το παιδί να αισθανθεί ότι οι γονείς του ενδιαφέρονται για τη μάθηση και γενικά για τις γνώσεις που θα αποκτήσουν από αυτό. Όμως, ακόμα και για τους ίδιους θα είναι μια εμπειρία για να ανακαλέσουν προηγούμενες γνώσεις, να προσθέσουν κι άλλες, και φυσικά αυτό μπορεί να είναι και ένα κίνητρο να βοηθήσουν τα παιδιά τους να αποκτήσουν πιο εύκολα νέες γνώσεις αλλά και νέα ενδιαφέροντα.

Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε ότι με αυτή την έρευνα διαπιστώνουμε ότι οι οικογένειες επιθυμούν να πηγαίνουν στα μουσεία μαζί με τα παιδιά τους, αν και δεν θέτουν ως προτεραιότητα την επίσκεψη στο μουσείο στον ελεύθερο χρόνο τους, γιατί προτιμούν να κάνουν βόλτες σε πάρκα ή άλλες δραστηριότητες. Οι περισσότεροι γονείς δεν γνωρίζουν για τα εκπαιδευτικά προγράμματα, καθώς αρκετοί από αυτούς επαναπαύονται στο γεγονός ότι το σχολείο έχει αναλάβει το ρόλο της επιμόρφωσης των παιδιών τους στο χώρο ενός μουσείου.

Προσωπική μου άποψη, τέλος, είναι ότι οι περισσότεροι γονείς επιθυμούν να επισκέπτονται τα μουσεία, γιατί πιστεύουν στην θετική τους επίδραση που ασκούν αυτά στα παιδιά και στους ίδιους. Επομένως, θα πρέπει οι ιθύνοντες να φροντίσουν να προωθήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα που ίσως δεν γίνονται γνωστά στο ευρύ κοινό, εάν κρίνουμε από τη χαμηλή επισκεψιμότητα των μουσείων.

ΕΝΟΤΗΤΑ 3^η

ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ, ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

Προσδοκίες όλων των επισκεπτών

Οι προσδοκίες του κοινού και ειδικά των οικογενειών αποτελούν έναν από τους βασικούς μοχλούς πίεσης, ώστε τα μουσεία να εμπλουτίσουν τα εκθέματά τους. Η πρόκληση αυτή, να ανταποκριθούν δηλαδή στις προσδοκίες του κοινού ενισχύει επίσης τους υπόλοιπους παράγοντες που πιέζουν τα μουσεία για αλλαγές, όπως είναι η ανάγκη να αυξηθούν οι επισκέπτες, άρα και τα έσοδα, η ανάγκη να υπάρξει διαφοροποιημένη σύνθεση κοινού, η ανάγκη να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις για εκπαιδευτικά προγράμματα. Το παραδοσιακό κοινό, βλέπει την επίσκεψη στο μουσείο ως χαλαρή και ανεπίσημη κοινωνική δραστηριότητα, η οποία προσφέρει παράλληλα τη δυνατότητα της μάθησης και της ευχαρίστησης. Ακόμα, οι περισσότεροι από τους περιστασιακούς επισκέπτες προτιμούν η επίσκεψη να είναι ευχάριστη, ενδιαφέρουσα, και να προσφέρει οικογενειακή ψυχαγωγία.

Μία άλλη βασική ομάδα είναι οι οικογένειες που αντιπροσωπεύουν πολύ μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών του μουσείου. Είναι πολύ σημαντικό να επισκέπτονται τα μουσεία οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους. Οι συστηματικοί επισκέπτες, ανάλογα με το πόσο καλά εξυπηρετούνται, επισκέπτονται επανειλημμένως τους χώρους των μουσείων.

Τέλος, υπάρχουν άλλες δύο κατηγορίες κοινού, οι τακτικοί επισκέπτες, οι οποίοι επισκέπτονται συχνά το μουσείο και θέλουν να ενημερώνονται γι' αυτό και τις τυχόν αλλαγές του, και οι επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα. Στο παρελθόν, οι ανάγκες και η επιρροή εκείνων που είχαν πολλές γνώσεις ασκούσαν δυσανάλογα μεγάλη επίδραση στον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων και γι' αυτό σήμερα τα μουσεία πρέπει να διατηρήσουν το ρόλο τους ως χώρων γνώσης και εμπειρίας. Έχουν άμεση ευθύνη τόσο απέναντι στους ειδικούς ερευνητές, όσο και απέναντι στο γενικότερο κοινό. Οι εργαζόμενοι στα μουσεία οφείλουν να είναι ικανοί να απαντούν στις ερωτήσεις των ειδικών.⁴¹

Οι μελέτες της άποψης που έχει η κοινή γνώμη για τα μουσεία δείχνουν υψηλό επίπεδο αποδοχής και υποστήριξης για τις δραστηριότητές τους. Έρευνα που έγινε σε περίπου 24.000 Καναδούς με θέμα τις απόψεις τους για τα μουσεία της χώρας, έδειξε ότι:

- Το 68% βλέπει τα μουσεία ως ιδρύματα που προσφέρουν τόσο εκπαιδευτική όσο και ψυχαγωγική εμπειρία
- Το 92% πιστεύει πως είναι σημαντικό τα παιδιά να πηγαίνουν στα μουσεία
- Το 96% πιστεύει πως τα μουσεία συνεισφέρουν στην καλή ποιότητα ζωής
- Το 94% πιστεύει πως τα μουσεία παίζουν πολύτιμο ρόλο στην παρουσίαση και την εξήγηση των καλλιτεχνικών επιτευγμάτων
- Το 97% πιστεύει πως τα μουσεία παίζουν πολύτιμο ρόλο για την κατανόηση της φυσικής κληρονομιάς
- Το 96% πιστεύει πως τα μουσεία παίζουν πολύτιμο ρόλο στην έκθεση και την ερμηνεία επιστημονικών και τεχνολογικών επιτευγμάτων
- Το 93% πιστεύει πως τα μουσεία παίζουν πολύτιμο ρόλο στην κατανόηση άλλων περιοχών του πλανήτη και άλλων πολιτισμών
- Το 97% πιστεύει πως τα μουσεία παίζουν αποφασιστικό ρόλο στην γνώση της ιστορίας του Καναδά

⁴¹ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1 Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς*, σελ. 45-47,52

- Το 60% πιστεύει πως τα μουσεία μπορούν να παίξουν ακόμα πιο σημαντικό ρόλο στην канаδική κοινωνία.

Canadian Museums Association (2003: περίληψη)

Έρευνες δείχνουν, πως οι απαιτήσεις του παραδοσιακού κοινού μεγαλώνουν με πολύ γρήγορους ρυθμούς, καθώς το επίπεδο εκπαίδευσης ανεβαίνει και καθώς ο κόσμος αποκτά μεγαλύτερη εμπειρία παρόμοιων δραστηριοτήτων και άλλων τύπων ψυχαγωγίας.

Έρευνα⁴² που έγινε το 1994-95 για τα μουσεία στα East Midlands του Ηνωμένου Βασιλείου, για την υπηρεσία αυτών των μουσείων, και περιελάμβανε αποτίμηση των αντιλήψεων του παραδοσιακού κοινού έδειξε ότι τα μουσεία:

- Έχουν εκπαιδευτικό ρόλο (συμφώνησε το 96%)
- Είναι ενδιαφέροντα (συμφώνησε το 84%, και ένα μικρό μέρος του κοινού είπε ότι βρίσκει τα μουσεία διασκεδαστικά)
- Προσφέρουν οικογενειακή ψυχαγωγία (συμφώνησε το 70%)
- Προσφέρουν καλής ποιότητας εγκαταστάσεις και καλή εξυπηρέτηση (συμφώνησε το 60,5-70%, ενώ το 37% διατύπωσε την άποψη ότι τα μουσεία «δεν έχουν καλές καφετέριες»)
- Έχουν βολικές ώρες λειτουργίας (συμφώνησε το 58%)
- Αξίζουν το κόστος μιας επίσκεψης (συμφώνησε το 61%)

Όταν αυτοί ρωτήθηκαν τι θα τους ενθάρρυνε να επισκέπτονται πιο συχνά τα μουσεία, οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής: εγκαταστάσεις για παιδιά (το 14%), χαμηλότερη τιμή εισιτηρίου (το 11%), πιο πολλά οπτικοακουστικά και διαδραστικά μέσα (το 10%), εναλλαγή εκθεμάτων (το 9%), καλύτερες υπηρεσίες (το 6%) και πιο βολικό ωράριο (το 4%). Όπως βλέπουμε το μεγαλύτερο ποσοστό του παραδοσιακού κοινού αναφέρθηκε στις εγκαταστάσεις για παιδιά, γιατί οι γονείς πρώτα απ' όλα ενδιαφέρονται για τα παιδιά τους, να κατανοήσουν τα εκθέματα, να μάθουν περισσότερα για την ιστορία μας και τα επιτεύγματά μας, αλλά και να ψυχαγωγηθούν, έτσι ώστε να έχουν μία καλή, άνετη και όχι «βαρετή» επίσκεψη στα μουσεία, όπως είδαμε ότι την αποκαλούν τα περισσότερα παιδιά. Επειδή το κοινό των μουσείων και των χώρων της πολιτισμικής κληρονομιάς είναι ποικίλο, οι προσδοκίες μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την κάθε ομάδα ή τον κάθε μεμονωμένο επισκέπτη, αλλά και τις συγκεκριμένες συνθήκες επίσκεψης. Πρέπει να τονίσουμε πόσο σημαντικό είναι να γνωρίζει κανείς το κοινό του. Οι σχετικές μελέτες που είναι σήμερα διαθέσιμες μπορούν να αποτελέσουν την αφετηρία, ξεκινώντας με την ευκολία πρόσβασης με μέσα μαζικής μεταφοράς, το βολικό ωράριο, τις καλές εγκαταστάσεις στάθμευσης, τη σωστή σχέση κόστους και προσφερόμενων υπηρεσιών, και την συμπεριφορά του προσωπικού.

Οι προσδοκίες των περισσότερων περιστασιακών επισκεπτών έγκειται στο γεγονός ότι επιθυμούν:

- Η επίσκεψη να είναι ευχάριστη, όπως αναφέραμε και πιο πάνω, διασκεδαστική, δηλαδή να υπάρχουν πράγματα που να μπορούν να τα κάνουν όλοι μαζί, διότι συνήθως οι επισκέπτες θέλουν να είναι κάτι περισσότερο από παθητικοί αποδέκτες γραπτών πληροφοριών
- Να υπάρχουν καλές εγκαταστάσεις για τα παιδιά
- Η επίσκεψη να παρέχει την ευκαιρία για απόκτηση γνώσης, αρχίζοντας από πιο οικείες έννοιες και προχωρώντας προς το πρωτόγνωρο

⁴² Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.45,46

- Να μπορεί ο χώρος να παρέχει υπηρεσίες για όλα τα επίπεδα γνώσης, για όλες τις δυνατότητες και τις ηλικίες
- Ο χώρος να διαθέτει καλές εγκαταστάσεις και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση
- Να υπάρχει χώρος για πικνίκ, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για οικογένειες.

Επίσης, μία άλλη έρευνα⁴³ που σχετίζεται με την οικογένεια και τα παιδιά, που έγινε από το Κέντρο Ερευνών Κοινού του Μουσείου της Αυστραλίας, δείχνει ότι οι γονείς επιθυμούν εκθέσεις κατάλληλες για τα παιδιά, οι οποίες:

- Επιτρέπουν στα παιδιά να μαθαίνουν με ευχάριστο τρόπο
- Προσφέρουν καινούργιες εμπειρίες και γνώσεις
- Συμπληρώνουν την εκπαίδευση του σχολείου
- Είναι διαδραστικές και επιτρέπουν στα παιδιά όχι μόνο να βλέπουν αλλά και να αγγίζουν και να πειραματίζονται
- Απαιτούν το λιγότερο δυνατό διάβασμα
- Έχουν εκθέματα στο κατάλληλο ύψος
- Προσφέρουν επαρκείς εγκαταστάσεις έτσι ώστε να αποφεύγονται οι μεγάλες ουρές
- Προβλέπουν δραστηριότητες για μεγάλο φάσμα ηλικιών και δυνατοτήτων
- Φροντίζουν και για την ψυχαγωγία των γονιών.

Όπως παρατηρήσαμε αυτές ήταν οι προσδοκίες των γονιών για τα παιδιά τους, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι τα παιδιά έχουν τις ίδιες προσδοκίες με τους γονείς τους. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε το 1997, που μελετούσε τα παιδιά ως κοινό των μουσείων και των πινακοθηκών, για λογαριασμό του UK Arts Council and Museums and Galleries Commission και βασίστηκε σε κάποιες συνεντεύξεις που είχαν κάνει σε παιδιά ηλικίας 7-11 ετών, με την παρουσία των γονιών τους, γιατί δεν επιτρέπονται να γίνονται συνεντεύξεις σε ανηλίκους κάτω των 16 ετών χωρίς να είναι παρόντες και οι γονείς τους, δείχνει ότι:

- Τα παιδιά απολαμβάνουν εμπειρίες που τα συνδέουν με το παρελθόν, λόγω της ευκαιρίας που τους δίνεται να συμμετέχουν αλλά και να μεταμφιέζονται.
- Στα παιδιά αρέσει να αγγίζουν, να πιάνουν και να επεξεργάζονται τα εκθέματα με τα χέρια τους, να ασχολούνται με διάφορα πράγματα, να συμμετέχουν σε διάφορες δραστηριότητες.
- Στα παιδιά αρέσουν οι διαδραστικές εκθέσεις, τα διάφορα παιχνίδια στους υπολογιστές, οι δημιουργικές δραστηριότητες, οι διαγωνισμοί και τα λεγόμενα «κυνήγια θησαυρού».
- Τα παιδιά με μία επίσκεψή τους στο μουσείο μαθαίνουν διασκεδάζοντας αλλά και με αυτήν την επίσκεψη μπορούν να κερδίσουν πολλά σχετικά με τις εργασίες τους στο σχολείο
- Όταν τα παιδιά επισκέπτονται έναν χώρο πολιτισμού κατά την διάρκεια μιας σχολικής εκδρομής, μετά επιστρέφοντας στο σπίτι θέλουν να τον δείξουν και στην οικογένειά τους.

Θα πρέπει να οργανώνονται καλά όλες οι δραστηριότητες που θα σχετίζονται με τα παιδιά, οι εκθέσεις και να μην υπάρχουν πολύ μεγάλα και δυσνόητα κείμενα, γιατί δεν αρέσει στα παιδιά να διαβάζουν πολύ, επειδή αυτό τους θυμίζει μάθημα στο σχολείο. Βασίζονται στους γονείς τους να τους βοηθήσουν ως μεγαλύτεροι και με περισσότερες γνώσεις, αλλά συχνά και οι γονείς χρειάζονται βοήθεια και ενθάρρυνση για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις

⁴³ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.47,48

ερωτήσεις των παιδιών τους και να τους βοηθήσουν σε ό, τι θελήσουν. Η συγκέντρωση και η αυτοπεποίθηση των παιδιών έχει αυξηθεί με τις πολλές και συχνές επισκέψεις, ενώ έχει μειωθεί η τάση που είχαν κατά τη διάρκεια της επίσκεψης να είναι άτακτα και να κάνουν πολλή φασαρία. Τα μουσεία πρέπει να φροντίσουν όχι μόνο για τους εκθεσιακούς χώρους αλλά και γενικότερα για τις υπηρεσίες που παρέχουν στα παιδιά, όπως για παράδειγμα το πωλητήριο-κατάστημα με αναμνηστικά του μουσείου, στο οποίο πρέπει να υπάρχει μεγάλη, οικονομική και ενδιαφέρουσα γκάμα μικρών αντικειμένων, η οποία να είναι ανάλογη με την ηλικία τους.

Σε μία όχι ιδιαίτερα τουριστική τοποθεσία, ο μόνος τρόπος για το μουσείο να διατηρήσει τους επισκέπτες του μακροπρόθεσμα είναι να τους πείσει και να τους παροτρύνει να ξανάρθουν. Ο συστηματικός επισκέπτης και πιο συγκεκριμένα η οικογένεια, είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τα μουσεία σε όλο τον κόσμο. Το ποσοστό του κοινού που αποτελείται από συστηματικούς επισκέπτες διαφέρει ανάλογα με το πόσο καλά αυτοί εξυπηρετούνται, από τον αριθμό των τουριστών της περιοχής, από την ύπαρξη ανταγωνιστικών χώρων, και φυσικά από το για πόσο χρονικό διάστημα ο χώρος ή το μουσείο είναι ανοικτό. Έτσι, το κυριότερο κίνητρο που θα παρακινήσει το κοινό να ξαναεπισκεφθεί κάποιο μουσείο, είναι μία καλή εμπειρία. Όλοι σχεδόν επισκέπτονται τα μουσεία με τις οικογένειές τους ή σε ομάδες. Σημαντική είναι ακόμη η υποδοχή που θα τους επιφυλάσσει το μουσείο για την εμπειρία τους και κατά πόσο θα τους ενθαρρύνει για μια νέα επίσκεψη. Κίνητρο για μία δεύτερη επίσκεψη αποτελεί η επιθυμία του επισκέπτη να δει όλα τα εκθέματα, ή τα «δείξει» σε συγγενείς και φίλους.

Για τον Καναδά, οι Rubenstein και Loten το 1996 παραθέτουν ως κύριους λόγους για μία δεύτερη επίσκεψη στο μουσείο:⁴⁴

- Νέες εγκαταστάσεις
- Περιοδικές εκθέσεις
- Ευκαιρία για κοινωνικοποίηση των παιδιών που επισκέπτονται το μουσείο με την οικογένειά τους
- Ηλικία
- Καλή εξυπηρέτηση.

Σε σύγκριση με τους περιστασιακούς επισκέπτες και με αυτούς που θα ξαναεπισκεφθούν το μουσείο, οι τακτικοί επισκέπτες επιζητούν:

- Πρόγραμμα εκθέσεων και δράσεων που να αλλάζει συχνά
- Ελαστικότητα στην τιμή του εισιτηρίου
- Την ευκαιρία να νιώσουν ότι ανήκουν σε μία ομάδα π.χ. στο σύλλογο φίλων του μουσείου.

Οι τακτικοί επισκέπτες των μουσείων είναι πιο πρόθυμοι να δείξουν προτίμηση για μάθηση και για ενίσχυση της κατανόησης, σε αντίθεση με τους περιστασιακούς επισκέπτες. Όσον αφορά στους επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα, πρέπει να συνεχίσουν να έχουν δυνατότητα πρόσβασης σε όλες τις συλλογές καθώς επίσης και σε όλες τις πληροφορίες που τις συνοδεύουν. Ακόμη, οι εργαζόμενοι στα μουσεία οφείλουν να είναι ικανοί να απαντούν στις ερωτήσεις τους.

Προσδοκίες από την επίσκεψη:

Μάθηση/ανακάλυψη: 26%

Διασκέδαση: 22%

⁴⁴ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.48, 50

Κάλυψη γενικών ενδιαφερόντων: 21%
Συγκεκριμένα εκθέματα: 18%
Ασαφείς ή απροσδιόριστες: 13%

Πηγή: Mc Manus (1996)

Κίνητρα των επισκεπτών

Είναι δύσκολο, να ξεχωρίσει κανείς τα κίνητρα του επισκέπτη από τις προσδοκίες της επίσκεψης. Η απόκτηση γνώσης, αν και δεν είναι το μοναδικό κίνητρο, αποτελεί κύριο μέλημα κατά τον προγραμματισμό των μουσείων. Οι επισκέπτες, και στην προκειμένη περίπτωση οι ελληνικές οικογένειες, μπορεί να έχουν πολλούς λόγους για τους οποίους προτιμούν μια ψυχαγωγική δραστηριότητα από μία άλλη. Εφόσον, κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός, είναι φυσικό να διαφέρουν και τα κριτήρια που επηρεάζουν την απόφασή του σχετικά με το με ποια δραστηριότητα θα ασχοληθεί.⁴⁵

Σύμφωνα με τους Falk και Dierking, οι οικογένειες, επιλέγουν να πηγαίνουν στα μουσεία για κοινωνική αλληλεπίδραση και μάθηση, όπως βέβαια, και οι περισσότερες ελληνικές οικογένειες.⁴⁶ Επιπλέον, έρευνες δείχνουν ότι αυτοί οι σκοποί περιπλέκονται και οι οικογένειες πηγαίνουν στα μουσεία με σκοπό να μαθαίνουν μαζί. Η μάθηση είναι η αφορμή ή καλύτερα το κλειδί για τις επισκέψεις σε μουσεία, οπότε και αποτελεί ένα δυνατό κίνητρο για τις οικογενειακές επισκέψεις. Η απόλαυση, η έμπνευση και η δημιουργικότητα αποτελούν κίνητρα για να επισκεφτούν οι ελληνικές οικογένειες τα μουσεία αλλά και να συμμετάσχουν σε ουσιαστικά προγράμματα.

Έρευνα⁴⁷ στο Μουσείο της Αυστραλίας, στο Σύδνεϋ, μεταξύ του 1999 και του 2001, εντόπισε πέντε βασικά κίνητρα τα οποία είναι: νέα εμπειρία, ψυχαγωγία, μάθηση, ενδιαφέροντα των παιδιών και της οικογένειας, και γόνιμη αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου τους. Το πιο βασικό κίνητρο είναι η ευκαιρία για μια ενδιαφέρουσα εμπειρία με την οικογένεια ή ακόμα και τους φίλους. Έτσι, τα μουσεία πρέπει να διασφαλίζουν φιλόξενο περιβάλλον για όλους, ώστε να διεγείρεται το ενδιαφέρον και ο ενθουσιασμός των επισκεπτών. Μπορούμε να πούμε ότι δίνεται περισσότερη έμφαση σε επικοινωνιακές δραστηριότητες που αναπτύσσονται, στο κοινωνικό και ψυχαγωγικό πλαίσιο μιας επίσκεψης. Οι επισκέπτες προτιμούν να εισέρχονται στο μουσείο σε ομάδες, κυρίως με την οικογένειά τους ή με τους φίλους τους. Επομένως, σημαντικό κίνητρο για την επίσκεψή τους πρέπει να είναι η διαμόρφωση κατάλληλων συνθηκών για κοινωνική έξοδο.

Κίνητρα για την επίσκεψη:

Οικογενειακή επίσκεψη με παιδιά: 20%
Αναψυχή: 20%
Φήμη του μουσείου: 18%
Ενδιαφέρον για τα εκθέματα: 17%
Συγκεκριμένη έκθεση: 17%
Συνήθεια επίσκεψης σε μουσεία: 8%

Πηγή: Mc Manus (1996)

⁴⁵ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς,σελ.51

⁴⁶ Γιόφτσαλη Κ.2007, «Η σχέση των ελληνικών μουσείων με τις οικογένειες: Ουτοπία ή πραγματικότητα», *Το μουσείο 5*, σελ.10-13

⁴⁷ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.53,55

Οι επισκέπτες έρχονται όταν αυτοί το επιθυμούν, αποχωρούν όταν αυτοί θέλουν, και κοιτούν ό, τι αυτοί θέλουν να κοιτάξουν, με άλλα λόγια επιλέγουν την προσωπική τους οπτική γωνία και ερμηνεύουν την εμπειρία που αποκομίζουν με τον δικό του ιδιαίτερο τρόπο. Τα μουσεία παρέχουν ήδη την ευκαιρία αυτή σε κάποιο βαθμό, αλλά πρέπει να προσπαθήσουν περισσότερο προς αυτή την κατεύθυνση. Κάθε οικογένεια και κοινωνική ομάδα θα πρέπει να μπορεί να έχει την εμπειρία που επιθυμεί και να την ερμηνεύει με τον δικό της τρόπο. Πρόκειται, λοιπόν, για ένα σύνολο εμπειριών που αντανακλούν τις διαφορετικές ανάγκες των επισκεπτών.

Ανάγκες των επισκεπτών

Με τον όρο ανάγκες των επισκεπτών και εν μέρει της οικογένειας, εννοούμε, καταρχάς, τις φυσιολογικές ανάγκες, την ασφάλεια, δηλαδή, που πρέπει να νιώθουν οι επισκέπτες, την αίσθηση εξοικείωσης, και την αυτοεκτίμηση. Οι φυσιολογικές ανάγκες είναι οι πιο βασικές ανάγκες, το διάλειμμα, το φαγητό και το νερό, η κατάλληλη θερμοκρασία και τα καθίσματα για ξεκούραση του επισκέπτη. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχει μέριμνα για τουαλέτες μέσα στο μουσείο αλλά και στην καφετέρια, γιατί συνήθως τα παιδιά, χρειάζονται τουαλέτα αμέσως μόλις φθάσουν στο μουσείο ή και κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. Ακόμα, πρέπει να υπάρχουν εγκαταστάσεις για ανάπηρους και για την φροντίδα των μωρών, και να έχουν πρόσβαση και τα δύο φύλα. Το κυλικείο ή η καφετέρια παίζει σημαντικό ρόλο, γιατί εκτός του ότι οι επισκέπτες μπορούν να πάνε να φάνε ή να πιούν κάτι, πολλοί επιλέγουν να ξεκινήσουν την επίσκεψή τους από εκεί, για να οργανώσουν το χρόνο τους. Το κλίμα πρέπει να είναι κατάλληλο, γιατί η θερμοκρασία είναι ένα βασικό ζήτημα, όπου οι απαιτήσεις συντήρησης και οι ανάγκες των επισκεπτών μπορεί να διαφέρουν. Επίσης, η ύπαρξη πινακίδων, οι οποίες θα εξηγούν με σαφήνεια την κατάλληλη συμπεριφορά των επισκεπτών, είναι απαραίτητη, όπως και στην περίπτωση που υπάρχει κάποιο εύθραυστο έκθεμα το οποίο θα πρέπει να διαφυλάξουν κυρίως απ' τα παιδιά που έχουν την τάση να αγγίζουν διάφορα πράγματα.

Εκτός, από τις κατάλληλες εγκαταστάσεις στις τουαλέτες, θα πρέπει να υπάρχουν μεγάλα ανοίγματα, να έχουν τοποθετηθεί ράμπες όπου χρειάζεται έτσι ώστε να μπορούν να περάσουν με ευκολία και να κινηθούν άνετα στο χώρο τα άτομα με κάποια αναπηρία. Όταν αναφερόμαστε στην ασφάλεια, δεν εννοούμε μόνο από άποψη πραγματικού κινδύνου, αλλά και όσον αφορά τον προσανατολισμό, να έχουν σίγουρη αίσθηση προσανατολισμού μέσα στο κτήριο, τον χώρο του μουσείου. Γι' αυτό πρέπει να τηρηθούν οι απαραίτητοι κανόνες πυρασφάλειας, υγιεινής και ασφάλειας, όσον αφορά τον φωτισμό, την πορεία προς την έξοδο, έτσι ώστε οι επισκέπτες να νιώθουν σωματικά ασφαλείς και να εμπιστεύονται το προσωπικό και την εκπαίδευσή του. Πρέπει να δημιουργήσουμε ένα κλίμα οικειότητας, ώστε να νιώθουν άνετα οι επισκέπτες. Αν δεν νιώθουν άνετα, μπορεί να σηκωθούν και να φύγουν. Για να μην φτάσουν σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να τους παρέχουμε θερμή υποδοχή διαμέσου του προσωπικού, καλή σήμανση και προσανατολισμό από την αρχή της επίσκεψης. Η έκθεση είναι αναγκαίο να ταιριάζει στο κοινό το οποίο θέλει να προσελκύσει, όσον αφορά τα μέσα που χρησιμοποιούνται, το επίπεδο γλώσσας, τη χρήση ξένων γλωσσών, αν χρειάζεται, και αν η έκθεση αναφέρεται σε παιδιά θα πρέπει οποιοδήποτε το κείμενο να είναι κατανοητό και απλά γραμμένο ώστε να μπορεί ένα μικρό παιδί να το διαβάσει χωρίς πολλές δυσκολίες βοηθούμενο και από τους γονείς του.

Όσον αφορά την αυτοεκτίμηση, εννοούμε τον σεβασμό προς τους επισκέπτες, οι οποίοι πρέπει να μοιράζονται τον ενθουσιασμό των μουσειολόγων για την ποιότητα του χώρου και των συλλογών, ώστε να προσφέρουν την υποστήριξή τους στη δουλειά τους. Πρέπει, ακόμη, να υπάρχει μέριμνα για τα παιδιά, όχι μόνο ως προϋπόθεση για τη δημιουργία του

μελλοντικού κοινού, αλλά και από σεβασμό προς την παιδική ηλικία. Αυτό δεν σημαίνει ότι τα πάντα πρέπει να είναι κατάλληλα για χρήση από παιδιά, απλώς πρέπει να διασφαλιστεί πως οι απαιτήσεις τους λαμβάνονται πλήρως υπόψη.

Η υπηρεσία εξυπηρέτησης κοινού οφείλει να διασφαλίσει επίσης, αυθεντικότητα και ακεραιότητα, για να μπορεί ο επισκέπτης να υποθέτει πως τα πάντα ως προς την παρουσίαση είναι ακριβή και πως έχουν ληφθεί υπόψη οι πιο πρόσφατες μελέτες. Έπειτα, σημαντικό στοιχείο είναι ο επαγγελματισμός, δηλαδή η ποιότητα της των παροχών στο κοινό (αγενές προσωπικό, βρόμικες τουαλέτες) όλα αυτά που αντιπροσωπεύουν την συμπεριφορά του μουσείου απέναντι στον επισκέπτη. Επιπλέον, η ελευθερία κίνησης, η οποία επιτρέπει στον επισκέπτη να προχωρεί με το δικό του ρυθμό και ακόμη, η ιεράρχηση των πληροφοριών, όπου πρέπει να δίνεται η ευκαιρία στον επισκέπτη να εξερευνήσει το θέμα σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, ανάλογα με την ιδιαίτερη κλίση του και τα ενδιαφέροντά του.⁴⁸

Το μουσείο, λοιπόν, οφείλει να αντανακλά τις προσδοκίες όλων των επισκεπτών συμπεριλαμβανομένων και των ατόμων με ειδικές ανάγκες για τους οποίους πρέπει να υπάρχουν αρκετές, κατανοητές πληροφορίες και οι λεζάντες να είναι ευκολονόητες για να γίνουν κατανοητές από όλους.

⁴⁸ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.1*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.60, 61

ΕΝΟΤΗΤΑ 4^η

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΣΟΥΜΕ ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟ ΓΙΑ ΤΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ;

Τα μουσεία πρέπει να είναι ελκυστικά , πρέπει δηλαδή να προσελκύουν επισκέπτες, ίσως και να τους γοητεύουν. Κατά την άποψή μου, το κοινό πρέπει να βλέπει την επίσκεψη ως «ταξίδι» και ως συζήτηση στην οποία θέλει να συμμετέχει, χρησιμοποιώντας το μυαλό του, αλλά και το σώμα του. Πρέπει τα μουσεία να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και στις προσδοκίες των επισκεπτών τους.

Τα μουσεία, αν και εξ ορισμού μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, είναι σύνθετοι πολιτιστικοί φορείς με μεγάλες ανάγκες διοίκησης και διαχείρισης, τεχνικών και μέσων προώθησης που άπτονται των σύγχρονων εταιρειών. Καθώς ο ανταγωνισμός με άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες αυξάνεται και οι οικονομικοί πόροι που διατίθενται για τον πολιτισμό παραμένουν σταθεροί, τα μουσεία και οι συναφείς οργανισμοί πρέπει να αναπτύξουν στρατηγικές οργάνωσης, συγκρότησης, αναζήτησης χρηματοδότησης, μάρκετινγκ και απασχόλησης, που θα τους επιτρέψουν να προσελκύσουν νέο κοινό και να λειτουργήσουν αποτελεσματικότερα προς την επίτευξη του ρόλου τους.

Επιπρόσθετα, τα μουσεία πρέπει να δημιουργήσουν περισσότερες διαδραστικές εκθέσεις για σύγχρονα θέματα, όπως η νανοτεχνολογία και η αλλαγή του κλίματος.⁴⁹ Πιστεύω, πως πρέπει να προωθήσουν την εικόνα τους περισσότερο, να προβληθούν με εκπαιδευτικά τμήματα που θα επισκέπτονται σχολεία, νοσοκομεία και εμπορικά κέντρα, ώστε να προσεγγίζουν περισσότερους πολίτες. Δραστηριότητες και δημιουργικά εργαστήρια μπορούν να παρακινήσουν τις οικογένειες να επισκεφθούν τα μουσεία στον ελεύθερο χρόνο τους, ειδικά αν αυτά διευθύνουν τις ανάγκες των παιδιών τους. Διατηρώντας την εικόνα τους, πρέπει να εκσυγχρονιστούν με τις νέες τεχνολογίες. Τα μουσεία του σήμερα πρέπει να δημιουργήσουν δεσμούς με όλους τους φορείς της κοινωνίας.

Οι κύριες δράσεις για την προώθηση των μουσείων είναι:

- ✓ Επίσκεψη στα παρασκήνια του μουσείου
- ✓ Ομιλίες
- ✓ Συναυλίες
- ✓ Παρουσιάσεις βιβλίων
- ✓ Θεατρικές παραστάσεις
- ✓ Εκπαιδευτικά προγράμματα για μικρούς, μεγάλους και οικογένειες
- ✓ Εκδηλώσεις
- ✓ Πολυμέσα
- ✓ Ξενάγηση με ακουστικά
- ✓ Εθελοντές
- ✓ Δίκτυο μουσείου
- ✓ Φίλοι μουσείου
- ✓ Περισσότερα μουσειοπαιδαγωγικά προγράμματα

⁴⁹ Γιαννακοπούλου Αλίκη, *Τα μουσεία του σήμερα πρέπει να δημιουργήσουν δεσμούς με όλους τους φορείς της κοινωνίας*, Καινοτομία Έρευνα και Τεχνολογία, 9-10/2009, σελ.21

Είναι σημαντικό τα μουσεία να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο «παρουσιάζονται» στο κοινό που τους ενδιαφέρει. Στόχος αυτής της αλλαγής πρέπει να είναι⁵⁰:

- Να πείσει ότι μία επίσκεψη στο μουσείο θα είναι μια θετική, ευχάριστη και ενδιαφέρουσα εμπειρία, ικανοποιώντας τις ανάγκες του κοινού και αποτελώντας γόνιμη αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου του.
- Να προετοιμάσει τους επισκέπτες ώστε να ασχοληθούν δημιουργικά με τις συλλογές και τα εκθέματα.

Είναι ανάγκη, λοιπόν, να αλλάξει η εικόνα των μουσείων γενικότερα. Παράλληλα, πρέπει να υπάρξει συγκεκριμένη παρουσίαση της εικόνας κάθε μουσείου ξεχωριστά, η οποία θα προσελκύσει τους επισκέπτες στο συγκεκριμένο μουσείο και θα τους προετοιμάσει για την εμπειρία που θα έχουν. Αυτές οι λειτουργίες σχετίζονται στενά μεταξύ τους και είναι εξίσου σημαντικές. Η νέα αυτή εικόνα είναι δύσκολο να κατακτηθεί, και ακόμα πιο δύσκολο να διατηρηθεί. Ωστόσο, το μέλλον του μουσείου εξαρτάται από αυτή.

Σχετικά με το σχεδιασμό του χώρου, πιστεύω ότι τα μουσεία πρέπει να είναι άνετα και χώροι για χαλάρωση και για κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Ο χώρος του μουσείου ανήκει όχι μόνο στα παιδιά αλλά και στους γονείς. Οι γονείς μπορούν επίσης να διασκεδάσουν, να αμφισβητήσουν, να παίξουν και να μοιραστούν με τα παιδιά τους τις μαθησιακές εμπειρίες που μπορούν να αποκομίσουν από μία επίσκεψη σε μουσείο, αλλά και να ενδιαφερθούν να βοηθήσουν τα παιδιά τους στο σπίτι πριν από κάποια δραστηριότητα στο μουσείο για να είναι καλά προετοιμασμένα γι' αυτό. Για τα παιδιά, θα μπορούσαν στα πωλητήρια των μουσείων να διατίθενται οικογενειακά παιχνίδια με ειδική θεματολογία από τα μουσεία, και τα εστιατόρια των μουσείων θα μπορούσαν να εντάξουν στο μενού τους παιδικά γεύματα.⁵¹

Επιπλέον, τα μουσεία με τον κατάλληλο σχεδιασμό εκθέσεων και τη χρήση των εκπαιδευτικών μορφών (όπως οι απλές και κατανοητές ετικέτες, «τα χέρια πάνω στα εκθέματα», η χρήση των ερωτήσεων για προβληματισμό και η σχέση με την καθημερινή ζωή του επισκέπτη), θα πρέπει να ελευθερώσουν τον γονέα από την ευθύνη του ότι τα γνωρίζει όλα και να ενισχύσει τον ρόλο του διαμεσολαβητή που συνεργάζεται και αλληλεπιδρά με το παιδί του κατά τη διάρκεια μιας επίσκεψης σε μουσείο. Επίσης, για να γίνει μια επίσκεψη πιο ευχάριστη και διασκεδαστική θα πρέπει να διοργανώσουν τα μουσεία πολύ-αισθητηριακές εκθέσεις, στις οποίες οι επισκέπτες χρησιμοποιούν όλες τις αισθήσεις τους (την όσφρηση, την όραση, την ακοή και την αφή τους) για να καταλάβουν τα εκθέματα, όπως π.χ. μία ειδική έκθεση με τίτλο «Παρακαλώ αγγίξτε»⁵², που οργάνωσε το Βρετανικό Μουσείο πριν από λίγα χρόνια, καλώντας τους επισκέπτες να αγγίξουν τα αντικείμενα, σε μία προσπάθεια να γκρεμίσουν κάποια από τα φράγματα που συναντούν οι τυφλοί ή οι άνθρωποι με μειωμένη όραση. Επιπλέον, κάποια μουσεία στήνουν προσωρινές εκθέσεις σε πολυκαταστήματα και βιτρίνες για να φέρουν το μουσείο και τις συλλογές του πιο κοντά στο κοινό και την καθημερινή ζωή, όπως συνέβη με το βραχύβιο Μουσείο του Παλιού Pueblo στην Tuscon της Αριζόνας, που λειτούργησε με τον αντίστροφο τρόπο προσπαθώντας να ελκύσει μέσω των εκθέσεών του νέο κοινό σε μία παρηκμασμένη πολυαγορά.⁵³

⁵⁰ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: Δημιουργία κινήτρων για την επίσκεψη*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.107,108

⁵¹ Μουσεία, «Η οικογένεια στο Μουσείο», *Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων*, σελ.32

⁵² Οικονόμου Μαρία, *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός, κεφ4 επικοινωνία με όλους: διαφορετικές προσεγγίσεις και παραδείγματα*, Κριτική, 2003, σελ.75

⁵³ Οικονόμου Μαρία., «Μουσεία για τους ανθρώπους ή για τα αντικείμενα;», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, σελ.52

Οι δραστηριότητες «τα χέρια πάνω στα εκθέματα» (που κατά την γνώμη μου πρέπει στα ελληνικά μουσεία να αφήνουν τους επισκέπτες να αγγίζουν τα εκθέματα και όχι να το απαγορεύουν), και «με τον νου, να σκέφτεται» μπορούν να διεγείρουν την περιέργεια, την φαντασία και την δημιουργικότητά των οικογενειών και να αλλάξουν τις στάσεις που έχουν απέναντι στον ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν τα μουσεία στις μαθησιακές εμπειρίες τους.

Επιπλέον, είναι απαραίτητο να δημιουργήσουν άλλα προγράμματα, όπως το «Ψάξε και βρες. Ρώτα και μάθε. Ζωγράφισε και διασκέδασε!»⁵⁴ (πρόγραμμα του μουσείου Μηλεών δήμου Ν. Πηλίου) Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα, τα παιδιά είχαν την δυνατότητα να συμμετάσχουν ενεργά και να χαρούν την επίσκεψή τους μεταβάλλοντάς την σε μία ευχάριστη, δημιουργική εμπειρία μέσα από τα εκπαιδευτικά φυλλάδια, και τις μουσειοσκευές που δανείστηκαν.

Έπειτα, με τη συμμετοχή τους σε κάποιο πρόγραμμα εκμάθησης οι ελληνικές οικογένειες θα μπορέσουν να αναπτύξουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες, θα έχουν την ευκαιρία να κοινωνικοποιηθούν μέσα από τη συνεργασία που είναι κανόνας σε ένα μουσείο και έτσι να επιτύχουν τους στόχους τους, αλλά και να μάθουν στα παιδιά κάποια πράγματα που δεν θα τους είναι γνωστά πριν από κάποιο πρόγραμμα. Με τις νέες γνώσεις που θα αποκτήσουν, τις δεξιότητες, τις στάσεις, τις αξίες και την απόλαυση θα αλλάξουν τον τρόπο που ενεργούν και συμπεριφέρονται στα ελληνικά μουσεία, τα οποία μπορούν να προκαλέσουν ουσιαστικές και δια βίου μαθησιακές εμπειρίες. Με άλλα λόγια η συμμετοχή σε κάποιο πρόγραμμα θεωρείται πηγή μάθησης για τη γνωστική και κοινωνική ανάπτυξη των οικογενειών. Έτσι, αφενός μεν τα παιδιά θα κάνουν νέους φίλους και αυτό θα είναι ένα μεγάλο όφελος, αφετέρου θα κάνουν κάτι διαφορετικό από το να παρακολουθούν τηλεόραση. Εκτός από αυτά, τα παιδιά θα ενθαρρύνονται και θα υποστηρίζονται από τους ενήλικες και τους συνομήλικούς τους, θα μαθαίνουν ο ένας από τον άλλο, θα νιώθουν ελεύθεροι να εκφραστούν και θα αρχίσουν έτσι να σκέφτονται κριτικά. Οι γονείς και τα παιδιά θα μάθουν να είναι υπεύθυνοι και θα αναπτύξουν σημαντικές δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, διατυπώνοντας τις ιδέες τους και συζητώντας με τους τις υπόλοιπες οικογένειες.

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι η ενημέρωση όσο το δυνατόν περισσότερου κόσμου για την ύπαρξη των μουσείων και των εκθέσεών τους, μέσω της διαφήμισης στην εφημερίδα, σε κάποιο περιοδικό, στον τύπο, σε τουριστικά και μη τουριστικά φυλλάδια, στο διαδίκτυο και σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook,youtube,twitter), μέσω της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, με αφίσες στους δρόμους, στα μετρό, μέσω e-mail, με επιστολές, προσκλήσεις και φαξ, και τέλος, με ειδικές προσφορές, οδηγούς και ημερολόγια που θα έχουν τα μουσεία.

Οι ελληνικές οικογένειες θα πρέπει, ακόμη, να ενημερώνονται για τις νέες εκθέσεις και να αντιληφθούν ότι τα μουσεία είναι χώροι μάθησης και διασκέδασης μαζί. Όταν ένα μουσείο επιθυμεί να προσελκύσει τις ελληνικές οικογένειες πρέπει να διαφημίσει όχι μόνο τον εκθεσιακό χώρο αλλά και τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις που μια οικογένεια θα χρησιμοποιήσει. Ένα μουσείο πρέπει να διαφημίσει τις εκπαιδευτικές καθώς και τις διασκεδαστικές πτυχές μιας επίσκεψης χρησιμοποιώντας μια γλώσσα που θα «μιλήσει» στην καρδιά της κάθε ελληνικής οικογένειας.

Τα μουσεία επιθυμούν να επιτύχουν θετική αντίδραση, να προσπαθήσουν να προσελκύσουν τους επισκέπτες και να τους δημιουργήσουν την κατάλληλη ψυχική διάθεση. Κατά την

⁵⁴ Μουσείο Μηλεών Δήμου Ν. Πηλίου-«Εκπαίδευση»

άποψή μου, η διαφήμιση «από στόμα σε στόμα» είναι η πιο αποτελεσματική μορφή μάρκετινγκ για τα μουσεία, καθώς καλύπτει και τους τρεις παράγοντες (γνωσιακό, συναισθηματικό, και συμπεριφορικό στοιχείο). Αυτή η προσέγγιση, είναι περισσότερο αποτελεσματική στην περίπτωση εκείνων που ήδη επισκέπτονται μουσεία. Είναι ο κύριος τρόπος με τον οποίο οι επισκέπτες μαθαίνουν και αποφασίζουν να επισκεφθούν τα μουσεία. Έτσι, η φράση «από στόμα σε στόμα» από φίλους ή συγγενείς που είχαν προηγουμένως επισκεφθεί κάποιο μουσείο φαίνεται να είναι ένας από τους κύριους παράγοντες για την προσέλκυση επισκεπτών. Αισθάνονται, δηλαδή, πιο σίγουροι, αν κάποιος από το φιλικό τους περιβάλλον μοιραστεί μαζί τους την μουσειακή του εμπειρία βεβαιώνοντάς τους ότι αξίζει να επισκεφθούν, για παράδειγμα, μια συγκεκριμένη έκθεση ενός μουσείου.

Για να προσεγγίσουν τα μουσεία το κοινό τους και ιδιαίτερα τις οικογένειες που δεν τα επισκέπτονται, απαιτείται πριν απ' όλα να κάνουν γνωστή και αισθητή την ύπαρξή τους. Οι υπεύθυνοι των μουσείων πρέπει να δώσουν στον κόσμο να καταλάβει ότι τα μουσεία αλλάζουν, όπως και τα προγράμματά τους και οι εκδηλώσεις τους. Με άλλα λόγια, το μουσείο πρέπει να προβληθεί με τρόπο που να σχετίζεται θετικά με τη συμπεριφορά και τα ενδιαφέροντα των ανθρώπων, να λειτουργήσει πιο δραστικά διασφαλίζοντας ότι οι πληροφορίες για τις συλλογές του και το πρόγραμμά του φτάνουν στο κοινό, αντί να συνεχίσει να βασίζεται μόνο στα ενημερωτικά φυλλάδια και σε άλλες παραδοσιακές προσεγγίσεις.

Υπάρχουν ακόμη, πολλοί τρόποι που μπορούν να καταστήσουν το μουσείο ελκυστικό για τις οικογένειες. Για παράδειγμα, πρέπει να δίνεται η δυνατότητα στους επισκέπτες να έρχονται σε επαφή με τα εκθέματα και γενικότερα να συμμετέχουν ενεργά. Με αυτό τον τρόπο θα επικοινωνούν με το μουσείο και θα θέλουν να το επισκεφθούν ξανά. Αυτό τον τρόπο προσέλκυσης του κοινού είχε πραγματοποιήσει και το Κέντρο Φυσικής Ιστορίας του Μουσείου του Λίβερπουλ. Οι επισκέπτες, δηλαδή, μπορούσαν να αγγίζουν βοτανικά και ζωικά δείγματα, να τα εξετάζουν σε βίντεο-μικροσκοπία, με άλλα λόγια να απασχολούνται βιωματικά, και παράλληλα υπήρχαν στις αίθουσες «ερμηνευτές» σε μόνιμη βάση για την εξυπηρέτηση του κοινού. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας του μικροσπίπ εισήγαγε και άλλες ερμηνευτικές δυνατότητες, καθότι επιτρέπει την εγκατάσταση υψηλής ποιότητας αμφίδρομων προγραμμάτων υπολογιστών στις αίθουσες, με τα αυθεντικά αντικείμενα. Ακόμα, οι ακουστικές συσκευές ξενάγησης, μέσω των οποίων ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει τη διαδρομή του μέσα στο μουσείο, στη δική του γλώσσα, αποτελούν μια ακόμη καινοτομία στο έργο διεύρυνσης της πρόσβασης.

Επίσης, άλλος τρόπος προσέλκυσης των οικογενειών, είναι η εισαγωγή «ζωντανών ερμηνειών» ή δραματοποιήσεων με ηθοποιούς στους εκθεσιακούς χώρους του μουσείου με στόχο να «ζωντανέψουν το παρελθόν», όπως ήδη έχουν πραγματοποιήσει πολλά μουσεία στο εξωτερικό. Για παράδειγμα, το Καναδικό Μουσείο Πολιτισμού χρησιμοποιεί τακτικά θεατρικά προγράμματα ως μία από τις κύριες μεθόδους ερμηνείας, ενώ το Μουσείο Μεταφορών του Λονδίνου απασχολεί ηθοποιούς σε μόνιμη βάση για να ενσαρκώσουν ορισμένους ιστορικούς ρόλους στις αίθουσές του. Τα ελληνικά μουσεία θα μπορούσαν να ακολουθήσουν τον τρόπο σκέψης των ξένων μουσείων για την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών, εννοείται και των οικογενειών.

Επιπλέον, σήμερα, υπάρχει μεγαλύτερη ευρύτητα αντιλήψεων σε σχέση με τη θεματική των εκθέσεων. Παρουσιάζονται θέματα που παλαιότερα θεωρούνταν ακατάλληλα, ταμπού ή δεν μπορούσαν να προβληθούν σε εκθεσιακή μορφή. Η προφορική ιστορία έχει εξελιχθεί σε σημαντικό ερμηνευτικό εργαλείο του μουσείου, δίνοντας την ευκαιρία να ακουστούν οι

ιστορίες των «κοινών» ανθρώπων. Ένα καλό παράδειγμα, είναι το πρόγραμμα «Εποικισμός του Λονδίνου», που παρουσίασε το Μουσείο του Λονδίνου, το οποίο διερεύνησε την ιστορία των μεταναστών στην πόλη από τα προϊστορικά χρόνια έως σήμερα. Σύμφωνα με την έκθεση, η μετανάστευση της μεταπολεμικής περιόδου ήταν απλώς το τελευταίο κεφάλαιο μιας ιστορίας παράλληλης με αυτήν της πόλης. Ήταν η πρώτη φορά που αυτή η ιστορία εμφανιζόταν στο κοινό, και μέσω της συνεργασίας με τις διάφορες κοινοτικές ομάδες, και της παροχής σ' αυτές χώρου εντός του μουσείου για τις δικές τους εκθέσεις, το μουσείο κατάφερε να προσελκύσει ένα εντελώς καινούριο κοινό.

Ένας άλλος τρόπος για να προσελκύσουν τα μουσεία και τα παιδιά είναι να δανείζουν τμήματα των συλλογών τους σε σχολεία, έτσι ώστε τα παιδιά να μπορούν να τα επεξεργαστούν, να πάρουν πληροφορίες και να μάθουν μέσα από αυτά, να μπορούν να κάνουν ερωτήσεις στους δασκάλους τους ή σε άτομα του μουσείου που θα παρευρίσκονται εκεί για περισσότερες πληροφορίες.

Μία άλλη πρωτότυπη ιδέα που θα μπορούσε να υιοθετήσει το μουσείο για να προσελκύσει τα μικρά παιδιά είναι να γιορτάζουν τα γενέθλιά τους μέσα σε αυτό!



Οι μουσειοπαιδαγωγοί θα τα βοηθούσαν να οργανώσουν τα γενέθλιά τους, να φτιάξουν προσκλήσεις για τους φίλους τους, προγράμματα με μουσική ανάλογα με τα εκθέματα του μουσείου, να οργανώσουν μια έκπληξη για τους καλεσμένους τους με παιχνίδι κρυμμένου θησαυρού. Επίσης, να σβήσουν τα κεράκια μιας πρωτότυπης καλλιτεχνικής τούρτας, να κεράσουν τους φίλους τους νόστιμα μεζεδάκια και ολόφρεσκους χυμούς, να αγοράσουν παιδικά βιβλία και τα πιο έξυπνα δώρα για το παιδί που θα έχει τα γενέθλιά του από το πωλητήριο του Μουσείου!⁵⁵

Ακόμη, τα ελληνικά μουσεία, μπορούν να παρέχουν τις υπηρεσίες τους στους τροφίμους της γειτονικής φυλακής και να χρησιμοποιούν μουσειακά αντικείμενα για την θεραπεία της άνοιας των ηλικιωμένων, όπου οικεία αντικείμενα από το παρελθόν του ασθενή θα δράσουν ως ερεθίσματα για συζήτηση και θα χρησιμοποιηθούν αντικείμενα με ενδιαφέροντα σχήματα σε ασκήσεις ψηλάφησης για πάσχοντες από αρθρίτιδα.

Σε μουσεία Φυσικής Ιστορίας, όπου τα περισσότερα εκθέματα είναι πίσω από το γυαλί, οι γονείς συχνά προσπαθούν να αποτρέψουν τα παιδιά τους από το να αγγίζουν τα ανοιχτά εκθέματα, ενώ τα παιδιά συχνά φθάνουν να τα αγγίζουν. Αποτελέσματα έρευνας έδειξαν ότι επισκέπτες όλων των ηλικιών -όχι μόνο τα παιδιά- ελκύνονταν περισσότερο και ασχολούνταν περισσότερο με εκθέματα τα οποία μπορούσαν να αγγιχτούν ή να τα χειριστούν από ότι με εκείνα τα οποία ήταν πίσω από το γυαλί.

⁵⁵ Μουσείο Τέχνης, «Γενέθλια στο μουσείο», Zmart Education

Επιπλέον κριτήρια, τα οποία λαμβάνουν υπόψη τους οι οικογένειες, όταν επιθυμούν να επισκεφτούν ένα μουσείο είναι ο διαθέσιμος χρόνος, οι ώρες λειτουργίας του μουσείου, η απόσταση και τα τέλη εισόδου.⁵⁶

Η είσοδος στα μουσεία είναι ένας σημαντικός παράγοντας για τις ελληνικές οικογένειες, γιατί αν μπορούν να πληρώσουν ένα μεγάλο χρηματικό ποσό για μια επίσκεψη θα θέλουν, εννοείται, αυτό, να αξίζει τον κόπο. Αν για παράδειγμα, η ελληνική οικογένεια μπορεί να αγοράσει εισιτήρια για να δει μια ταινία στο σινεμά, είναι προφανές ότι το κριτήριο δεν είναι το ποσό των χρημάτων που θα δαπανήσει, αλλά το γεγονός ότι η ταινία θα προσφέρει ψυχαγωγία σε όλη την οικογένεια. Υπό αυτές τις συνθήκες μια οικογένεια υπολογίζει την τιμή του εισιτηρίου εισόδου σε ένα μουσείο.

Κατά την γνώμη μου, θα πρέπει να υπάρχει μείωση στο εισιτήριο των μουσείων για τις οικογένειες ή να υπάρξουν κάποια οικογενειακά πακέτα, έτσι ώστε τα μουσεία να προσελκύσουν τις οικογένειες. Σύμφωνα με μια έρευνα επισκεψιμότητας στα μουσεία, διαπιστώθηκε ότι το 2013, λόγω της μείωσης των εισιτηρίων, οι οικογένειες αύξησαν τις επισκέψεις τους στα μουσεία (**Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας, Μουσείο Μπενάκη-Πειραιώς 138, Πινακοθήκη Χατζηκυριάκου-Γκίκα, Ελληνικό Παιδικό Μουσείο**), καθώς συμμετείχαν σε ενδιαφέρουσες εκπαιδευτικές δράσεις που απευθυνόταν σε όλες τις ηλικίες. Πιο συγκεκριμένα, το πρώτο επτάμηνο του 2013 υπήρξε 17,2% αύξηση σε όλους τους επισκέπτες των μουσείων και ομοίως αύξηση 12,4% στις εισπράξεις σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2012.⁵⁷

Ακόμη, ένας άλλος τρόπος προσέλκυσης του κοινού σχετικά με τα εισιτήρια για την είσοδο του μουσείου, είναι να προμηθευτούν οι επισκέπτες, την Copenhagen Card, κάρτα η οποία περιλαμβάνει δωρεάν είσοδο σε 65 μουσεία και αξιοθέατα, δωρεάν μεταφορά με μετρό, λεωφορείο και τρένο, και εκπτώσεις σε μουσεία και μαγαζιά. Διατίθενται για ενήλικες και παιδιά (από 10-15 χρονών) η 24ωρη κάρτα (με 25 ευρώ) και η κάρτα 72ωρών(με 55 ευρώ). για ενήλικες και παιδιά(από 10-15 χρονών). Για τα παιδιά από 0-9 χρονών η διάθεση είναι δωρεάν.⁵⁸

Ένα άλλο κίνητρο που θα παρακινούσε τις οικογένειες να επισκεφτούν τα μουσεία χωρίς να σκέφτονται το οικονομικό θέμα, είναι να ξαναβάλουν σε ισχύ την «Κάρτα Πολιτισμού» που υπήρχε μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2011. Οι κάτοχοι της Κάρτας Πολιτισμού είχαν τη δυνατότητα ελεύθερης εισόδου ή εισόδου με σημαντική έκπτωση σε πολιτιστικούς φορείς που εποπτεύονται από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, αλλά και σε ιδιωτικούς φορείς. Στους κατόχους της Κάρτας Πολιτισμού παρεχόταν δωρεάν είσοδος σε όλα τα Μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, μειωμένο εισιτήριο σε ιδιωτικά μουσεία, σπήλαια, θέατρα και κινηματογράφους, καθώς και

⁵⁶ Η Μουσούρη, στη μελέτη της οικογένειας στην ημερήσια διάταξη και μάθηση στην οικογένεια, διαπίστωσε ότι «πρακτικά θέματα» (δηλαδή καιρικές συνθήκες, η διαθεσιμότητα χρόνου, οι συνθήκες πλήθους και η είσοδος) επηρεάζουν την ατζέντα της οικογένειας πριν από την επίσκεψη και συμβάλλουν στην διαδικασία λήψης αποφάσεων πολλών επισκεπτών.

⁵⁷ Βαϊλάκης Γιώργος, Εντυπωσιακή «Άνοδος με συνδυασμένες δράσεις-Αλμα επισκεψιμότητας και εσόδων στα μουσεία», *Ημερήσια*, 11-1-2014.

⁵⁸ Βερνίκος,Ν., Δασκαλοπούλου,Σ., Μπαντιμαρούδης,Φ., Μπουμπάρης,Ν., Παπαγεωργίου,Δ. *Πολιτιστικές βιομηχανίες- διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά*, Κριτική, 2004,σελ.39

εκπτώσεις σε βιβλιοπωλεία και μουσικές σκηνές που περιλαμβάνονται στο δίκτυο συνεργαζομένων φορέων.⁵⁹

Επιπλέον, πρέπει να τονίσω, ότι ο κύριος ρόλος του μουσείου είναι να «υποστηρίξει» τον επισκέπτη και να προσπαθήσει να προσφέρει εμπνευση, ενδιαφέρον και αισθητική απόλαυση. Σε αυτή την περίπτωση, υπάρχουν τα «πακέτα επισκεπτών» (Rennie 1996), τα οποία μπορούν να καθορίσουν την ποιότητα της εμπειρίας στο μουσείο. Τα μουσεία υπάρχουν για να εμπλουτίζουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων, να ικανοποιούν τις ανάγκες τους με κάθε έννοια (σωματικά, κοινωνικά, διανοητικά, συναισθηματικά, πνευματικά). «Τα μουσεία δεν είναι απλώς τόποι ψυχαγωγίας. Είναι χώροι σχεδιασμένοι να ανυψώσουν το πνεύμα και να διαφωτίσουν το μυαλό».⁶⁰

Επίσης, υπάρχουν πακέτα για τους φίλους του μουσείου, δηλαδή για όλους τους επισκέπτες, ακόμη και για τα μέλη μιας οικογένειας, που μπορούν να γίνουν (φυσικά με την θέλησή τους) φίλοι του μουσείου ή αλλιώς συνδρομητές του μουσείου. Ο κάθε επισκέπτης από τη μια, προσφέρει στο μουσείο και από την άλλη, ανταμείβεται ανάλογα με τη συνδρομή που ανανεώνει κάθε χρόνο. Οι συνδρομές που κατατίθενται είναι η απλή συνδρομή (80 ευρώ ανά έτος), η διπλή συνδρομή (120 ευρώ ανά έτος), ο υποστηρικτής (250 ευρώ ανά έτος), ο δωρητής (500 ευρώ ανά έτος), ο χορηγός (1.000 ευρώ ανά έτος), και τέλος, η εταιρική συνδρομή (5.000 ευρώ ανά έτος). Ανάλογα με αυτές τις συνδρομές ο κάθε επισκέπτης έχει ελεύθερη είσοδο στα μουσεία και άλλες εκπτώσεις.

Το μουσείο κερδίζει πολλά από τις επισκέψεις του κοινού του. Σε αντίθετη περίπτωση τα έσοδα προέρχονται αποκλειστικά από κληροδοτήματα, ΥΠΠΟ, δωρεές, χορηγίες, επιχορηγήσεις, τον εθελοντισμό, το πωλητήριο, την ενοικίαση χώρων, την αξιοποίηση ακίνητης περιουσίας, τα εισιτήρια, και τις συνδρομές από τους φίλους των μουσείων, όπως ανέφερα πιο πάνω. Ακόμα, κάθε μουσείο έχει έξοδα, στα οποία ανήκουν το προσωπικό του μουσείου, η συντήρηση και λειτουργία του μουσείου και στα έξοδα δράσεων ανήκουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι εκδηλώσεις και οι εκθέσεις.

⁵⁹ Αρκαδικές Ειδήσεις, «Κάρτα Πολιτισμού για δωρεάν είσοδο σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους», *Arcadia*

Portal, 2011

⁶⁰ Alt and Shaw 1984, παρατίθεται από Rennie 1996:57.

ΕΝΟΤΗΤΑ 5^η

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ

Η επικοινωνία είναι μια από τις θεμελιώδεις λειτουργίες των μουσείων και πινακοθηκών. Συνιστάται στη μετάδοση πληροφοριών, μηνυμάτων και εμπειριών με σαφή, αποτελεσματικό και ευχάριστο τρόπο, σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα, με ποικίλες προσδοκίες, αναζητήσεις και ενδιαφέροντα. Με πιο απλά λόγια, η επικοινωνία είναι η ανταλλαγή μηνυμάτων, η κατανόηση μέσω κωδίκων/γλώσσας/σημάτων κάποιων μηνυμάτων/σημασιών. Στόχος της επικοινωνίας είναι να έχει κάποια επίδραση σε ένα ή περισσότερα άτομα. Συνδέεται άμεσα με τις υπόλοιπες λειτουργίες του μουσείου, δηλαδή την έρευνα, τη συλλογή, τη διαχείριση αντικειμένων και συλλογών, την οργάνωση, την αποθήκευση και τη συντήρηση αυτών, ορίζει και καθορίζει τη δημόσια εικόνα του μουσείου, επηρεάζει τις αντιλήψεις και τη στάση των ανθρώπων προς αυτό, και συνεπώς την απόφασή τους να το επισκεφθούν ή όχι.

Κατά τα τελευταία είκοσι χρόνια επικρατεί η αντίληψη ότι τα μουσεία υπάρχουν όχι μόνο για τα αντικείμενα που φυλάσσουν αλλά κυρίως για να συμβάλλουν στη δημιουργία ενός υψηλότερου επιπέδου ζωής για όλους. Χαρακτηριστική είναι η απόφαση της Ένωσης Μουσείων Αγγλίας, το 1998, να αντικαταστήσει τον ορισμό του μουσείου που είχε υιοθετήσει πριν από είκοσι χρόνια με έναν νέο που αυτή τη φορά εκφράζει την μετάθεση του ενδιαφέροντος της μουσειακής κοινότητας από τα αντικείμενα στους ανθρώπους και τη διάθεση του μουσείου να βελτιώσει την επικοινωνία του με το υπάρχον κοινό και να διευρύνει τη βάση των επισκεπτών του. Ο νέος ορισμός του μουσείου είναι ο εξής: «τα μουσεία δίνουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν συλλογές και να αντλούν έμπνευση, γνώση και ευχαρίστηση. Είναι ιδρύματα που συλλέγουν, προστατεύουν και κάνουν προσιτά αντικείμενα και δείγματα του φυσικού κόσμου, τα οποία φυλάσσουν προς όφελος της κοινωνίας.»⁶¹

Κατά συνέπεια τα μουσεία δίνοντας έμφαση στην επικοινωνία τους με το κοινό μέσα από εκθέσεις και άλλες δραστηριότητες δείχνουν πως έχουν αναγνωρίσει την ανάγκη όχι μόνο να ενημερώνουν αλλά και να εξασφαλίζουν την υποστήριξη του κοινού τους για τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Πολλά μουσεία στην Ευρώπη εκδίδουν ετήσιες αναφορές, όπου παρουσιάζουν την απόδοσή τους σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων τους. Συχνά προσκαλούν τους επισκέπτες να αναλάβουν πιο ενεργητικό ρόλο στην καθημερινή λειτουργία του μουσείου συνεργαζόμενοι στην διαδικασία ανάπτυξης και υλοποίησης εκθέσεων και άλλων εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων.⁶²

Η επικοινωνιακή στρατηγική ενός μουσείου περιλαμβάνει δραστηριότητες για τις οικογένειες και όλο το κοινό του, που πραγματοποιούνται και εντός και εκτός του φυσικού του χώρου. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν: εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, διαλέξεις και ξεναγήσεις, δραματοποίηση, οργάνωση ποικίλων πολιτιστικών εκδηλώσεων, εργαστήρια που επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να αγγίζουν και να χρησιμοποιήσουν αντικείμενα από τις μουσειακές συλλογές. Όλα τα παραπάνω ενθαρρύνουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με το θέμα και τα αντικείμενα του μουσείου (π.χ. χρήση του κεραμικού τροχού), περιήγηση στις συλλογές με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας (εικονική πραγματικότητα, πολυμέσα), επίσκεψη στους μέχρι πρότινος κλειστούς χώρους του μουσείου (αποθήκες, εργαστήρια συντήρησης).

⁶¹ Μούλιου Μάρλεν, Μπούνια Αλεξάνδρα, «Μουσείο και επικοινωνία», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.42

⁶² Μουσουρή Θεανώ, «Έρευνα κοινού και αξιολόγηση στα μουσεία», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.57

Επιπλέον, σημαντικές είναι οι δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει ένα μουσείο εκτός του φυσικού του χώρου προκειμένου να προσελκύσει τις οικογένειες και να επικοινωνήσει με ανθρώπους που συνήθως δεν επισκέπτονται το μουσείο, είτε λόγω φυσικών είτε λόγω κοινωνικών περιορισμών (άτομα τρίτης ηλικίας, άτομα με μειωμένη κινητικότητα, μειονότητες). Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται: η οργάνωση εκθέσεων και εργαστηρίων/εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε εναλλακτικούς, μη-μουσειακούς χώρους (σχολεία, εμπορικά κέντρα, φυλακές, νοσοκομεία, οίκοι ευγηρίας), οι μουσειοσκευές, τα μουσειολεωφορεία, η επαφή με τα τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης και η συνεργασία με διάφορες κοινωνικές ομάδες για την οργάνωση πρωτότυπων πολιτιστικών δράσεων.⁶³

Η έννοια της επικοινωνίας δεν περιορίζεται όμως στις δραστηριότητες που μπορούν να οργανωθούν από ένα μουσειακό οργανισμό. Θα πρέπει να αποτελεί τη βάση της ιδεολογίας του μουσείου, και να επηρεάζει έτσι όλες τις αποφάσεις που λαμβάνονται σε όλα τα στάδια και τα επίπεδα της διαχείρισης και της διοίκησης του ιδρύματος. Σήμερα, η πρόκληση που αντιμετωπίζουν τα μουσεία είναι να συνδυάσουν αποτελεσματικά όλες τις παραδοσιακές αξίες του μουσείου ως οργανισμού, με το ενδιαφέρον για την αμφίδρομη συνεργασία με όλους τους κοινωνικούς φορείς. Στόχος είναι να εδραιωθεί βαθιά μέσα στην κοινωνική συνείδηση η σημασία του μουσείου ως φορέα αξιών και ποιότητας. Τα πάντα μέσα σε ένα μουσείο σχετίζονται με την επικοινωνία (από τις τουαλέτες, το βεστιάριο, το προσωπικό κλπ).

Η επικοινωνιακή φύση του μουσείου

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων αποτελούν βασικό στοιχείο της επικοινωνίας του μουσείου με το κοινό τους και φυσικά με τις οικογένειες μέσω των οικογενειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Η δυναμική του σύγχρονου μουσείου ανατρέπει την στατική εικόνα του θεματοφύλακα τέχνης και πολιτισμού και αποκτά συνειδητή επικοινωνιακή πολιτική⁶⁴.

Υπάρχουν διάφορα μοντέλα που επηρεάζουν τη μουσειακή επικοινωνία.

Σύμφωνα με το απλό γραμμικό μοντέλο επικοινωνίας η διαδικασία επικοινωνίας αποτελείται από ένα πομπό που στέλνει κάποιο μήνυμα σε ένα δέκτη. Σε αυτό το σύστημα η εξουσία του επιμελητή, για παράδειγμα μιας έκθεσης, σε ένα μουσείο είναι καθολική, καθώς διαλέγει τα αντικείμενα, το περιεχόμενο και την προσέγγιση (Οικονόμου, 2003). Αυτό το μοντέλο θεωρεί, ότι η επικοινωνία μεταδίδει πληροφορίες και στέλνει μηνύματα, μεταβιβάζοντας ιδέες από μία γνωστική πηγή σε ένα παθητικό δέκτη⁶⁵ (Hooper-Greenhill).

Με άλλα λόγια, σύμφωνα με την Hooper-Greenhill, η επικοινωνία στο μουσείο είναι κοινωνική λειτουργία και οι άνθρωποι (και οι οικογένειες) δημιουργούν τα δικά τους νοήματα και μηνύματα με ενεργητικό τρόπο μέσα σε αυτό. Σε αυτό το πλαίσιο, τα μέσα επικοινωνίας ορίζονται ως ο χώρος μεταξύ αυτών που επικοινωνούν και αυτών που κατασκευάζουν μηνύματα, όπου πολλά, διαφορετικά και συχνά αντιφατικά μηνύματα

⁶³ Μούλιου Μάρλεν, Μπούνια Αλεξάνδρα, «Μουσείο και επικοινωνία», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.42

⁶⁴ Τζιαφέρη Σ, *Το σύγχρονο μουσείο στην ελληνική εκπαίδευση μέσα από τα παραδείγματα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων*, 2004

⁶⁵ Αναγνώστου Ελένη, *Μελέτη και αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων Μουσείου του Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης*, 2011,σελ.10

δομούνται ξανά και ξανά σε μία κατάσταση διαρκούς κίνησης. Αυτός ο διαμεσολαβητικός χώρος περιλαμβάνει όλα τα μέσα επικοινωνίας του μουσείου.⁶⁶

Η επικοινωνία συνδέεται άμεσα με τις έννοιες:

- Της προσβασιμότητας (διανοητική και φυσική)
- Της ένταξης
- Του σεβασμού στη διαφορετικότητα του κοινού
- Της συμμετοχής
- Της άνεσης (ελευθερίας, οικειότητας, σεβασμός ως ξεχωριστές προσωπικότητες)
- Της κατανόησης (αντίληψης)
- Της ψυχαγωγίας
- Των προσφερόμενων υπηρεσιών
- Της ενεργητικής εμπλοκής
- Της ποιότητας (ποιοτικής εμπειρίας).

Στην επικοινωνία χρειάζεται ένας πομπός και ένας δέκτης. Η επικοινωνία διακρίνεται, πρώτον, σε φυσική που περιλαμβάνει την αλληλεπίδραση ανάμεσα στα άτομα και τα πολλά και διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας που χρησιμοποιούν (γλωσσική, μη-γλωσσική, παρα-γλωσσική) όπου η επικοινωνία είναι άμεση και ίση, και δεύτερον, σε μαζική, όπου υπάρχει απουσία αλληλεπίδρασης, δηλαδή υπάρχει ο πομπός που εκπέμπει μηνύματα σε μαζικό επίπεδο και ο δέκτης που είναι παθητικός (π.χ. τηλεόραση, εφημερίδα και ραδιόφωνο). Βασικές είναι και οι φάσεις της επικοινωνίας⁶⁷:

- Η έκθεση στο μήνυμα, που πρέπει να είναι επιλεκτική και να σχετίζεται με μία σειρά από παραμέτρους (η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το πολιτισμικό επίπεδο, η χρησιμότητα και η καινοτομία των πληροφοριών)
- Η αποκωδικοποίηση του μηνύματος, στην οποία χρειάζεται η προσοχή, η πρόσληψη του μηνύματος και η κατανόησή του. Επομένως, η προσοχή εξαρτάται από τη θέληση του υποκειμένου και τα χαρακτηριστικά του ερεθίσματος, τα οποία μπορούν να προσελκύσουν την προσοχή.
- Η αποδοχή ή η απόρριψη, η οποία εξαρτάται απ' τα χαρακτηριστικά της πηγής (π.χ. αξιοπιστία, ελκυστικότητα), του μηνύματος και του δέκτη.

Το πιο ισχυρό επικοινωνιακό μέσο του μουσείου και επομένως αυτό που συντελεί στην κορύφωση της επικοινωνίας σε αυτό είναι η έκθεση, η οποία μας μεταδίδει μηνύματα. Επιπλέον, υπάρχουν τέσσερα επίπεδα που αφορούν την έκθεση:

- I. Σκοπός έκθεσης-προγράμματος συνολικά
- II. Επιμέρους στόχοι
- III. Μηνύματα ενοτήτων
- IV. Μεμονωμένα εκθέματα

Συνήθως, στο επικοινωνιακό μοντέλο μιας έκθεσης βλέπουμε το ρόλο του πανίσχυρου επιμελητή που ορίζει το περιεχόμενο της έκθεσης. Δε λαμβάνει υπόψη τις οπτικές των άλλων τμημάτων, συνεργατών, του ακροατηρίου. Ο σχεδιαστής αρχιτέκτονας είναι ένας εκτελεστής.

⁶⁶ Παπαδούλα Ε., *Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Ναύπακτος, 2013, σελ.7

⁶⁷ Νικηφορίδου Αλεξάνδρα, *Το Μουσείο ως Μέσο Επικοινωνίας*, Νοέμβριος 2004, σελ 5, 11

Δηλαδή, όπως και σύμφωνα με τον R.Miles⁶⁸:

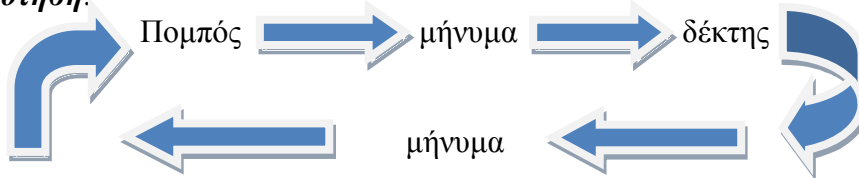
Πομπός → μέσο → δέκτης

Επιμελητής → σχεδιαστής → παιδαγωγός-μουσειολόγος

Σε ένα μουσείο, εκείνοι που μεταδίδουν μηνύματα στο κοινό του και πιο συγκεκριμένα στις οικογένειες λειτουργούν περισσότερο ως τεχνικοί παρά ως επαγγελματίες στην επικοινωνία. Ο παιδαγωγός έρχεται πολύ αργότερα σαν «πυροσβέστης». Η απουσία ανατροφοδότησης από το κοινό σημαίνει πως κάθε βελτίωση βασίζεται είτε στο ένστικτο είτε σε κάποιο τυχαίο λάθος. Γενικά, η εξουσία του επιμελητή είναι ο κανόνας που θέτει και τους όρους του παιχνιδιού. (Νικηφορίδου: το μουσείο ως μέσο επικοινωνίας)

Με την αξιολόγηση και την ανατροφοδότηση ή αλλιώς με το feedback μπορεί να διαπιστωθεί η ποιότητα της επικοινωνίας, δηλαδή η επιτυχία του πομπού να μεταδώσει μηνύματα. Παλαιότερα, η επικοινωνία του μουσείου με το κοινό ήταν μονοδιάστατη. Ο τρόπος που γίνονταν οι εκθέσεις δε μετέδιδε τα επιθυμητά μηνύματα, άρα υπήρχε αδυναμία να εμπλακούν οι θεατές.

Ανατροφοδότηση:



Επικοινωνία στα μουσεία

Οι επικοινωνιακοί μηχανισμοί⁶⁹ των μουσείων είναι πολλοί:

- Εκθέσεις-μόνιμες, περιοδικές, κινητές
- Εκπαιδευτικά προγράμματα
- Υλικό εξ αποστάσεως εκπαίδευσης
- Εκδόσεις
- Εκδηλώσεις
- Κτήριο-περιβάλλον-εσωτερικά, εξωτερικά-υπηρεσίες
- Προσωπικό.

Τα μουσεία έχουν στη διάθεσή τους ποικίλο συμβατικό και ηλεκτρονικό υλικό: επεξηγηματικές πινακίδες, φωτογραφίες, έντυπα, φυλλάδια, ηχογραφημένες ξεναγήσεις, προβολές video, ενημερωτικές εκπομπές στα ΜΜΕ αλλά και μεθόδους της κατ' ενόπιον επικοινωνίας: ξεναγήσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, ομιλίες ειδικών. Αυτή η μικτή επικοινωνία είναι και η επιθυμητή για τα μουσεία.

Τα μουσεία μελετώντας τις ανάγκες, τις προσδοκίες και τις ιδιαιτερότητες του κοινού και ειδικά των οικογενειών οργανώνουν τις υπηρεσίες τους:

- 1) Ευκολία πρόσβασης και διακίνησης,
- 2) Φιλοξενία,
- 3) Πληροφόρηση,
- 4) Ψυχαγωγία και

⁶⁸ Hooper-Greenhill E., «Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή, θεωρίες επικοινωνίας», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.48

⁶⁹ Ζαχαράκη Μαρία, *Μουσεία και νέοι: η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του Βυζαντινού και του Χριστιανικού Μουσείου*, ΕΑΠ 2009, σελ.27-29

5) ανάπαυση

Ο τρόπος ευαισθητοποίησης του κοινού είναι η δημιουργία ερεθίσματος με την γνωστοποίηση-διαφήμιση των υπηρεσιών του μουσείου. Η διαφήμιση μπορεί να πραγματοποιηθεί⁷⁰ άμεσα με:

- i. ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μηνύματα
- ii. καταχωρήσεις στον περιοδικό και ημερήσιο τύπο
- iii. έντυπα (αφίσες, πολύπτυχα, ένθετα)
- iv. ιστοσελίδα στο διαδίκτυο.

Η διαφήμιση επιτυγχάνεται και έμμεσα με την καλή λειτουργία των υπηρεσιών των μουσείων.

Τα άτομα που επισκέπτονται τα μουσεία μπορεί να είναι μικρά παιδιά ή ηλικιωμένοι, άνδρες ή γυναίκες, εργαζόμενοι ή άνεργοι, με τεράστια ποικιλία πολιτισμικού υπόβαθρου, που μιλούν διάφορες γλώσσες, άτομα με ειδικές φυσικές ανάγκες ή αρτιμελείς, και με πολύ διαφορετικά μορφωτικά επίπεδα. Αυτή η ποικιλία καθιστά το επικοινωνιακό έργο του μουσείου εξαιρετικά δύσκολο καθώς τα μουσεία επιχειρούν να ανταποκριθούν στις διαφορετικές απαιτήσεις του κοινού.

Μελέτες που έγιναν για την επικοινωνία των μουσείων εντόπισαν τέσσερις βασικές ομάδες επισκεπτών που είναι: οι επισκέπτες που έρχονται μόνοι τους, οι επισκέπτες που έρχονται σε ζεύγη, οι ομάδες ενηλίκων με παιδιά (π.χ. οικογενειακές ομάδες), και οι ομάδες ενηλίκων. Έρευνες, έχουν δείξει επίσης, ότι, αν και η μάθηση αποτελεί σημαντικό συστατικό της επίσκεψης στο μουσείο, η συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών θεωρεί την επίσκεψη κοινωνική δραστηριότητα που γίνεται με τη θέλησή τους στον ελεύθερο χρόνο τους. Επομένως, οι επισκέπτες συχνά αντιλαμβάνονται ότι η επίσκεψη στο μουσείο, οι ανέσεις που βρίσκουν στο εσωτερικό του (αναψυκτήριο, πωλητήριο, καθίσματα, χώροι υγιεινής) και οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις εντός της ομάδας είναι τουλάχιστον το ίδιο σημαντικές με το περιεχόμενο των εκθετηρίων. Τα εκθέματα του μουσείου αποτελούν, πολλαπλώς, ένα σκηνικό, μπροστά στο οποίο οι επισκέπτες παίζουν τους κοινωνικούς τους ρόλους μεταξύ τους, ενώ ταυτόχρονα μαθαίνουν και για τα εκθέματα.⁷¹

Όσον αφορά στην εκπαιδευτική πολιτική του Μουσείου, αυτή δίνει έμφαση στην ανάπτυξη της επικοινωνίας με τις οικογένειες. Όπως προανέφερα, για να εξασφαλιστεί η επικοινωνία του μουσείου με τα παιδιά και ιδιαίτερα με τις οικογένειες, σύμφωνα με την επικοινωνιακή στρατηγική, θα πρέπει να γίνονται διάφορες δραστηριότητες:

§ Εντός του φυσικού χώρου του μουσείου

1. Εκθέσεις
2. Εκπαιδευτικά προγράμματα
3. Διαλέξεις και πολιτιστικές εκδηλώσεις

Με τα παραπάνω οι γονείς μπορούν είτε να συμμετέχουν στα προγράμματα με τα παιδιά τους, είτε να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους μέσω των εκθέσεων και των διαλέξεων του μουσείου και με αυτές τις γνώσεις να βοηθήσουν τα παιδιά τους.

§ Εκτός του φυσικού χώρου του μουσείου

1. Περιοδεύουσες εκθέσεις
2. Εκπαιδευτικά προγράμματα εκτός του μουσείου

⁷⁰ Ζαχαράκη Μαρία, *Μουσεία και νέοι: η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του Βυζαντινού και του Χριστιανικού Μουσείου*, ΕΑΠ 2009,σελ.34

⁷¹ Merriman Nick, «Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.44-45

3. Μουσειοσκευές και πολιτιστικές δράσεις



Μουσειοσκευές μουσείου ελληνικής παιδικής τέχνης

Οι οικογένειες μπορούν να παρατηρούν τις περιοδεύουσες εκθέσεις αλλά και να συμμετέχουν με τα παιδιά τους σε διάφορα προγράμματα και δράσεις που θα πραγματοποιούνται έξω από τον χώρο του μουσείου. Έτσι, θα έρχονται και σε επαφή μαζί τους.

Η μουσειοπαιδαγωγική οφείλει να δημιουργήσει για μαθητές και εκπαιδευτικούς καταστάσεις και εμπειρίες με περιεχόμενα και με τρόπους διδασκαλίας τα οποία αποτελούν μια εναλλακτική στην τυπική μάθηση.

- 1) Άμεση επικοινωνία
 - A. Διάλεξη, κλασική ξενάγηση
 - B. Μαιευτική μέθοδος, ερωτήσεις-απαντήσεις, συζήτηση
 - Γ. Δήγηση
- 2) Έμμεση επικοινωνία
 - A. Εκθέσεις
 - B. Έντυπο υλικό (κατάλογοι, φύλλα εργασίας)
 - Γ. Ερμηνευτικά μέσα και εκπαιδευτικό υλικό (λεζάντες, νέες τεχνολογίες, βίντεο, ηχογραφημένες ξεναγήσεις, μουσική, ήχος)
- 3) Δημιουργικές δραστηριότητες
 - A. Εικαστικές δραστηριότητες
 - B. Θεατρικό παιχνίδι, δραματοποίηση
 - Γ. Παιχνίδια ρόλων (συλλέγω, αρχειοθετώ, εκθέτω, ψάχνω, ερευνώ...)
 - Δ. Εκδρομές, δράσεις, project.

ΕΝΟΤΗΤΑ 6^η

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Το μουσείο καλείται σήμερα να προσελκύσει τους επισκέπτες και να προκαλέσει την θετική τους στάση, ώστε να εμβαθύνουν στην γνώση που αντλούν από τα εκθέματα αλλά και να μυήσει τους νέους στα νοήματα της αρχαιολογικής κληρονομιάς.⁷²

Εκπαιδευτικά προγράμματα και δραστηριότητες στα μουσεία

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα αποτελούν μέρος της εκπαιδευτικής δράσης του μουσείου και έχουν μια συγκεκριμένη φιλοσοφία, με την έννοια ότι αποτελούν το μέσο για την προσέγγιση του πολιτιστικού περιβάλλοντος. Ουσιαστικά ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα στα παιδιά που θα το παρακολουθήσουν, να αποκτήσουν εμπειρίες.

Τα μουσεία προσφέρουν εκπαιδευτικά προγράμματα που απευθύνονται σε σχολικές ομάδες, σε μεμονωμένους ανήλικες επισκέπτες, αλλά και σε οικογένειες, μέσω ενός ειδικού ατόμου (μουσειοπαιδαγωγός-ερμηνευτής-διαμεσολαβητής), ο οποίος προσπαθεί να μεταδώσει γνώσεις με ευχάριστο τρόπο χρησιμοποιώντας διδακτικές μεθόδους και παιδαγωγικά μοντέλα, ώστε να παρακινήσει πιο συγκεκριμένα τα παιδιά να τα εμψυχώσει και να τα ενθαρρύνει να βρουν μόνα τους τις απαντήσεις και συμπεριφέρονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιτευχθεί η βιωματική προσέγγιση⁷³.

Τα προγράμματα αυτά μπορούν να λειτουργούν ως ομαδική δραστηριότητα στο μουσείο, όπου διεξάγονται στους εκθεσιακούς χώρους του ή στην αίθουσα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, στο σχολείο ή και στο σπίτι. Οι συνηθέστερες μορφές εκπαιδευτικών προγραμμάτων που πραγματοποιούνται στα ελληνικά μουσεία και μερικές φορές με τη βοήθεια των γονέων είναι τα παιχνίδια, η δραματοποίηση, η αφήγηση ιστορίας, τα πειράματα, το σχέδιο- η ζωγραφική- οι κατασκευές, η ξενάγηση και ο διάλογος, τα οποία είναι πολύ αγαπητά στα παιδιά. Η οικογένεια και το σχολείο είναι οι βασικοί φορείς εκπαίδευσης των παιδιών και οφείλουν να τα ευαισθητοποιήσουν.

Αλλά εκπαιδευτικά προγράμματα μουσείων που υπάρχουν στην Ελλάδα είναι αυτά που έχουν τη μορφή εκδηλώσεων. Συγκεκριμένα, πολλά μουσεία οργανώνουν το σαββατοκύριακο δραστηριότητες για παιδιά, σε μία προσπάθεια να προσελκύσουν τις οικογένειες. Σε αυτές τις περιπτώσεις, οι γονείς έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν και οι ίδιοι το παιδικό πρόγραμμα του μουσείου ή να εμπιστευτούν τα παιδιά τους στους μουσειοπαιδαγωγούς και οι ίδιοι να περιηγηθούν στις εκθέσεις ή ακόμα και να τα βοηθήσουν, εάν το επιτρέπουν οι παιδαγωγοί. Οι συνοδοί των παιδιών είναι πολύ σημαντικό να παραμείνουν στο μουσείο και να ανακαλύψουν από κοινού τους χώρους του, μετά το πέρας του προγράμματος.⁷⁴

Σε κάποια μουσεία παραχωρείται εκπαιδευτικό υλικό στους γονείς που συνοδεύουν τα παιδιά τους. Συνήθως πρόκειται για έντυπα που περιέχουν πληροφορίες για την έκθεση, προτεινόμενες διαδρομές, δραστηριότητες και ερωτήσεις, με σκοπό να βοηθήσουν τον

⁷² Παιδεία και αρχαιολογία: «εκπαιδευτικά προγράμματα του υπουργείου πολιτισμού», Πρακτικά Ημερίδας, 13-5-98

⁷³ Αναγνώστου Ελένη, *Μελέτη και αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων Μουσείου του Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης*, 2011, σελ.21

⁷⁴ Δαλακούρα Νάγια, «Εκπαιδευτικά προγράμματα στα μουσεία», *Μουσεία, Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων*, σελ.33

ενήλικα στην προσπάθειά του να περιηγηθεί ευκολότερα και να κεντρίσει το ενδιαφέρον του παιδιού.

Σκοπός των εκπαιδευτικών προγραμμάτων των μουσείων είναι η πρόσβαση στην πληροφορία και η χρήση κατανοητών και ευανάγνωστων όρων, που διευκολύνουν την προσέγγιση εκθέματος - επισκέπτη. Σημαντικός παραμένει και ο ρόλος των εκπαιδευτικών που καλούνται να πλαισιώνουν τα μαθήματά τους με στοιχεία προερχόμενα από το υλικό που το μουσείο συντάσσει ή εκδίδει.

Παρατηρούμε τον διφυή χαρακτήρα των εκπαιδευτικών αυτών των προγραμμάτων όπου: α) Χρησιμοποιούν τη σχέση τους με το εκπαιδευτικό σύστημα για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των νέων σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς και εμπλουτίζουν ταυτόχρονα δημιουργικά το ίδιο το πρόγραμμα εκπαίδευσης και διδασκαλίας, β) Τονίζουν την αναγκαιότητα σύζευξης έρευνας και διδασκαλίας καθώς και την επανοριοθέτηση της παιδείας. Το κάλεσμα στην ανοιχτή αυτή επικοινωνία απευθύνεται όχι μόνο στους νέους, αλλά σε όλες τις κοινωνικές ομάδες λαμβάνοντας υπόψη και τα τοπικά χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής.

Μια σειρά από μέσα και τεχνικές μπορούν να επιλεγούν και να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο των ερμηνευτικών-εκπαιδευτικών δράσεων, ανάλογα πάντα με τους στόχους που έχουν τεθεί, το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων και το κοινό στο οποίο απευθύνονται. Έτσι, η μελέτη αντικειμένου, η δραματοποίηση ή το θεατρικό παιχνίδι, η ιστορία ή η αφήγηση, τα εργαστήρια κατασκευών ή δημιουργικής έκφρασης, η επίδειξη τεχνικών, η συμπλήρωση φυλλαδίων και η χρήση οπτικοακουστικού υλικού, μπορούν -στο βαθμό που επιλέγονται προσεκτικά και εντάσσονται οργανικά στον συνολικό σχεδιασμό- να αποτελέσουν εξαιρετικά εργαλεία για την υλοποίηση των στόχων της δραστηριότητας.⁷⁵ Άλλη δραστηριότητα μπορεί να αποτελέσει το κουκλοθέατρο, όπου υπάρχει παρουσίαση ενός παραμυθιού και στη συνέχεια δραματοποίηση από τα παιδιά, ώστε να βιώσουν τους χώρους του φανταστικού, του συμβολικού και του πραγματικού, και έτσι να τους δοθεί η ευκαιρία να συμμετέχουν βιωματικά στην ιστορία που θα παρουσιάζεται. Ακόμα, το κουκλοθέατρο προάγει τον προβληματισμό του παιδιού σε διάφορα θέματα, καθώς κατακτά καινούριους χώρους, και τέλος το ευαισθητοποιεί ως προς τις τέχνες, εκλεπτύνοντας την αισθητική του. Στο μουσείο της Θήβας, για παράδειγμα, πραγματοποιήθηκε παράσταση κουκλοθέατρου, με τίτλο «Ο Κάδμος, η σκυλίτσα του και το φεγγάρι», και ο χώρος στον οποίο διαδραματιζόταν ήταν γεμάτος μαξιλάρια και καρέκλες.⁷⁶

Συνεργατική μάθηση

Οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μέσα στις οικογενειακές ομάδες παίζουν πρωταρχικό ρόλο στο να μαθαίνουν πώς να συμπεριφέρονται μέσα στα μουσεία, και είναι τόσο σημαντικές στις οικογένειες όσο η αλληλεπίδραση του ατόμου που περιεργάζεται τα εκθέματα σε αυτά.

Κάποιοι από τους στόχους των μουσείων περιλαμβάνουν την ενδυνάμωση του οικογενειακού δεσμού, την παρακολούθηση άλλων ανθρώπων, την ικανότητα να περπατούν σε ασφαλές μέρος, το να αστειεύονται και να τρώνε. Δηλαδή, με άλλα λόγια, τα μουσεία προσφέρουν στις οικογένειες ένα ασφαλές μέρος να μαθαίνουν και να διασκεδάζουν μέσω κοινωνικής

⁷⁵ Hooper-Greenhill. E. Σελ.98-113, G. Durbin, S. Morris, S. Wilkinson, *A Teacher's Guide to Learning From Objects*, English Heritage, 1990.

⁷⁶ Υπουργείου πολιτισμού ΙΑ΄ Εφορεία Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων, *Παιδεία και αρχαιολογία: εκπαιδευτικά προγράμματα του υπουργείου πολιτισμού*, Πρακτικά Ημερίδας 13-5-98

αλληλεπίδρασης. Πολλές έρευνες έχουν δείξει ότι η κοινωνική αλληλεπίδραση προάγει τη μάθηση.

Σύμφωνα με μελέτη που έγινε σε παιδικά μουσεία, τα παιδιά έμειναν περισσότερο χρονικό διάστημα κοντά στα εκθέματα και έμαθαν περισσότερα, όταν συνοδεύονταν από έναν ενήλικα, ο οποίος συμμετείχε στις δραστηριότητες. Γι' αυτό το λόγο πρέπει πάντα να υπάρχουν νέες δραστηριότητες με τις οποίες να ασχολούνται παιδιά και γονείς μαζί. Οι οικογένειες αποκτούν εμπειρία στο να μαθαίνουν μαζί και στο να μοιράζονται μαθησιακές συμπεριφορές. Διαφορετικά επίπεδα εμπειριών μπορούν να υπάρχουν ανάμεσα στα μέλη της ομάδας, η οποία προνοεί ένα ευρύτερο φάσμα ερμηνειών, σε σχέση με άλλες ομάδες των οποίων τα μέλη διαθέτουν παραπλήσιες εμπειρίες. Ο τρόπος μάθησης μοιράζεται ανάμεσα στον γονέα και το παιδί, καθώς ο καθένας έχει τις δικές του εμπειρίες. Οι γονείς χρησιμοποιούν ένα «διδακτικό» τύπο επικοινωνίας με τα παιδιά τους. Διαφορετικά είδη πληροφοριών μεταφέρονται από γονείς σε παιδιά και από παιδιά σε γονείς. Οι γονείς μεταδίδουν συμβολικές πληροφορίες, ενώ τα παιδιά μεταφέρουν περιγραφικές ή λειτουργικές πληροφορίες. Οι γονείς από την πλευρά τους εξηγούν στα παιδιά τους τη συμβολική φύση πολλών αντικειμένων στα μουσεία. Η κοινωνική αλληλεπίδραση και η ανταλλαγή των πληροφοριών, σχετικά με ένα συγκεκριμένο έκθεμα, βοηθούν ακόμη στη σύνδεση μεταξύ των προηγούμενων εμπειριών των επισκεπτών και των εννοιών του εκθέματος. Συχνά, οι γονείς καθοδηγούν τις σκέψεις των παιδιών τους, ενώ αυτά κοιτάζουν τα αντικείμενα και αυτό οδηγεί σε βαθύτερη σχέση και κατανόηση. Αυτές οι συνομιλίες είναι μία στοιχειώδης δραστηριότητα της γνώσης. Αυτός ο τύπος της μάθησης έχει περιγραφθεί από τους Paris και Hargood σαν «συνομιλητική επεξεργασία», δηλαδή, συζήτηση που γίνεται κατά τη διάρκεια και μετά από μία επίσκεψη στο μουσείο, η οποία αποδεικνύει πώς η έννοια, οι εμπειρίες και η ερμηνεία αναπτύσσονται και συμπεριπλέκονται.⁷⁷

Οικογένειες και μάθηση στα μουσεία

Οι οικογένειες ζουν και μαθαίνουν μαζί και μεταφέρουν παντού τις μουσειακές εμπειρίες τους. Η έρευνα για την αντίληψη της μάθησης και της πηγής άντλησης πληροφοριών κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η οικογένεια ασκεί μεγάλη επιρροή στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι μαθαίνουν στη μετέπειτα ζωή τους, ιδιαίτερα στο πώς διαμορφώνουν συμπεριφορές, αξίες και απόψεις για τον κόσμο. Πολύ σπουδαίο, επίσης, είναι το γεγονός ότι το μουσείο είναι ένα μέρος για κοινωνική μάθηση καθώς επίσης ένα κοινωνικό γεγονός.

Συμπεριφορά στα μουσεία

Το να επισκέπτεται κάποιος ένα μουσείο είναι μια κοινωνική μαθησιακή εμπειρία. Η μάθηση στις οικογένειες πραγματοποιείται μέσω συζητήσεων με άλλα οικογενειακά μέλη, φίλους ακόμα και με το προσωπικό του μουσείου. Οι οικογένειες περνούν τον περισσότερο χρόνο τους, αλληλεπιδρώντας μεταξύ τους ή με άλλους επισκέπτες. Συγκεκριμένα, η οικογενειακή συζήτηση στα μουσεία περιλαμβάνει τον συνδυασμό ειδικών που μιλούν για το πώς να χειριστούν τα εκθέματα, να περιγράψουν συγκεκριμένες ορατές πτυχές ενός εκθέματος ή να συνδέσουν την μουσειακή εμπειρία με τις προηγούμενες οικογενειακές εμπειρίες και αναμνήσεις (Falk & Dierking, 2000). Μολονότι, τα μουσειακά εκθέματα δεν είναι συχνά σχεδιασμένα γι' αυτό το είδος κοινού, πιο πιθανό είναι οι οικογένειες να συνεργαστούν και να συνομιλούν, όταν τα εκθέματα έχουν, μεταξύ άλλων, πολλαπλά σημεία πρόσβασης, δυνατότητα πολλών χρηστών, πολλαπλά πιθανά αποτελέσματα και περιεχόμενα που έχουν άμεση σχέση με την προηγούμενη γνώση και εμπειρίες τους (Borun & Dristas, 1997).

⁷⁷ Morton Craddock, *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ 4, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ. 25,28,29

Σύμφωνα με έρευνες, οι οικογενειακές ομάδες διεξάγουν συζητήσεις μεγάλης διάρκειας και μελετούν ένα έκθεμα περισσότερο από τις ομάδες συνομηλίκων και των εκπαιδευτικών/μαθητικών ομάδων. Με άλλα λόγια, οι οικογένειες επιδιώκουν ενεργά να βρουν θέματα που να τους ενδιαφέρουν. Άρα, η κοινωνική αλληλεπίδραση είναι το πιο ουσιαστικό κομμάτι της οικογενειακής μουσειακής εμπειρίας. Συνήθως, οι γονείς μελετούν τις λεζάντες για να βρουν πληροφορίες, οι οποίες θα σχετίζονται με τα ενδιαφέροντα των παιδιών και προηγούμενες εμπειρίες διαβάζοντας τις λεζάντες από τα εκθέματα, ενώ, παράλληλα, τα παιδιά δίνουν στους ενήλικες πληροφορίες και περιγραφές για το πώς μπορούν να λειτουργήσουν και να χειριστούν ένα έκθεμα για να ενθαρρύνουν τον ενήλικα να αναμειχθεί.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας της Minda Borun σχετικά με την οικογενειακή εκμάθηση σε μουσεία οι οικογένειες μαθαίνουν από τα εκθέματα και το επίπεδο εκμάθησης σχετίζεται συγκεκριμένες παρατηρημένες συμπεριφορές. Σημαντικές, ακόμη, ήταν οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας όχι μόνο την στιγμή της απόκτησης της γνώσης αλλά και στις επόμενες μαθησιακές εμπειρίες. Έτσι, «μια οικογένεια που επισκέπτεται ένα μουσείο μπορεί να εμπλουτίσει τον πολιτισμό της, τροφοδοτώντας γνώσεις για μελλοντική ανταλλαγή μεταξύ των μελών της οικογένειας». Επιπρόσθετα, διαπιστώθηκε ότι τα μέλη των οικογενειών μπορεί να επιθυμούν διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους θα αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο τους και ότι η οικογενειακή μουσειακή ατζέντα επηρεάζεται από την αλληλεπίδραση πέντε παραγόντων μεταξύ των οποίων το προφίλ της οικογένειας, τα κοινωνικά – πολιτισμικά πρότυπα, το προσωπικό και το κοινωνικό πλαίσιο της επίσκεψης και την έκθεση μουσείου.⁷⁸

Επιλογή και μάθηση

Μερικοί παράμετροι της μάθησης και τα κίνητρα που συνοψίζουν την μάθηση σε ένα μουσείο είναι: η κατασκευή προσωπικών εννοιών, οι επιλογές, οι προκλήσεις, ο έλεγχος, η συνεργασία και οι συνέπειες της μάθησης. Οι επισκέπτες εκτιμούν την ικανότητά τους να επιλέξουν τί να παρακολουθήσουν και να εκμεταλλευτούν αυτή τη στρατηγική, προκειμένου να συνεχίσουν την προσωπική τους ατζέντα και να μάθουν πράγματα για τον εαυτό τους. Η επιλογή είναι ένα ζωτικό στοιχείο με το οποίο τα μέλη των οικογενειών μαθαίνουν. Οι οικογένειες παίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην προφύλαξη και στην ερμηνεία των εννοιών όλων των ειδών.⁷⁹

Περνούν, λοιπόν, πολύ χρόνο προκειμένου να εξετάσουν προσεκτικά και να διαλέξουν τα εκθέματα με τα οποία θα ασχοληθούν ως επί το πλείστον. Οι επιλογές μπορούν να γίνουν απ' όλα τα μέλη της οικογένειας. Συνήθως, το ένα μέλος της οικογένειας οδηγεί τα υπόλοιπα σε κάτι που του έχει κινήσει το ενδιαφέρον. Αυτό μπορεί να συμβεί από οποιοδήποτε μέλος της οικογένειας, κυρίως όμως είναι κάτι που γίνεται από τα παιδιά.

Μουσεία και δια βίου μάθηση

Η πολιτεία πιστεύει ότι η εκπαίδευση είναι αναπόσπαστο στοιχείο του ρόλου των μουσείων σήμερα [...]. Το όραμά μας για την νέα χιλιετία είναι μουσεία τα οποία εμπνέουν και

⁷⁸ Gioftsali K., *Families visiting museums as communities of learners; A Greek case study*, κεφ 2.3.1, Department of Museum Studies, University of Leicester, England, 2005, σελ.4-6

⁷⁹ Morton, Craddock *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ.4.5, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ. 31

υποστηρίζουν την κοινωνία μάθησης, προσπαθούν να επικοινωνήσουν με το ευρύτερο δυνατό κοινό.⁸⁰

Όμως, διαφορετικές χώρες και διαφορετικά ιδρύματα στην ίδια χώρα βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια ως προς την ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικών για την εκπαίδευση στα μουσεία. Έτσι, πρέπει να δούμε, αν η αντίληψη που βλέπει τα μουσεία πρωταρχικά ως εκπαιδευτικά και μαθησιακά κέντρα μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη.

Ωστόσο, σε αυτό το κλίμα ασαφούς και ελλιπούς χρηματοδοτούμενης πολιτικής και αβέβαιου προσωπικού ενδιαφέροντος, τα μουσεία πρέπει να επιβιώσουν. Δεν είναι αρκετό πλέον τα μουσεία να προσφέρουν αισθητική ή δημιουργική εμπειρία, ή να προσπαθούν απλώς να ψυχαγωγήσουν το κοινό. Το κοινό πρέπει να ενθαρρύνεται, να προσέρχεται για να μάθει και, τουλάχιστον σύμφωνα με τη γνώμη των εθνικών φορέων πολιτικής, αυτή η μάθηση πρέπει με κάποιον τρόπο να μπορεί να μετρηθεί και αυτό δεν είναι αρνητικό. Και μόνο η προσπάθεια να δικαιολογήσουμε την κρατική χρηματοδότηση τονίζοντας το ρόλο των μουσείων ως εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, έχει αναγκάσει τα μουσεία και τους οργανισμούς πολιτισμικής κληρονομιάς να εξετάσουν πιο προσεκτικά τι ακριβώς προσφέρουν στους επισκέπτες τους. Αυτό, οδήγησε στην γενική αναγνώριση της παιδείας και της μάθησης ως μιας από τις κύριες λειτουργίες των μουσείων. Για παράδειγμα, όταν πρόκειται να οργανωθεί μια έκθεση, πλέον ζητείται η γνώμη των εκπαιδευτικών, σε αντίθεση με το παρελθόν, που «προσφέρονταν» στους εκπαιδευτικούς έτοιμες εκθέσεις και εκείνοι έπρεπε να βρουν τον τρόπο να τις αξιοποιήσουν.

Η πειραματική μάθηση: εναλλακτική προσέγγιση για την απόκτηση γνώσης

Ο διδακτισμός κάνει τη διαδικασία της μάθησης να φαίνεται δραστηριότητα παθητική και βραχυπρόθεσμη (η σχολική περίοδος, λίγες ώρες, κ.ο.κ.) κατά τη διάρκεια της οποίας κάποια βασικά δεδομένα μπορούν να αφομοιωθούν. Θυμίζει τα σχολικά βιβλία με περιεχόμενο να ακολουθεί στη λογική, σταδιακή προσέγγιση στην παρουσίαση του θέματος. Τόσο η σχολική περίοδος όσο και τα βιβλία λειτουργούν καλά ως αναλογίες για τις παραδοσιακές εκθέσεις μουσείων, με αρχή, μέση και τέλος, και περιεχόμενο το οποίο θεωρητικά μπορεί να αφομοιωθεί κατά τη διάρκεια μίας μόνο επίσκεψης, ή σταδιακά σε περισσότερες επισκέψεις.

⁸¹

Μουσείο και «εργαλεία» μάθησης

Ξενάγηση

Γενική (αφορά όλη τη συλλογή του μουσείου) ή μονογραφική (αφορά ένα μόνο θέμα, μια ενότητα)

Αφήγηση, εμπειρία θέασης, ακοής, κίνησης (κατευθυνόμενη κίνηση όμως)

Παθητική στάση: προκαθορισμένα περιεχόμενα, σπάνια κοινωνική αλληλεπίδραση, προσωπικές απόψεις.

Συζήτηση

Ερωτηματική, κατευθυνόμενη συζήτηση (μαιευτική μέθοδος), δραματοποιημένοι ρόλοι.

Ενεργητική στάση: παρατήρηση, συζήτηση, έκφραση απόψεων, αλληλεπίδραση με εμπυχωτή και μέλη ομάδας.

Εξερεύνηση

Ελεύθερη κίνηση μόνι ή σε ομάδες, εντοπισμός, παρατήρηση, περιγραφή, απόψεις-κρίσεις-ερμηνείες. Παιχνίδια εξερεύνησης/φύλλα εργασίας.

⁸⁰ DCMS και DfEE(2000:4)

⁸¹ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες κεφ.5*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.164-65-68

Αποκαλυπτική μέθοδος: ανακάλυψη δεδομένων, αλληλεπίδραση δεδομένων, αλληλεπίδραση με εκθεσιακό υλικό, διανοητική ενεργητικότητα. Discovery rooms. Ελάχιστη αναγκαία συνθήκη: δυνατότητα λανθασμένου συμπεράσματος (όχι προεπιλεγμένο υλικό και προκαθορισμένα συμπεράσματα).

Μουσείο ως τόπος μάθησης

Το μουσείο έχει πολλά παιδαγωγικά «εργαλεία» που τα χρησιμοποιεί για την εκπαίδευση του κοινού:

1. Την έκθεση των συλλογών του (ο τρόπος που επιλέγεται κάθε φορά για την οργάνωση-σύνθεση-παρουσίαση του υλικού λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες του κοινού)
2. Γραπτή πληροφόρηση (γενικά κείμενα και ειδικά κείμενα/λεζάντες)
3. Εποπτικά μέσα (χάρτες, διαγράμματα, σχέδια, φωτογραφίες)
4. Οπτικο-ακουστικά μέσα (μουσική- βίντεο- ηχογραφημένη ξενάγηση)
5. Διαδραστικά μέσα (διαδραστικά βίντεο, παιχνίδια γνώσεων)
6. Η ροή της έκθεσης (πορεία του επισκέπτη)

Όσον αφορά στη μουσική πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η ένταση, η οποία δεν πρέπει να κυριαρχεί, αλλά να πλαισιώνει (υπάρχουν όμως και περιπτώσεις που παίζει κυρίαρχο ρόλο π.χ. σε μία έκθεση που σχετίζεται με τη μουσική ή σε μία ηχητική εγκατάσταση). Σχετικά με τα βίντεο, πολύ σημαντικός είναι ο χρόνος διάρκειάς τους που δεν πρέπει να είναι μεγάλος, ο χώρος που παρουσιάζεται (να μην κουράζει τους επισκέπτες) αλλά και η συνάφειά του με το αντικείμενο της έκθεσης. Τέλος, πολύ σημαντικό είναι το πού είναι τοποθετημένο το βίντεο σε σχέση με τη ροή της έκθεσης, ώστε να τη συμπληρώνει και να μην τη διακόπτει. Για τα διαδραστικά μέσα, επίσης, σημαντικό είναι ο χρόνος, καθώς και ο λόγος που χρησιμοποιείται. Είναι πολύ βασικό να γνωρίζουμε ότι τα παραπάνω αποτελούν συμπληρωματικά εργαλεία με σκοπό να αναδείξουν τον παιδαγωγικό στόχο μιας έκθεσης και η ύπαρξή τους δεν αποτελεί αυτοσκοπό. Η ροή της έκθεσης είναι πολύ σπουδαία και πρέπει να έχει την δομή της λογικής μετάβασης από μια θεματική σε μια άλλη (σε αυτή την κατεύθυνση διευκολύνει η αρίθμηση των εκθεμάτων ή η χρωματική εναλλαγή που πολλά μουσεία χρησιμοποιούν).

Προσωπικές ατζέντες, αφηγηματική ταυτότητα και μάθηση

Οι άνθρωποι μαθαίνουν περισσότερο από μία έκθεση, εάν οι ίδιοι συμμετέχουν με λιγιστή έστω προηγούμενη γνώση του θέματος. Η ευρύτητα των γνώσεων που οι επισκέπτες αποκτούν από ένα έκθεμα εξαρτάται από τις προγενέστερες γνώσεις τους.⁸²

Οικογενειακή μουσειακή εμπειρία

Η οικογενειακή μάθηση σε μουσεία είναι ελεύθερη επιλογή και άτυπη, διότι δεν έχει προκαθορισμένους στόχους, ούτε πρόγραμμα σπουδών να καθορίζει αποτελέσματα. Η μάθηση συνδέεται άρρηκτα με την εμπειρία, με ό,τι «πράττουν» οι άνθρωποι για να αντιληφθούν τον κόσμο γύρω τους. Αυτό ενδέχεται να περιλαμβάνει ανάπτυξη δεξιοτήτων, γνώσης, κατανόησης, αξιών, δυνατότητας για αναστοχασμό. Έτσι, μια οικογενειακή μουσειακή εμπειρία θεωρείται περισσότερο ως «μία κοινωνική εκδρομή», και όχι ως «μία εκπαιδευτική εμπειρία» με τους επισκέπτες τους. Ωστόσο, η σπουδαιότητα των επισκέψεων της οικογένειας εντάσσεται σε πιο μακροπρόθεσμο επίπεδο, διότι οι οικογένειες είναι οι μεγαλύτεροι διαμορφωτές της κοινής γνώμης και οι μεγαλύτεροι προμηθευτές κοινωνικών και πολιτιστικών αξιών στην κοινωνία μας (οι γονείς παίζουν καταλυτικό ρόλο στην

⁸² Morton, Craddock *Knowledge Quest: Australian Families Visit Museums*, κεφ.4.1, Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα, σελ. 27

διαμόρφωση της κοινωνικοποίησης και της συμπεριφοράς των παιδιών). Τα μουσεία ως εκπαιδευτικά κέντρα εκμάθησης⁸³, σήμερα, το αναγνωρίζουν αυτό, προσπαθώντας να ανταποκριθούν στις ανάγκες των επισκεπτών της οικογένειας. Η μουσειακή εμπειρία επίσης, μπορεί να γίνει το έναυσμα, για ουσιαστικές συζητήσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας όχι μόνο κατά την διάρκεια της επίσκεψής τους, αλλά και μετά την επιστροφή τους στο σπίτι. Η έννοια της εμπειρίας αναφέρεται κυρίως στο συναίσθημα και αντιτίθεται στον ορθολογισμό. Εμπεριέχει το προσωπικό στοιχείο και βασίζεται ουσιαστικά στις εντυπώσεις των αισθήσεων και των προσωπικών συναισθημάτων. Η επεξεργασία τους οδηγεί στην εμπειρία, η μουσειακή εκπαίδευση στηρίζει την εφαρμογή της στην εμπειρία, όμως δεν μπορούν όλες οι εμπειρίες να χαρακτηριστούν ως εκπαιδευτικές.⁸⁴

Η αποτελεσματική μάθηση οδηγεί σε αλλαγή, ανάπτυξη, και στην επιθυμία για περισσότερη μάθηση. Ο κόσμος συνεχίζει να βλέπει τη μάθηση ως την απόκτηση ενός ανεξαρτήτου σώματος γνώσης, μολονότι ο ορισμός έχει διευρυνθεί. Ωστόσο, κάθε εμπειρία σε μουσείο, αρχείο ή βιβλιοθήκη είναι δυναμικά ευκαιρία για μάθηση, ευκαιρία να αποκτήσει κανείς νέες εμπειρίες, να τις σκεφτεί και να εφαρμόσει αυτά που έμαθε στις προηγούμενες εμπειρίες του. Αυτή η προσέγγιση περιγράφεται συνήθως ως «κύκλος της μάθησης», δηλαδή μαθαίνουμε κάνοντας. Η θεωρία που υποστηρίζει το παραπάνω είναι σχετικά απλή: κάνουμε κάτι (συμμετέχουμε σε ένα πρόγραμμα), μαθαίνουμε από την εμπειρία και, όταν κάνουμε κάτι καινούργιο που έχει σχέση με τα προηγούμενα, μπορούμε να εφαρμόσουμε την εμπειρία που έχουμε ήδη αποκτήσει, παράγοντας έτσι τον μαθησιακό κύκλο. Αυτή είναι η βασική έννοια της εμπειρικής μάθησης.

Γενικά, σκοπός ενός προγράμματος είναι να γεφυρώσει το χάσμα των σχέσεων οικογένειας – μουσείου ενισχύοντας παράλληλα τη συμμετοχή και τη σχέση γονέα – παιδιού και δημιουργώντας κίνητρα εναλλακτικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου των οικογενειών με δράσεις που καλλιεργούν τη δημιουργικότητα, την ψυχαγωγία, την κοινωνικότητα και που οδηγούν σε αλλαγή των στάσεων και αντιλήψεων των οικογενειών απέναντι στα μουσεία.

Τα πιο σημαντικά κριτήρια που επηρεάζουν τη δομή ενός εκπαιδευτικού προγράμματος συνήθως, είναι η επιθυμία για ενεργό συμμετοχή των οικογενειών και την εμπλοκή τους σε ουσιαστικές δραστηριότητες, η αλληλεπίδραση με άλλα άτομα και η δυνατότητα να περάσουν καλά, να διασκεδάσουν και να ψυχαγωγηθούν.⁸⁵

Σύμφωνα με το μοντέλο των βασικών μαθησιακών αποτελεσμάτων, η μαθησιακή εμπειρία των επισκεπτών προσεγγίζεται ολιστικά με τη χρήση πέντε βασικών κατηγοριών:

- Η γνώση και κατανόηση,
- Ανάπτυξη δεξιοτήτων,
- Στάσεις και αξίες,
- Ψυχαγωγία, δημιουργικότητα, έμπνευση και
- Δράση, συμπεριφορά, εξέλιξη.

(Hooper-Greenhill et al., 2003)

⁸³ Gioftsalis K., *Families visiting museums as communities of learners; A Greek case study*, κεφ 2.3, Department of Museum Studies, University of Leicester, England, 2005, σελ.3

⁸⁴ Αναγνώστου Ελένη, *Μελέτη και αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων Μουσείου του Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης*, 2011, σελ.22

⁸⁵ Η Hood συνοψίζοντας τα κυριότερα κριτήρια συμμετοχής των οικογενειών σε δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου κατέληξε στα εξής: τη δυνατότητα κοινωνικής αλληλεπίδρασης, τη δυνατότητα να κάνει κάποιος κάτι αξιοσημείωτο, τη δυνατότητα να αισθάνεται κάποιος άνετα και ασφαλής στο περιβάλλον του, την πρόκληση νέων εμπειριών, τη δυνατότητα μάθησης και την ενεργητική συμμετοχή σε δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου, Hood (1989)

«Παιχνίδια πολιτισμού» - εκπαιδευτικές δράσεις Υπουργείου Πολιτισμού

Οι εκπαιδευτικές δράσεις του ΥΠΠΟ αξιοποιούν τα μουσεία, τα μνημεία, τους αρχαιολογικούς χώρους καθώς και κάθε χώρο πολιτιστικής αναφοράς δομημένου και φυσικού τοπίου, για να τους καταστήσουν χώρους μόρφωσης, πνευματικής ξεκούρασης, όπου ο καθένας μπορεί να απολαύσει την τέχνη, αλλά και να αξιοποιήσει δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο του. Παράλληλα, τα εκπαιδευτικά προγράμματα ανοίγουν τις πόρτες των μουσείων σε επισκέπτες κάθε ηλικίας, γλώσσας ή θρησκείας, γεγονός που, εκτός των άλλων συμβαδίζει απόλυτα με μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες του μουσείου ως θεσμού: την ικανότητά του να καταλύει τα όρια του χωροχρόνου και να προσφέρει στο κοινό μια ενιαία θεώρηση του κόσμου. Οι εκπαιδευτικές αυτές δράσεις προτρέπουν μεγάλους και μικρούς να προσεγγίσουν, να βιώσουν αλλά και να αποκτήσουν συναισθηματικούς δεσμούς με τα πολιτιστικά αγαθά του τόπου τους, των οποίων είναι άλλωστε οι νόμιμοι κληρονόμοι. Με τον τρόπο αυτό, το κοινό θα ταχθεί στο πλευρό της ανάδειξης και της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και θα συνειδητοποιήσει όχι μόνο την ιδιαίτερη πολιτιστική του ταυτότητα αλλά και τον πλούτο της σύγχρονης πολυπολιτισμικής κοινωνίας.⁸⁶

Διδακτικές εκθέσεις: μεταδίδοντας γνώσεις στους επισκέπτες

Οι εκθέσεις σήμερα οργανώνονται ανάλογα με τις προσδοκίες του παραδοσιακού κοινού των μουσείων. Όμως, αυτό πρέπει να αλλάξει και να οργανώνονται εκθέσεις και σύμφωνα με τις προσδοκίες των οικογενειών. Η «διδακτική» προσέγγιση είναι βολική γιατί ταιριάζει εύκολα στο θεσμικό πλαίσιο των περισσότερων μουσείων.

Από την ίδια τους την φύση, οι εκθέσεις των μουσείων πρέπει να απευθύνονται σε ευρύ κοινό και ειδικά στις οικογένειες. Ο διδακτισμός λειτουργεί καλύτερα σε συνθήκες κατά τις οποίες αυτοί που αποτελούν το κοινό έχουν παρόμοιο επίπεδο ενδιαφέροντος, γνώσης, κατανόησης. Γενικά οι επισκέπτες και πιο συγκεκριμένα οι γονείς όσο περισσότερο αναζητούν μοναδικές εμπειρίες για τους ίδιους και για τα παιδιά τους και τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε αυτή την εμπειρία μαζί τους, τόσο λιγότερο κατάλληλη γίνεται η αμιγώς διδακτική προσέγγιση.

Η μουσειοπαιδαγωγική στο μουσείο

Η μουσειοπαιδαγωγική μπορεί να χαρακτηριστεί ως ο «συνήγορος του κοινού»⁸⁷ ή αλλιώς, ως η φωνή των επισκεπτών, η αντιπροσώπευσή τους στις μουσειακές λειτουργίες. Αναλαμβάνει μεσολαβητικό ρόλο ανάμεσα στο μουσείο και τους επισκέπτες, τις γνώσεις, τις εμπειρίες, τις αντιλήψεις και τα ενδιαφέροντα των διαφορετικών ομάδων κοινού.⁸⁸ Οι διαδικασίες μεσολάβησης εμπλουτίζονται με οργανωμένες εκπαιδευτικές οικογενειακές δραστηριότητες που έχουν ως στόχο την ισότιμη και ενεργητική συμμετοχή των επισκεπτών στις ίδιες τις μουσειακές λειτουργίες, όπως για παράδειγμα συμβαίνει σε ορισμένα από τα προγράμματα προσέγγισης (outreach), στα οποία ομάδες επισκεπτών μεταξύ αυτών και οικογενειών συμμετέχουν ενεργά στην οργάνωση εκθέσεων, στη διαμόρφωση των συλλογών, αλλά και σε άλλες περιπτώσεις.

Το μουσείο έχει ως στόχο την επικοινωνία. Πέρα από τις δραστηριότητες που παραδοσιακά πλέον αναλαμβάνει η μουσειοπαιδαγωγική στο μουσείο, δηλαδή την άμεση επικοινωνία με τους επισκέπτες (προγράμματα σχολείων, οικογενειακά προγράμματα που θα μπορούν να συνεργαστούν οι γονείς με τα παιδιά, προγράμματα ελεύθερου χρόνου για διαφορετικές

⁸⁶ «Εκπαιδευτικές δράσεις υπουργείου πολιτισμού» *Η βαλίτσα των ονείρων εργαστήριο τέχνης Χαλκίδας*, 2001

⁸⁷ Hooper Greenhill 1994,190

⁸⁸ Σύμφωνα με τον Rese (1995, 174): «η μουσειοπαιδαγωγική είναι μεσολαβητική διαδικασία ανάμεσα: α. στις επιστήμες του μουσείου, β. στις επιστήμες του μουσείου και τους επισκέπτες, γ. στην πραγματικότητα των επισκεπτών και τη μουσειακή πραγματικότητα».

ομάδες κοινού, προγράμματα προσέγγισης, κοινωνικής ένταξης) και τις δραστηριότητες έμμεσης επικοινωνίας (παραγωγή έντυπου υλικού, μουσειοσκευών και εκπαιδευτικών εκθέσεων), θα πρέπει να επεκταθεί η συμμετοχή της και σε άλλες μουσειακές δραστηριότητες που αποτελούν μορφές επικοινωνίας με εκπαιδευτικούς στόχους, όπως π.χ. η βασική μορφή μουσειακής επικοινωνίας, που ανέφερα και πιο πάνω, που είναι η έκθεση. Η ενεργός συμμετοχή της μουσειοπαιδαγωγικής στη διοργάνωση εκθέσεων και σε άλλες επικοινωνιακές δράσεις δεν θα πρέπει να θεωρηθεί ως τάση να γίνει το μουσείο σχολείο και να χάσει τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του ως χώρου εμπειρίας, έμπνευσης και ψυχαγωγίας.

Μια εφαρμοσμένη παιδαγωγική

Οι επισκέπτες

Καθώς τα μουσεία απευθύνονται στο κοινωνικό σύνολο, η μουσειοπαιδαγωγική αναφέρεται σε διευρυνόμενο κοινό με διαφορετικά ηλικιακά, κοινωνικά και άλλα χαρακτηριστικά. Πρόκειται για τους πραγματικούς ή/και εικονικούς επισκέπτες, αλλά και τους «μη επισκέπτες», δηλαδή όλους αυτούς οι οποίοι για διαφορετικούς κοινωνικούς και πολιτισμικούς λόγους δεν βρίσκουν πρόσβαση στα μουσεία. Η μουσειοπαιδαγωγική προχωράει πάντα, σύμφωνα με τις διαφορετικές ομάδες κοινού που διαθέτουν ξεχωριστά ενδιαφέροντα, γνώσεις, βιώματα, αξίες και προσδοκίες, στο σχεδιασμό εκπαιδευτικών οικογενειακών δραστηριοτήτων, υλικού και επικοινωνιακών πρακτικών μέσα από διαδικασίες επιλογής θεματικών αντικειμένων και μεθόδων προσέγγισης, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στην κάθε ομάδα κοινού αλλά ακόμα και να κινητοποιούνται αυτές οι ομάδες με το να συμμετέχουν ενεργά στις ίδιες τις διαδικασίες σχεδιασμού.⁸⁹

Σε ό,τι αφορά την διαμόρφωση των μουσειακών χώρων οι οποίοι θέτουν τις βασικές προϋποθέσεις για την υλοποίηση εκπαιδευτικών οικογενειακών δραστηριοτήτων, αλλά μπορούν, επιπλέον, να λειτουργούν ως περιβάλλοντα μάθησης, εμπειρίας, ψυχαγωγίας και έμπνευσης, η μουσειοπαιδαγωγική έρευνα δεν έχει προχωρήσει επαρκώς.

Η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων

Μία από τις κύριες λειτουργίες του σύγχρονου⁹⁰ μουσείου είναι η άμεση επικοινωνία με το κοινό του. Η σχέση της μουσειοπαιδαγωγικής με τη σχολική παιδαγωγική μέσω της οργάνωσης και της υλοποίησης εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι πλέον εδραιωμένη στην Ελλάδα αποτελώντας αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής σχολικής και μουσειακής πρακτικής.⁹¹ Όμως, η σύγχρονη μουσειοπαιδαγωγική δεν είναι μονόπλευρη καθώς απευθύνεται κυρίως, στον «ελεύθερο χρόνο του κοινού» (Νικονάνου, 2005). Ένα κοινό το οποίο δεν είναι ομοιόμορφο, αλλά έχει πολλά «πρόσωπα», δηλαδή προέρχεται από πολλές κοινωνικές ομάδες και εκφράζεται σε πολλές και διαφορετικές «γλώσσες» σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα, τις υπάρχουσες γνώσεις του, τα καθημερινά του βιώματα, τις ανάγκες και τις προσδοκίες του (Γιόφτσαλη). Ένα από τα «πρόσωπα» που προσπαθεί να βρει πρόσβαση στο χώρο των μουσείων είναι η οικογένεια, η οποία, παρόλο που σε άλλες χώρες, όπως στην Αγγλία και την Αμερική, που, έρευνες έδειξαν ότι σχεδόν το 60% των επισκεπτών είναι οικογένειες, αποτελεί το μεγαλύτερο μουσειακό κοινό, στην Ελλάδα έχει δυστυχώς

⁸⁹ Νικονάνου, «Ο ρόλος της μουσειοπαιδαγωγικής στα σύγχρονα μουσεία» *Τετράδιο μουσειολογίας II*, σελ. 18-25.

⁹⁰ Τα τελευταία 20 χρόνια τα μουσεία της Αγγλίας και της Αμερικής και πολύ πρόσφατα ορισμένα στην Ελλάδα διέρχονται μια μεταβατική περίοδο, όπου μεταλλάσσονται από το «Μοντέρνο» στο «Μεταμοντέρνο» Μουσείο δίνοντας έμφαση στις ατομικές ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες των επισκεπτών, Hooper Greenhill (2001).

⁹¹ Μυρογιάννη –Αρβανιτιδή (1999), Κουβέλη (2000), Νάκου (2001), Δάλκος (2000), Τζιαφέρη (2004), Νικονάνου (2005).

παραμεληθεί. Εντούτοις, τα ελληνικά μουσεία ξαναγεννιούνται⁹² μέσα από τις ίδιες τους τις στάχτες αφού για πολλά χρόνια βίωσαν και ακόμα μερικά μπορεί να βιώνουν, καταστάσεις πλήρους απραξίας και απομόνωσης από το κοινό τους.⁹³

Βιωματικές δραστηριότητες⁹⁴

Γενικά, η αρχή της βιωματικότητας λειτουργεί, όταν η διδασκαλία οργανώνεται με τρόπο βιωματικό, με αποκλειστική δηλαδή τη διέγερση του συναισθήματος των συμμετεχόντων στη διδακτική-μαθησιακή διαδικασία.

Συμμετοχή όλων των αισθήσεων-ενεργητική δραστηριότητα

- Μουσειακές οικογενειακές δραστηριότητες
- Αναβίωση ζωής του παρελθόντος- τεχνικές, συνήθειες, δραστηριότητες
- Υλική και αισθητική δραστηριότητα

Χρησιμοποίηση υλικών και μέσων με στόχο την προσωπική δημιουργία, το να γίνει κάτι ορατό (σχεδιάζω, ζωγραφίζω, πλάθω, χειροτεχνία, μουσική, εικαστικά και εποπτικά προϊόντα, κατασκευάζω, διαμορφώνω, μετατρέπω το περιβάλλον και τον εαυτό μου).

- Παιχνίδι, όπου μπορούν οι γονείς να παίζουν με τα παιδιά τους και ταυτόχρονα να ψυχαγωγούνται

Διασκέδαση-παιδαγωγική ελεύθερου χρόνου, εμπνευστική διδακτική, αποτελεσματικό σε θέματα κοινωνικοποίησης και αφομοίωσης. Συναισθηματική συμμετοχή, δυνατότητες προσωπικών ερμηνειών.

- Παιχνίδια ανοιχτά, όπως τα παιδικά, προσανατολισμένα σε υλικά και καταστάσεις
- Θεατρικά και παιχνίδια ρόλων με την συμμετοχή των γονέων
- Παιχνίδια με κανόνες, όπου θα βοηθούν οι γονείς τα παιδιά να διατηρήσουν αυτούς τους κανόνες

Δημιουργικές δραστηριότητες

Οι άνθρωποι μαθαίνουν καλύτερα, όταν αυτοί ενεργητικά, χειρίζονται την πληροφορία για να μαθευτεί και όταν αυτή η πληροφορία βασίζεται σε προηγούμενες γνώσεις. Τα μουσεία χρειάζονται να δημιουργήσουν περιβάλλον που να ενθαρρύνει την εξερεύνηση και να επιτρέψουν ο σκοπός να κατασκευαστεί μέσα από την επιλογή, την πρόκληση, τον έλεγχο, την συνεργασία γονέων και παιδιών, οδηγώντας σε αυτό-ανακάλυψη, υπερηφάνεια στα επιτεύγματα και στη μάθηση, όπου οι επισκέπτες και πιο συγκεκριμένα οι οικογένειες μπορούν να μάθουν περισσότερα για τους εαυτούς τους και τις εμπειρίες τους.

Το μουσείο χρησιμοποιεί πολλά εκπαιδευτικά προγράμματα, για να κάνει τους επισκέπτες από την μια να δραστηριοποιούνται συμμετέχοντας άρα και να ψυχαγωγούνται αλλά και από την άλλη να εκπαιδεύονται και να μαθαίνουν, όπως είναι οι ξεναγήσεις, τα σεμινάρια, οι προβολές, οι μουσικές εκδηλώσεις. Όπως ανέφερα και στην προηγούμενη ενότητα, το μουσείο πρέπει να χρησιμοποιεί δημιουργικές δραστηριότητες, όπως είναι οι δραματοποιήσεις, τα θεατρικά δρώμενα-παιχνίδια, που μπορούν γενικότερα όλοι οι επισκέπτες αλλά και μαζί οι οικογένειες να πάρουν μέρος σε αυτά. Ακόμα, στα παιχνίδια ρόλων, στις εκδρομές, στις δράσεις, στα project μπορούν να συμμετέχουν αποφασιστικά όλοι και η ίδια η διδασκαλία να διαμορφώνεται και να διεξάγεται από όλους όσους συμμετέχουν,

⁹² Τα τελευταία χρόνια, έχουν γίνει αξιόπαινες προσπάθειες αλλαγής του τρόπου παρουσίασης των εκθεμάτων με χαρακτήρα πιο φιλικό, προσιτό, ψυχαγωγικό και διαδραστικό για τον Έλληνα επισκέπτη.

⁹³ Γιόφτσαλη Κ., *Μια επίσκεψη στο μουσείο με την οικογένειά μου: Η περίπτωση των οικογενειακών προγραμμάτων*, σελ.283.

⁹⁴ Νικονάνου Νίκη, Από σημειώσεις μαθήματος μουσειοπαιδαγωγικής του Πανεπιστημίου Αιγαίου.

αλλά και σε όλα τα εργαστήρια δημιουργικής απασχόλησης. Όπως για παράδειγμα⁹⁵, τα εργαστήρια ζωγραφικής, χειροτεχνίας όπου μπορούν τα παιδιά να συμμετάσχουν σε εικαστικές δραστηριότητες δηλαδή να δημιουργήσουν τα δικά τους έργα τέχνης :



όπως έκανε η ©Manchester Art Gallery.

Τα παιδιά μπορούσαν να ζωγραφίσουν ή ακόμα και να δημιουργήσουν με πλαστελίνη ή πηλό κάποιο από τα εκθέματα της αρέσκειάς τους ή αυτό που τους έκανε περισσότερη εντύπωση, μαζί με τους γονείς τους.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα υλοποιούνται, κατά περίπτωση, μέσω ξεναγήσεων, εικαστικών (ή άλλων) εργαστηρίων, προβολών διαφανειών, συζητήσεων και γραπτών αξιολογήσεων δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στο λόγο. Ο στόχος των προγραμμάτων, γενικά, είναι να εξοικειώσουν το μαθητικό κοινό με τα θέματα των εκθέσεων, να τους δώσουν ερεθίσματα, ώστε να εκφραστούν δημιουργικά στο χώρο του μουσείου. Ταυτόχρονα, στοχεύουν στο να αποτελέσει το μουσείο τόπο συνάντησης όχι μόνο των τάξεων αλλά και της οικογένειας, μετατρέποντας μια οικογενειακή επίσκεψη στο μουσείο σε αισθητική εμπειρία.

Επιπρόσθετα, στην Πινακοθήκη του Μάντσεστερ⁹⁶, στον εκθεσιακό διαδραστικό χώρο Clore, γονείς και παιδιά μπορούν να απασχοληθούν από κοινού, όπως φαίνεται και στην παρακάτω



εικόνα.

Κανονικά έτσι πρέπει να γίνεται και στα ελληνικά μουσεία, ώστε τα παιδιά να μπορούν να ψυχαγωγούνται με τους γονείς τους αλλά και ταυτόχρονα να μαθαίνουν.

⁹⁵ Black Graham, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: αξιοποίηση των μουσείων από σχολεία*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.215

⁹⁶ Graham Black, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: ερμηνευτικός σχεδιασμός*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ. 263

Βέβαια, το μουσείο πρέπει να είναι προετοιμασμένο και για άλλες ειδικές περιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα, να δημιουργεί δραστηριότητες εκτός μουσείου, εκθέσεις και προγράμματα για τα άτομα με ειδικές ανάγκες, παιδιά με διάφορες αναπηρίες (όρασης, ακοής κ.λπ.), γιατί και αυτά τα άτομα και ειδικότερα τα παιδιά έχουν ανάγκη την ψυχαγωγία και την εκπαίδευση μέσω του μουσείου η οποία, βέβαια, μπορεί να γίνει και με πρόσβαση μέσω του διαδικτύου.



Εδώ βλέπουμε ένα παράδειγμα από το μουσείο του Λονδίνου, με έναν επισκέπτη με ειδικές ανάγκες, που η «χειροπιαστή» σχέση με τα εκθέματα μπορεί να είναι μια ανεπανάληπτη εμπειρία.

Ένα από τα πολλά οφέλη από τα «καροτσάκια της τέχνης» και τις «τσάντες δραστηριοτήτων» για τα παιδιά είναι ότι πάντα χρειάζεται η βοήθεια των γονιών. Έτσι, ο γονιός θα περάσει χρόνο μπροστά σε κάποιο αντικείμενο ή έργο τέχνης, θα μάθει λεπτομέρειες για εκείνο και θα το παρατηρήσει. Τα παιδιά επιμένουν να κάνουν ερωτήσεις για τις οποίες οι γονείς θα πρέπει να βρουν απαντήσεις. Αν οι γονείς δεν είναι απόμακροι, καταλήγουν να ανακαλύψουν πράγματα και οι ίδιοι, με αποτέλεσμα να ενισχύσουν και την δική τους κατανόηση.⁹⁷

Γενικότερα, σε περίπτωση που κάποιοι γονείς δεν μπορούν να συμμετάσχουν ενεργά σε ένα οικογενειακό πρόγραμμα, λόγω των απαιτήσεων της εργασίας τους, ως περιφερειακοί συμμετέχοντες μπορούν να προσφέρουν απ' το σπίτι την υποστήριξή τους και να βοηθήσουν τα παιδιά τους να κατανοήσουν καλύτερα τις δραστηριότητες επίλυσης προβλημάτων.

Σχέση γονέων και παιδιών μέσα από τα εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων - πώς το μουσείο βοηθά στην ανάπτυξη των σχέσεων γονέα-παιδιού

Το μουσείο με τα εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνει, δίνει τη δυνατότητα στους γονείς, πρώτα από όλα, να έρθουν σε επαφή με τα παιδιά τους, να παρακολουθήσουν τον τρόπο που αυτά παίζουν και μέσα από αυτά τα προγράμματα να κατανοήσουν το χαρακτήρα και τον τρόπο σκέψης τους.

Το κάθε εκπαιδευτικό πρόγραμμα για οικογένειες δίνει την ευκαιρία στους γονείς να παρατηρήσουν τα παιδιά τους και να συμμετάσχουν σε μία άλλη οπτική γωνία του κόσμου, αυτή που έχει δημιουργηθεί εκείνη την στιγμή, από το κάθε παιδί αποκλειστικά και μόνο για τις δικές του ανάγκες, δηλαδή να μεταφερθούν στο μικρόκοσμο που «ζουν» τα παιδιά τους. Έτσι μέσα από τις αλληλεπιδράσεις του μουσειακού παιχνιδιού μέσω των προγραμμάτων, οι γονείς έχουν τη ευκαιρία να εισβάλλουν σε αυτό τον φανταστικό κόσμο και να οικοδομήσουν σταθερές σχέσεις με το παιδί τους. Αφού μέσα από τα προγράμματα, μπορούν να επικοινωνήσουν ουσιαστικά με τα παιδιά και να τα καθοδηγήσουν πιο αποτελεσματικά, εφόσον, θα έχουν πλέον οι γονείς ανακαλύψει τον εσωτερικό τους κόσμο. Επιπλέον, τα οικογενειακά εκπαιδευτικά προγράμματα δίνουν την ευκαιρία σε παιδιά που είναι λιγότερο

⁹⁷ Graham Black, *Το ελκυστικό μουσείο, μουσεία και επισκέπτες: ενθαρρύνοντας τους γονείς μέσω των παιδιών τους*, Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, σελ.331

ομιλητικά να εκφράσουν τις απόψεις τους, τις εμπειρίες, επιτρέποντας έτσι στους γονείς να σχηματίσουν μία πληρέστερη άποψη για την ψυχοσύνθεση του παιδιού τους. Το σίγουρο είναι ότι αυτά τα εκπαιδευτικά προσφέρουν στους γονείς μία θαυμάσια ευκαιρία να κατανοήσουν, και να μάθουν τα παιδιά τους, ενώ επίσης, βοηθά τους ειδικούς να τεκμηριώσουν σημαντικές πολιτιστικές τάσεις.⁹⁸

⁹⁸ The strong national museum of play

ΕΝΟΤΗΤΑ 7^η

Παραδείγματα οικογενειακών προγραμμάτων σε μουσεία

- Μουσείο ελληνικής παιδικής τέχνης-Ζωγραφική με τους γονείς



Οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους, με την παρότρυνση του υπεύθυνου του εργαστηρίου, βίωσαν μια κοινή εικαστική εμπειρία, αντλώντας ερεθίσματα από τις εκθέσεις του Μουσείου, από τα έργα των συλλογών του και από έργα διασήμων καλλιτεχνών. Με την προτροπή του υπεύθυνου του εργαστηρίου οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους πειραματίζονται με ποικίλα υλικά και τεχνικές ζωγραφικής και χρησιμοποιούν τη φαντασία τους δημιουργώντας «οικογενειακά» έργα.⁹⁹

- Μουσείο συναισθημάτων παιδικής ηλικίας



Εργαστήρια μυθοπλασίας για μικρούς και μεγάλους όπου ενήλικοι και παιδιά διαλέγουν τους ήρωες, τα ζωτικά, τα μαγικά φίλτρα, τους μαγικούς καθρέφτες. Εργαστήρια παραμυθιού, όπου η αφήγηση γίνεται έμπνευση και αφορμή για να εξερευνήσουν ενήλικοι και παιδιά τα συναισθήματά τους μέσα από εικαστικό παιχνίδι ξεχωριστά κυριακάτικα εργαστήρια με δραστηριότητες που ενθαρρύνουν γνωριμία με τον εαυτό τους μέσα από παιχνίδια, εικαστικά και παραμύθια είναι οι προτάσεις από το Μουσείο Συναισθημάτων Παιδικής Ηλικίας, που πραγματοποιούνται από τον Οκτώβριο και συνεχίζεται έως και σήμερα.¹⁰⁰

⁹⁹ Μουσείο ελληνικής παιδικής τέχνης, «Εκπαίδευση και εργαστήρια, Ζωγραφική με τους γονείς».

¹⁰⁰ Λυμπεροπούλου Κατερίνα, «Τα μουσεία ανοίγουν στα παιδιά», *Το βήμα*, Μουσείο συναισθημάτων παιδικής ηλικίας

- Μακεδονικό μουσείο σύγχρονης τέχνης-εκπαιδευτικά εργαστήρια τέχνης «παίζω-μαθαίνω- δημιουργώ»

Family Workshops (οικογενειακά εργαστήρια)

Στο πρόγραμμα Family Workshops που πραγματοποιείται από τον Ιανουάριο του 2014, οι τέχνες συναντώνται στις ποικίλες εκφράσεις τους και γίνονται το μέσο για να βιώσουν παιδιά και γονείς την εξέλιξη στη σύγχρονη τέχνη, να συνδημιουργήσουν και να ανακαλύψουν διαφορετικούς τρόπους καλλιτεχνικής έκφρασης «παίζοντας» με τα έργα τέχνης.

Οι θεματικές -projects που περιλαμβάνουν αντλούν έμπνευση άλλοτε από τα βιώματα και τις εμπειρίες των παιδιών και άλλοτε από τα έργα τέχνης, τους καλλιτέχνες, τα καλλιτεχνικά ρεύματα, την αρχιτεκτονική και από τα διαφορετικά πεδία καλλιτεχνικής έκφρασης. Με γνώμονα την αμφίδρομη σχέση συμμετεχόντων-μουσείου, γονείς και παιδιά συνεργάζονται για την επίλυση ενός κοινού προβλήματος, αποκτούν κοινές εμπειρίες, μοιράζονται συναισθήματα, καλλιεργούν με θετικό τρόπο τη σχέση τους και σταδιακά ανιχνεύουν μέσα από το «βίωμα» μελλοντικές κλίσεις και προτιμήσεις των παιδιών.¹⁰¹

- Μουσείο Ακρόπολης
 - ο Το 2012, στο μουσείο της Ακρόπολης, πραγματοποιήθηκαν¹⁰²:

§ Οικογενειακό παιχνίδι «Αρχαϊκά χρώματα»

Στο πλαίσιο της δράσης «Αρχαϊκά χρώματα», το μουσείο προσκάλεσε τις οικογένειες με τα παιδιά τους να ανακαλύψουν τα αρχαϊκά χρώματα μέσα από τρία παιχνίδια:

1. Το παιχνίδι αναζήτησης λεπτομερειών στα αρχαϊκά γλυπτά, εκεί όπου σώζεται το χρώμα τους
2. Την κασετίνα ζωγραφικής με ορυκτά χρώματα και μολύβια για να χρωματίσουν τα παιδιά το σχέδιο της Πεπλοφόρου
3. Το Domino με συνδυασμούς σε ελεύθερη χρωματική απόδοση από τα σχέδια που διακοσμούσαν ρούχα και σκουλαρίκια των Κορών της αρχαϊκής εποχής.

¹⁰¹ Μακεδονικό μουσείο σύγχρονης τέχνης, Μουσειοπαιδαγωγικά προγράμματα, «Εκπαιδευτικά εργαστήρια τέχνης παίζω- μαθαίνω- δημιουργώ».

¹⁰² Μουσείο Ακρόπολης, «Οικογενειακό παιχνίδι αρχαϊκά χρώματα στο μουσείο Ακρόπολης», *Έλα μαζί*.



§ Οικογενειακό παιχνίδι «Αναζητώντας τη θεά Αθηνά»



Το μουσείο Ακρόπολης προσκάλεσε τις οικογένειες να γνωρίσουν τη θεά Αθηνά και τα σύμβολά της, μέσα από τρία διαφορετικά παιχνίδια αναγνώρισής της μέσα στους εκθεσιακούς χώρους. Το μουσείο εγκατέστησε ειδικές λεζάντες για την αναζήτηση των 12 εκθεμάτων που περιλάμβανε το παιχνίδι. Οι οικογένειες παραλάμβαναν το δανειστικό σακίδιο με το οικογενειακό παιχνίδι της επιλογής τους.

- ο Το μουσείο της Ακρόπολης υποδέχτηκε στις 21,22,28 και 29 Δεκεμβρίου 2013 τους επισκέπτες του, ανάμεσα σε αυτούς και οικογένειες, με ευφάνταστα παιδικά εργαστήρια, θεματικές παρουσιάσεις για ενήλικες, Χριστουγεννιάτικες και Πρωτοχρονιάτικες μελωδίες, οικογενειακά αρχαιολογικά παιχνίδια, κεράσματα και πολλές ακόμη εκπλήξεις.¹⁰³



- Μουσείο Κυκλαδικής τέχνης¹⁰⁴
- ο Το μουσείο Κυκλαδικής τέχνης υλοποιεί τις Κυριακές οικογενειακό πρόγραμμα με τίτλο:

¹⁰³ Μουσείο Ακρόπολης, «Εορταστικό πρόγραμμα μουσείου», 2013.

¹⁰⁴ «Γνωρίστε τα εκπαιδευτικά προγράμματα του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης, Νέο Πρόγραμμα: Εργαστήριο για γονείς και όχι μόνο..., Διαδρομές στο Μουσείο, διαδραστικές ξεναγήσεις για οικογένειες για γονείς και παιδιά, Νέο πρόγραμμα: Μια φορά κι έναν καιρό...», *Ψυχαγωγία, Μουσεία-γκαλερί*



«Φτιάχνω τέχνη με τα χέρια μου», στο οποίο παιδιά και γονείς εξερευνούν μαζί την χαρά του παιχνιδιού, της μουσικής και της κίνησης, την γαλήνη του να ακούν μαζί παραμύθια, και την απόλαυση του να δημιουργούν μαζί και να εκφράζονται καλλιτεχνικά με πρωτότυπα υλικά. Ένα εργαστήριο που ενεργοποιεί τόσο τις αισθήσεις των παιδιών όσο και των γονιών, ενισχύει τη φαντασία και την αντίληψή τους, συντελεί στην ανάπτυξη των λεπτών δεξιοτήτων των παιδιών, τα εξοικειώνει με την τέχνη και βοηθάει στην κοινωνικοποίησή τους.

- ο *Εργαστήριο για γονείς και όχι μόνο..(2010).*

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης φιλοξένησε ένα νέο εργαστήριο για γονείς (και όχι μόνο) με την εικαστικό Αντζι Καρατζά. Οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να 'βουτήξουν' σε υλικά και να μάθουν πολλές τεχνικές, όπως κολλάζ, πηλό, γύψο, γυψόγαζα, χαρτοπολτό, χαρακτική, κατασκευές.

- ο *Εκτός από τα προγράμματα το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης οργανώνει διαδραστικές ξεναγήσεις για οικογένειες (2010).*



Γονείς και παιδιά είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν τις μόνιμες συλλογές του Μουσείου ακολουθώντας μια διαδρομή και συμμετέχοντας σε ένα παιχνίδι. Με την αρχαιολόγο – μουσειοπαιδαγωγό Κατερίνα Σταμίδη έμαθαν για τον Κυκλαδικό Πολιτισμό, την Αρχαία Ελληνική και την Αρχαία Κυπριακή Τέχνη. Έλυσαν αινίγματα με λέξεις και εικόνες και έμαθαν ότι τα αρχαία αντικείμενα ίσως να μην ήταν τελικά αυτό που φαίνεται σε εμάς σήμερα. Ακόμη, προσπάθησαν να μαντέψουν τη σημασία λέξεων που συναντά κανείς στα αρχαιολογικά μουσεία αλλά που στον έξω κόσμο έχουν εντελώς διαφορετικό νόημα. Μέσα από μια διαδρομή με παιχνίδια και ερωτήσεις ανακάλυψαν τον κόσμο των αρχαίων!

- ο *Πρόγραμμα: Μια φορά κι έναν καιρό...(2010)*

Οι γονείς αφηγήθηκαν παραμύθια στα παιδιά τους. Συναντήσεις για γονείς και όχι μόνο...Όλοι είχαν μια ιστορία να πούνε και τα παιδιά ήταν πρόθυμα ν' ακούσουν. Η δημιουργική απασχόληση είναι η καλύτερη διασκέδαση για τα παιδιά αλλά και τους γονείς. Έτσι οι γονείς είχαν την ευκαιρία να έρθουν κοντά στα παιδιά τους και να τα ψυχαγωγήσουν λέγοντάς τους ένα ξεχωριστό παραμύθι σε ένα σημαντικό χώρο και όχι μέσα στο σπίτι!

Συμπεραίνουμε, ότι τα ελληνικά μουσεία αν και λίγα, έχουν κάνει κάποιες προσπάθειες για να συμμετέχουν οι γονείς μαζί με τα παιδιά τους σε διάφορα προγράμματα. Κατά τη γνώμη μου, σκοπός όμως είναι να οργανώνουν συνέχεια οικογενειακά προγράμματα και αν γίνεται όλα τα μουσεία, έτσι ώστε να είναι ελκυστικά για τις οικογένειες και να τους δώσουν την δυνατότητα να κάνουν κάτι διαφορετικό πέρα από μια απλή επίσκεψη.

«ΤΟ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟ ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ» ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Η επίσκεψη στο μουσείο

Ο εκπαιδευτικός πρέπει:

- Να επιλέξει τον χώρο της επίσκεψης
- Να σχεδιάσει την επίσκεψη
- Να προσδιορίσει τους στόχους
- Να προετοιμάσει τα παιδιά
- Να συνεργαστεί με τους υπεύθυνους του μουσείου

Σε συνεργασία με το μουσείο θα πρέπει να έχουν προβλεφθεί τα εξής:

- Να υπάρχει χώρος εργασίας για τα παιδιά
- Να ενθαρρύνονται να κινηθούν
- Να δέχονται ερεθίσματα όλες οι αισθήσεις
- Να δραστηριοποιούνται όλες οι δυνατότητες των παιδιών



Εξερευνώντας την ιστορία ενός χειρόγραφου¹⁰⁵

Αρχικά, πρέπει να επισημάνω, ότι το πρόγραμμα με θέμα «το βυζαντινό χειρόγραφο», περιελάμβανε ένα εργαστήριο βιβλιοδεσίας για ενήλικες και παιδιά που διοργάνωσε το μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού στο πλαίσιο των εκδηλώσεων του ΥΠ.ΠΟ για τις «Ανοιχτές ημέρες» τον Οκτώβριο του 2003, και για τις «Μέρες έκφρασης και

δημιουργίας, 2004, Μελίνα, 10 χρόνια μια μεγάλη απουσία» τον Μάρτιο του 2004. Ο σκοπός του εργαστηρίου ήταν διττός: η γνωριμία του κοινού με μια σχετικά άγνωστη πτυχή του βυζαντινού πολιτισμού, τα χειρόγραφα, και πιο συγκεκριμένα με την τεχνική της βιβλιοδεσίας της εποχής, και η συμμετοχή μιας ιδιαίτερης ομάδας κοινού, αυτής των ενηλίκων με παιδιά, σε δημιουργικά εργαστήρια κατασκευής σημειωματάρων με τη βυζαντινή τεχνική. Έχω να τονίσω ότι η εμπύχωση έγινε από φοιτητές και φοιτήτριες του τμήματος Θεάτρου του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και από τις αρχαιολόγους-μουσειοπαιδαγωγούς του μουσείου.

Το πρόγραμμα «Εξερευνώντας την ιστορία ενός χειρόγραφου» αποτελεί θεατρικό εργαστήριο που μέσα από τις δραστηριότητές του, τα παιδιά απέκτησαν μια διαφορετική εμπειρία επίσκεψης σε μουσείο και έζησαν τις περιπέτειες ενός πολύτιμου βυζαντινού χειρόγραφου.

¹⁰⁵ Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού- θεατρικό εργαστήριο, δραστηριότητες για μαθητές, «Εξερευνώντας την ιστορία ενός χειρόγραφου».

Πρόκειται για τον πορφύρο κώδικα της Πετρούπολης, χειρόγραφο του 6^{ου} αιώνα μ.Χ., που γράφτηκε στην Κωνσταντινούπολη, αργότερα διαμελίστηκε και ύστερα από διάφορες περιπέτειες ένα φύλλο του κατέληξε στο Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού. Με αφορμή την ιστορία αυτή, το θεατρικό εργαστήριο πραγματεύτηκε θέματα όπως η παράδοση, η αξία της προσωπικής και συλλογικής μνήμης, η πολιτιστική κληρονομιά και το μουσείο ως χώρος διαφύλαξης της ιστορικής μνήμης.



Καταγραφή εντυπώσεων των παιδιών

Δραστηριότητα του θεατρικού εργαστηρίου

Η συνεργασία των ενηλίκων με παιδιά αποτελεί πρωτοποριακή κίνηση καθώς αποβλέπει στην απρόσκοπτη συνεργασία ενηλίκων και παιδιών για την επίτευξη ενός κοινού στόχου, στην προσέγγιση των παιδιών ως συνεργατών, στην καλλιέργεια των δεξιοτήτων και στην κατανόηση των ικανοτήτων των παιδιών, στη δημιουργική απασχόληση και στην αμιγώς διαπροσωπική επαφή κατά τον ελεύθερο χρόνο τους, αντίθετα με άλλες συνήθειες δραστηριότητες. Το εργαστήριο βιβλιοδεσίας "Το βυζαντινό χειρόγραφο" αποτελεί οργανωμένη επίσκεψη συγκεκριμένου αριθμού ατόμων (20 έως 25) και πραγματεύεται το συγκεκριμένο θέμα. Στοχεύει στην αποκόμιση γνώσεων και στην αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου ενηλίκων και παιδιών μέσα από τη βιωματική προσέγγιση του θέματος και την ανάπτυξη πνευματικών, αισθητικών και πρακτικών δεξιοτήτων. Το δημιουργικό εργαστήριο "Το βυζαντινό χειρόγραφο" διοργανώθηκε τον Οκτώβριο του 2003 και ήταν αποτέλεσμα της συνεργασίας του εργαστηρίου συντήρησης χαρτιού με τα Εκπαιδευτικά Προγράμματα του Μουσείου. Η διάρκειά του ήταν 2 ώρες. Συμμετείχαν 88 άτομα (72 ενήλικες και 16 παιδιά) από 9 έως 65 ετών, που δήλωσαν συμμετοχή τηλεφωνικά και είχαν ενημερωθεί από τον τύπο και άλλο διαφημιστικό υλικό (αφίσα και ενημερωτικό φυλλάδιο).

Το πρώτο μέρος του εργαστηρίου ήταν θεωρητικό. Σε αυτό, τα παιδιά έκαναν ένα ταξίδι στο χρόνο, στον 6^ο αι. μ.Χ., όπου ο «γραφέας» του κώδικα τους έδωσε πληροφορίες για τα χειρόγραφα, δηλαδή, ενημερώθηκαν για τη βυζαντινή βιβλιοδεσία μέσα από τη διάλεξη, τη διαλογική συζήτηση, την ενεργητική συμμετοχή και πλούσιο εποπτικό υλικό, όπως φωτογραφίες αυθεντικού υλικού και βοηθητικά σχέδια. Σε αυτό το στάδιο οι συμμετέχοντες αποκόμισαν πληροφορίες για ζητήματα όπως η γραφή, τα υλικά γραφής, η τεχνική και η τέχνη της βιβλιοδεσίας και η σημασία των χειρογράφων τόσο στη βυζαντινή εποχή, όσο και σήμερα.

Στο δεύτερο στάδιο οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε ομάδες, μπόκαν σε ρόλο οικογενειών προσφύγων, που είχαν στην κατοχή τους, ως οικογενειακό κειμήλιο, ένα φύλλο του κώδικα, και έτσι, συνεργάστηκαν για να κατασκευάσουν ένα χειροποίητο σημειωματάριο με την

τεχνική της βυζαντινής βιβλιοδεσίας, χρησιμοποιώντας υλικά όσο το δυνατόν πιο κοντά στα αυθεντικά (χαρτόνι, χαρτί τύπου "πάπυρος", νήμα και βελόνες, δέρμα ζώου), με τη βοήθεια των συντηρητών και των αρχαιολόγων. Μέσα από την δημιουργία θεατρικών σκηνών τα παιδιά καλούνταν να δείξουν ένα περιστατικό που τους ένωσε με το αντικείμενο.



Τα παιδιά σε ρόλο

οικογενειών προσφύγων συζητούν για το φύλλο του Πορφυρού Κώδικα.

Στη συνέχεια πρέπει να αναφέρω ότι έγινε συζήτηση με τον «εκπρόσωπο» του μουσείου για το αν θα παραδώσουν το κειμήλιο στο μουσείο, ως κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η κάθε οικογένεια αποφάσιζε, αν θα παρέδιδε το αντικείμενο ή όχι και για ποιους λόγους.

Στο τρίτο μέρος τα παιδιά εκτός ρόλου στοχάστηκαν τις δραστηριότητες στις οποίες είχαν συμμετάσχει και επισκέφθηκαν την αίθουσα του μουσείου «Παλαιοχριστιανικός ναός», όπου εκτίθεται το φύλλο του πορφυρού κώδικα.

Στο θεατρικό εργαστήριο τα παιδιά συμμετείχαν σε ποικίλες δραστηριότητες, όπως, το μιμητικό παιχνίδι, η ανάληψη ρόλου, η καταγραφή ιδεών και απόψεων πάνω σε κάποιο θέμα, καλλιέργησαν τον γραπτό και τον προφορικό λόγο, τις κινητικές και καλλιτεχνικές δεξιότητές τους, απέκτησαν γνώσεις για ποικίλα ζητήματα και συνεργάστηκαν σε μια συλλογική δημιουργία.



Η "στοά της συνείδησης" είναι μια από τις τεχνικές του Εκπαιδευτικού Δράματος.

Η κάθε οικογένεια παίζει μια σκηνή που να δείχνει τη σύνδεσή της με τον Πορφυρό Κώδικα.

Τέλος, ακολούθησε η «τελετή παράδοσης» των φύλλων σε γιορτή που διοργάνωσε το Μουσείο προς τιμήν των οικογενειών. Οι συμμετέχοντες, αξιολόγησαν τις δραστηριότητες που συμμετείχαν, επισκέφθηκαν το Μουσείο, όπου εκτίθενται αυθεντικά βυζαντινά χειρόγραφα, και φεύγοντας πήραν το δικό τους χειροποίητο «βυζαντινό»

σημειωματάριο. Από την αξιολόγηση του προγράμματος προέκυψε ότι το στοιχείο που άρεσε ιδιαίτερα ήταν το πρωτότυπο και ενδιαφέρον θέμα του εργαστηρίου σε συνδυασμό με την πρακτική εφαρμογή των θεωρητικών γνώσεων, καθώς και η δυνατότητα συνεργασίας των ενηλίκων με τα παιδιά.

Η οργάνωση δημιουργικού εργαστηρίου που απευθύνεται σε τόσο συγκεκριμένη ομάδα κοινού αποτελεί σημαντικό και πρωτοποριακό εγχείρημα. Η μεγάλη συμμετοχή έδειξε ότι το ευρύ κοινό αποζητά και προτίθεται να αφιερώσει μέρος του ελεύθερου χρόνου του σε μια διαφορετική δραστηριότητα, να συμμετέχει ενεργά στη διαδικασία της μάθησης και της δημιουργίας και να έλθει σε απευθείας επαφή με τον άγνωστο κόσμο των χειρογράφων, αλλά και του Μουσείου.

ΕΝΟΤΗΤΑ 8^η

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με την παρούσα πτυχιακή εργασία, μπορούμε να πούμε πως οι οικογένειες σήμερα δεν επισκέπτονται συχνά τα μουσεία, γιατί αρκετοί γονείς θεωρούν πως δεν είναι δική τους δουλειά να πηγαίνουν τα παιδιά τους στο μουσείο από τη στιγμή που τον ρόλο αυτό τον έχει αναλάβει το σχολείο. Βέβαια, υπάρχουν γονείς που δεν μπορούν να τα επισκεφτούν λόγω οικογενειακών και επαγγελματικών υποχρεώσεων, και της κοπώσεως που αυτές αποφέρουν, γεγονός που διαφαίνεται και στην έρευνα που έκανα στη δεύτερη ενότητα της εργασίας μου. Ευτυχώς, το μεγαλύτερο μέρος των γονέων, υποστηρίζουν πως το μουσείο δεν έχει μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα, αλλά και ψυχαγωγικό-διασκεδαστικό και ότι τα παιδιά τους θα μάθουν διασκεδάζοντας. Με άλλα λόγια, εδώ στην Ελλάδα, προτεραιότητα των γονέων δεν είναι να επισκεφτούν ένα μουσείο με τα παιδιά τους, σε αντίθεση με τις χώρες του εξωτερικού που οι οικογένειες το βρίσκουν απαραίτητο, γιατί οι ίδιοι οι γονείς θέλουν να μάθουν για τον πολιτισμό αλλά και τα παιδιά τους να γνωρίσουν αυτό τον κόσμο, να τον αγαπήσουν και να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους.

Τα μουσεία για να αποκτήσουν περισσότερα έσοδα, πρέπει να διευρύνουν το κοινό τους, ως προς τις οικογένειες, και αυτό θα το πετύχουν μόνο αν αλλάξουν. Θα πρέπει να δουν ποιες είναι οι φυσιολογικές ανάγκες των οικογενειών, οι επιθυμίες τους και να τις πραγματοποιήσουν, όπως για παράδειγμα το να αισθάνονται ασφάλεια, να ξεκουράζονται σε καθίσματα, να έχουν φαγητό και νερό, αλλά και καλές εγκαταστάσεις για τα παιδιά, πιο χαμηλή τιμή του εισιτηρίου και καλύτερες υπηρεσίες. Φυσικά, όλοι θέλουν να έχουν μια ευχάριστη εμπειρία από την επίσκεψή τους σε μουσείο. Ακόμα, θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους τις επιθυμίες των παιδιών που θα θέλουν με την σειρά τους να αγγίξουν τα εκθέματα, να τα καταλάβουν διαβάζοντας εύκολα τα κείμενά τους και να εκφραστούν ελεύθερα με την βοήθεια κάποιων δράσεων που οφείλει να διοργανώνει το μουσείο. Έτσι, παρατηρούμε πως από μια επίσκεψη, γονείς και παιδιά θα μάθουν, θα ανακαλύψουν, αλλά και θα διασκεδάσουν ξεχωριστά ή μαζί.

Συνεπώς, τα μουσεία πρέπει με διάφορους τρόπους να προσελκύσουν τις οικογένειες να τα επισκεφθούν. Όπως είδαμε στην τέταρτη ενότητα, οι τρόποι είναι πάρα πολλοί, αρκεί να υπάρχει θέληση από το μουσείο να διαθέσει το χρόνο που χρειάζεται για να υλοποιηθούν όλες οι ιδέες του και έτσι να επαναπροσδιορίσει την εικόνα του προς το κοινό του. Μερικοί από αυτούς τους τρόπους είναι ομιλίες, συναυλίες, παρουσιάσεις βιβλίων, διαδραστικές εκθέσεις, θεατρικές παραστάσεις-εκπαιδευτικά-μουσειοπαιδαγωγικά προγράμματα – στα οποία θα μπορούν να συμμετέχουν ενεργά τα παιδιά με τους γονείς τους αλλά και να έρχονται σε επαφή με τα εκθέματα – η μείωση των εισιτηρίων, τα οικογενειακά πακέτα για την είσοδο σε μουσεία και πολλοί άλλοι.

Κατά την γνώμη μου, αν τα μουσεία χρηματοδοτούνται καλά και έχουν πρωτότυπες ιδέες μπορούν να κάνουν τα πάντα για να προσελκύσουν όλα τα είδη κοινού και να επικοινωνήσουν μαζί τους μέσα από αυτές τις δράσεις. Ειδικά για τις οικογένειες, πιστεύω πως όταν επισκεφθούν το μουσείο μια φορά και συμμετάσχουν σε ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα, θα το επισκεφθούν ξανά μόλις ακούσουν πως γίνεται κάτι νέο σε αυτό, διότι θα θέλουν να μάθουν, να παίξουν με τα παιδιά τους, να έρθουν πιο κοντά τους και να περάσουν ευχάριστα και διασκεδαστικά. Γενικά, μέσω των προγραμμάτων αλλά και των δραστηριοτήτων του μουσείου που πραγματοποιούνται εντός και εκτός του φυσικού του χώρου, τα μουσεία μπορούν να επικοινωνήσουν με το κοινό τους. Όπως γνωρίζουμε, το

βασικότερο επικοινωνιακό μέσο του μουσείου είναι η έκθεση, η οποία μεταδίδει στο κοινό μηνύματα. Επιπλέον, το μουσείο επικοινωνεί με τους επισκέπτες του, φυσικά και μέσω του προσωπικού του μουσείου που θα ασχοληθεί με τον επισκέπτη σε ότι του ζητηθεί να κάνει ή να συζητήσει μαζί του για κάποιο τυχόν έκθεμα, ακόμα και για κάτι που τους απασχολεί σε σχέση με τους χώρους υγιεινής και το βεστιάριο.

Επίσης, πρέπει να τονίσουμε πως το μουσείο επικοινωνεί με τις οικογένειες άμεσα μέσω διαλέξεων, ξεναγήσεων, διηγήσεων, συζητήσεων και κάποιων ερωτήσεων-απαντήσεων, έμμεσα με τις εκθέσεις, καταλόγους, φύλλα εργασίας, και ερμηνευτικά μέσα με λεζάντες, νέες τεχνολογίες, μουσική, και τέλος μέσω δημιουργικών δραστηριοτήτων με εικαστικές δραστηριότητες, θεατρικό παιχνίδι, δραματοποίηση, και παιχνίδια ρόλων, όπου με όλα αυτά οι οικογένειες μπορούν να επικοινωνήσουν με το μουσείο και μεταξύ τους.

Τα μουσεία συνήθως προσφέρουν εκπαιδευτικά προγράμματα στους μαθητές σχολείων, γιατί οι δάσκαλοι είναι οι πρώτοι που ενδιαφέρονται να τα πάνε σε αυτά για να διευρύνουν οι μαθητές τις γνώσεις τους αλλά και να ψυχαγωγηθούν συμμετέχοντας σε διάφορα προγράμματα ή εργαστήρια. Κατά καιρούς έχουν γίνει προσπάθειες από τα μουσεία για τη διοργάνωση και διεξαγωγή οικογενειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία θα πρέπει να αυξηθούν στον αριθμό και να αφορούν τα περισσότερα μουσεία. Τα παιδιά πρέπει να αναφέρω πως χαίρονται πολύ, όταν συμμετέχουν σε κάποιο πρόγραμμα, προσπαθούν να μάθουν και οτιδήποτε γνωρίζουν το μοιράζονται με τους φίλους τους και με τους ενήλικες είτε αυτοί είναι οι γονείς τους είτε είναι οι μουσειοπαιδαγωγοί που υλοποιούν κάποιο πρόγραμμα.

Είναι επιθυμητό από τα μουσεία να οργανώσουν μουσειοπαιδαγωγικά προγράμματα τα οποία είναι πολύ σημαντικά και να απευθύνονται όχι μόνο στα παιδιά αλλά και στους γονείς, ώστε να συνεργάζονται μαζί τους και τα βοηθούν να κατανοούν ό,τι δεν καταλαβαίνουν. Συνεπώς, όταν κάποιος ενήλικας συνοδεύει ένα παιδί στο μουσείο, το καθοδηγεί και το κάνει να αφιερώσει περισσότερο χρόνο σε κάποιο σπουδαίο έκθεμα, κι έτσι μαθαίνουν μαζί και αποκτούν εμπειρίες. Στο εξωτερικό, με την εξελιγμένη τεχνολογία τους και τις φανταστικές ιδέες τους, διοργανώνουν συνέχεια προγράμματα και δραστηριότητες για τις οικογένειες γιατί θέλουν να δίνουν στους γονείς την ευκαιρία να συμμετέχουν σε αυτά με τα παιδιά τους και να ψυχαγωγούνται, αποκτώντας έτσι περισσότερα έσοδα αλλά και δυνατότητες διαφήμισης.

Τέλος, έχω να τονίσω πως όλες οι δράσεις που μπορεί να πραγματοποιήσει ένα μουσείο για τις οικογένειες είναι πολύ σημαντικές, αφενός για τα παιδιά που έχουν τη δυνατότητα να μάθουν πιο πολλά για τον πολιτισμό μας, να διασκεδάσουν αλλά και να περάσουν περισσότερο χρόνο με τους γονείς τους, να αναπτύξουν αυτά που ήδη έχουν μάθει, αφετέρου για τους ίδιους τους γονείς, που βρίσκουν μ' αυτό τον τρόπο χρόνο για τα παιδιά τους, τα βοηθούν και φυσικά αποκτούν όλο και περισσότερες γνώσεις και εμπειρίες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αθανασοπούλου, Α., "Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή κοινού", *Πολιτιστική Επικοινωνία*, ΕΑΠ, Πάτρα, 2003
2. Αναγνώστου, Ε., *Μελέτη και αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων του Μουσείου Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης*, ΕΑΠ, 2011
3. Βερνίκος, Ν., Δασκαλοπούλου, Σ., Μπαντιμαρούδης, Φ., Μπουμπάρης, Ν., Παπαγεωργίου, Δ. (2004), *Πολιτιστικές βιομηχανίες- διαδικασίες, υπηρεσίες, αγαθά*.
4. Black, Gr., *Το ελκυστικό μουσείο: Μουσεία και επισκέπτες*, (μτφρ. Κωτίδου Σ.), Αθήνα, 2009.
5. Γιόφτσαλη Κ., 2007, Η σχέση των ελληνικών μουσείων με τις οικογένειες: Ουτοπία ή πραγματικότητα, *Το μουσείο* 5, 10-13.
6. Εκπαιδευτικές δράσεις Υπ. Πολιτισμού, «παιχνίδια πολιτισμού», αφιέρωμα στον Α. Ακριθάκη-Η βαλίτσα των ονείρων εργαστήρι τέχνης Χαλκίδας, 2001.
7. Ζαχαράκη, Μ., *Μουσεία και νέοι: η περίπτωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου*, ΕΑΠ, 2009.
8. Hooper-Greenhill, E., *Σκέψεις για την μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή*, *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.47-49.
9. Μυρογιάννη-Αρβανιτίδη, Ε. 1999, Ο ρόλος του μουσειοπαιδαγωγού στην Ελλάδα, *Αρχαιολογία και Τέχνες* 71, 50-53.
10. Μουσουρή Θ., 1999, Έρευνα Κοινού και αξιολόγηση στα μουσεία, *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 72, 56-61.
11. Μούλιου, Μ., Μπούνια, Α., «Μουσείο και επικοινωνία», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, σελ.42.
12. Merriman, N., «Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.43-46.
13. Νικονάνου, Ν. 2005, «Ο ρόλος της μουσειοπαιδαγωγικής στα σύγχρονα μουσεία», *Τετράδια Μουσειολογίας II*, 18-25.
14. Νικηφορίδου, Α., *Το Μουσείο ως Μέσο Επικοινωνίας*, Νοέμβριος 2004
15. Οικονόμου, Μ., «Μουσεία για τους ανθρώπους ή για τα αντικείμενα;», *Αρχαιολογία και τέχνες* 72, σελ.50-55.
16. Τζιαφέρη, Σ., *Το σύγχρονο μουσείο στην ελληνική εκπαίδευση μέσα από τα παραδείγματα των Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων*, Πρακτικά του 4^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου, Αλεξανδρούπολη 28-30 Μαΐου, 555-560.
17. Υπουργείο Πολιτισμού ΙΑ' ΕΦΟΡΕΙΑ ΠΡΟΪΣΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΛΑΣΙΚΩΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ, *παιδεία και αρχαιολογία: εκπαιδευτικά προγράμματα του ΥΠ.ΠΟ*, πρακτικά ημερίδας, 13-5-98.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Gioftsali, K. 2005, *Families visiting museums as communities of learners; A Greek case study*, unpublished PhD thesis, Department of Museum Studies, University of Leicester, England.

2. Kelly, L., Savage, G., Landman, P. and Toskin, S. (2004) *Knowledge Quest; Australian Families Visit Museums*, συνέκδοση του Australian Museum, Sydney, και του National Museum of Australia, Κανμπέρα
3. Moussouri, T. 1997, "Family agendas and the museum experience", στο *Museums for the 21st Century*, Society of Museum Archaeologists, The Museum Archaeologist, Vol.24, Conference Proceedings.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1. www.el.wikipedia.org/wiki/Μουσείο, Μουσείο- Βικιπαίδεια, Τελευταία επίσκεψη: 9-7-2012.
2. www.neolithic.gr/pdf/museology.pdf, Ορφανίδη, Λ., «Εισαγωγή στη μουσειολογία», 2003, σελ.5 . Τελευταία επίσκεψη: 17-8-2012
3. http://www.miliesmuseum.gr/default.asp?V_DOC_ID=2046, Μουσείο Μηλεών Δήμου Ν. Πηλίου, «Εκπαίδευση». Τελευταία επίσκεψη: 14-9-2012.
4. <http://www.ekt.gr/content/img/product/79181/21.pdf> Καινοτομία Έρευνα και Τεχνολογία, Γιαννακοπούλου, Α., «Τα μουσεία του σήμερα πρέπει να δημιουργήσουν δεσμούς με όλους τους φορείς της κοινωνίας». Τελευταία επίσκεψη: 20-2-2013.
5. <http://www.arcadiaportal.gr/news/%C2%ABkarta-politismou%C2%BB-gia-dorean-eisodo-se-mouseia-kai-politistikous-chorous>, «Κάρτα πολιτισμού» για δωρεάν είσοδο σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους». Τελευταία επίσκεψη: 20-2-2013.
6. www.mbp.gr/html/gr/ek_heirografa2.htm, Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού-θεατρικό εργαστήριο, «Εξερευνώντας την ιστορία ενός χειρόγραφου». Τελευταία επίσκεψη: 24-6-2013.
7. http://www.yppo.gr/5/g5171.jsp?obj_id=7590, Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού-εκπαιδευτική δραστηριότητα, «Με την οικογένειά μου στο μουσείο». Τελευταία επίσκεψη: 10-1-2014.
8. <http://invenio.lib.auth.gr/record/132187/>, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης - Ψηφιοθήκη. Τελευταία επίσκεψη: 10-1-2014.
9. <http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/863/1/liakou.PDF>, Λιάκου, Ε., «Ο ρόλος της Μουσειακής εκπαίδευσης μέσα από το πλαίσιο των πολιτισμικών μαθημάτων και των πολιτιστικών δραστηριοτήτων των προπτυχιακών και των μεταπτυχιακών φοιτητών του τμήματος οικιακής οικονομίας και οικολογίας». Τελευταία επίσκεψη: 10-1-2014.
10. http://kee.ideke.edu.gr/epms/files/N41_MOUSEIA.pdf, Δαλακούρα Νάγια, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων- Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων (πολιτισμός- τέχνες- διαχείριση ελεύθερου χρόνου), «Μουσεία». Τελευταία επίσκεψη 10-1-2014.
11. <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26510&subid=2&pubid=113194764>, Εντυπωσιακή άνοδος με συνδυασμένες δράσεις, Γ., Βαϊλάκης, «Άλμα επισκεψιμότητας και εσόδων στα μουσεία», 2014. Τελευταία επίσκεψη: 11-1-2014.
12. <http://www.thestrong.org/about-play/play-quotes>, The Strong National Museum Of Play. Τελευταία επίσκεψη: 11-1-2014.
13. <http://www.academia.edu/3499909/> - , Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Ε., Παπαδούλα, «Οι διαστάσεις των πολιτισμικών φαινομένων», 2013. Τελευταία επίσκεψη: 12-1-2014.
14. http://mbp.gr/edu/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=55&lang=el, Εκπαιδευτικά προγράμματα, «Οικογένειες». Τελευταία επίσκεψη 12-1-2014.

15. http://www.zampelasart.com/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=299&lang=el, Zmart Education, «Γενέθλια στο μουσείο». Τελευταία επίσκεψη 12-1-2014.
16. http://www.childrensartmuseum.gr/view_subpage/49/diadrastikes-gwnies#!prettyPhoto, Μουσείο Ελληνικής Παιδικής Τέχνης, «Εκπαίδευση και εργασία- Ζωγραφική μαζί με τους γονείς». Τελευταία επίσκεψη 26-1-2014.
17. <http://www.hcm.gr/BIGFrame/BIGFramesMainFirstPage.asp?LANG=GR>, Ελληνικό Παιδικό Μουσείο, «Ψυχαγωγικά Εκπαιδευτικά Προγράμματα (γενέθλια, γιορτές, ειδικές εκδηλώσεις)», Τελευταία επίσκεψη 26-1-2014.
18. <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=353900>, Λυμπεροπούλου Κατερίνα, Τα μουσεία ανοίγουν στα παιδιά, «Μουσείο συναισθημάτων παιδικής ηλικίας». Τελευταία επίσκεψη 26-1-2014.
19. <http://www.mce.gr/photos.html>, Μουσείο συναισθημάτων παιδικής ηλικίας, «Φωτογραφίες από το μουσείο συναισθημάτων». Τελευταία επίσκεψη 26-1-2014.
20. <http://www.mmca.org.gr/mmst/el/education.htm?m=3>, Μακεδονικό μουσείο σύγχρονης τέχνης, «Εκπαιδευτικά εργαστήρια τέχνης, παίζω - μαθαίνω-δημιουργώ». Τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
21. <http://www.elamazi.gr/theacropolismuseum/>, «Μουσείο Ακρόπολης», Τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
22. <http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/eortastiko-programma-moyseioy>, «Εορταστικό πρόγραμμα μουσείου», τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
23. <http://www.theacropolismuseum.gr/el/content/oikogeneiaka-paixnidia>, μουσείο Ακρόπολης, «οικογενειακά παιχνίδια. Τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
24. <http://www.cycladic.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=NODE&cnode=218&clang=0>, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, «παιδικά προγράμματα». Τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
25. <http://www.cycladic.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=RESOURCE&resrc=1641&cnode=218&clang=0>, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, «διαδρομές στο μουσείο, διαδραστικές ξεναγήσεις για οικογένειες». Τελευταία επίσκεψη 27-1-2014.
26. <http://entertainment.in.gr/html/ent/162/ent.91162.asp>, Ψυχαγωγία, Μουσεία-γκαλερί, «Γνωρίστε τα εκπαιδευτικά προγράμματα του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης», 2010. Τελευταία επίσκεψη 28-1-2014.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Σε αυτό το σημείο, παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο που μοιράστηκε στους γονείς των μαθητών των δύο σχολείων (Οβρυάς Πατρών και Ζακύνθου), για να το συμπληρώσουν, κάνοντας έτσι την έρευνά μου.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αγαπητέ κύριε/ κυρία (γονέα),

Γεια σας,

Ονομάζομαι Καλφαγιάννη Ελένη και είμαι φοιτήτρια του τμήματος Διοίκησης, Οικονομίας και Επικοινωνίας Πολιτιστικών και Τουριστικών Μονάδων στο ΑΤΕΙ της Πάτρας στο παράρτημα του Πύργου. Κάνω μία έρευνα σχετικά με τη *σχέση της ελληνικής οικογένειας με τα μουσεία* (κίνητρα, προσδοκίες, στόχοι και δημιουργικές δραστηριότητες), θέμα το οποίο αποτελεί και το αντικείμενο της πτυχιακής μου εργασίας. Θα ήθελα, αν το επιθυμείτε, να διαθέσετε λίγο από το χρόνο σας προκειμένου να συμπληρώσετε αυτό το ερωτηματολόγιο. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων !

Προσωπικά στοιχεία

- Φύλο γονέα
 - A. Άνδρας
 - B. Γυναίκα
- Ηλικία γονέα
 - A. 25-40
 - B. 40-60
- Ηλικία του παιδιού σας (που θα πάρετε μαζί σας σε μουσεία)
 - A.6-11
 - B.12-17
 - Γ.18-25
- Οικογενειακή κατάσταση
 - A. Έγγαμος
 - B. Άγαμος
 - Γ. Διαζευγμένος
 - Δ. Άλλο.....
- Μορφωτικό επίπεδο
 - A. Πρωτοβάθμια εκπαίδευση ή κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση
 - B. Ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση
 - Γ. Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση μη τριτοβάθμιου επιπέδου
 - Δ. Τριτοβάθμια εκπαίδευση
 - E. Μεταπτυχιακές ή διδακτορικές σπουδές
- Επάγγελμα
- Ενδιαφέροντα

Ερωτήσεις

1. Επισκέπτεστε μουσεία με τα παιδιά σας;
Α. Ναι. Αναφέρατε έναν από τους βασικότερους λόγους
Β. Αν όχι, για ποιο λόγο;
2. Πόσο συχνά επισκέπτεστε μουσεία με τα παιδιά σας;
Α. Κάθε μήνα
Β. 1 φορά το εξάμηνο
Γ. 1 φορά το χρόνο
Δ. Άλλο.....
3. Τι μεταφορικό μέσο χρησιμοποιείτε για τη μεταφορά σας στο μουσείο;
Α. Αυτοκίνητο
Β. Λεωφορείο

Γ. Ταξί
Δ. Άλλο....
4. Θα επισκεπτόσασταν ένα μουσείο μαζί με τα παιδιά σας στον ελεύθερο σας χρόνο;
Α. Ναι
Β. Όχι
Γ. Ίσως
Αν ναι, για ποιους λόγους;
5. Σας ενδιαφέρουν τα εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνουν τα μουσεία;
Α. Αν ναι, θα συμμετείχατε μαζί με τα παιδιά σας; Αναφέρατε ένα παράδειγμα
Β. Εάν όχι, θα επιθυμούσατε να συμμετέχετε οικογενειακά; σε άλλου είδους δράσεις; Όπως:
 - i. Εκπαιδευτικές/ κοινωνικές εκδηλώσεις
 - ii. Επιμορφωτικά παιχνίδια
 - iii. Διαλέξεις
 - iv. Περιοδικές εκθέσεις
 - v. Άλλο (περιγράψτε).....
6. Τι επίδραση θεωρείτε ότι ασκεί στο παιδί σας μια επίσκεψη στο μουσείο;
Α. Θετική, μαθαίνει πιο εύκολα διασκεδάζοντας
Β. Θετική, διευρύνει τις γνώσεις του
Γ. Θετική, είναι πιο προσεκτικό και δείχνει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για μάθηση
Δ. Αρνητική, το αποτρέπει από το να μάθει
Ε. Αρνητική, νιώθει έντονο το αίσθημα της κόπωσης
7. Τι επίδραση ασκεί η επίσκεψη στο μουσείο σε σας τους ίδιους;
Α. Θετική, είναι μια ευκαιρία για να ανακαλέσετε προηγούμενες γνώσεις σας και να τις συμπληρώσετε με νέες
Β. Θετική, έρχεστε πιο κοντά με τα παιδιά σας αξιοποιώντας δημιουργικά το χρόνο σας
Γ. Αρνητική, νιώθετε πως ξοδεύετε άσκοπα το χρόνο σας
Δ. Αρνητική, πλήττετε αφόρητα και το κάνετε μόνο σαν υποχρέωση προς τα παιδιά σας

8. Συνήθως επισκέπτεστε το μουσείο για:
- A. Τη μόνιμη έκθεση
 - B. Την περιοδική έκθεση
 - Γ. Το κυλικείο
 - Δ. Το πωλητήριο
 - Ε. Τη βιβλιοθήκη
9. Με ποιον τρόπο προτιμάτε να περνάτε τον ελεύθερο χρόνο σας μαζί με τα παιδιά σας εκτός από το να επισκέπτεστε μουσεία;
10. Πιστεύετε ότι το ακριβό εισιτήριο θα απέτρεπε την επίσκεψή σας σε ένα μουσείο;
- A. Ναι
 - B. Όχι
 - Γ. Ίσως
 - Δ. Ορισμένες φορές
11. Προτιμάτε να επισκέπτεστε τα μουσεία με τα παιδιά σας ή να ενημερώνεστε οι ίδιοι και έπειτα να ενημερώνετε τα παιδιά σας από την ιστοσελίδα του μουσείου; (αν υπάρχει)
- A. Επίσκεψη σε μουσείο
 - B. Ενημέρωση από το διαδίκτυο
 - Γ. Και τα δύο
12. Θα σας ενδιέφερε να ενημερώνεστε στην ηλεκτρονική σας διεύθυνση για τα εκπαιδευτικά προγράμματα για οικογένειες του τοπικού μουσείου;
- A. Ναι
 - B. Όχι
 - Γ. Αδιάφορο
13. Θεωρείτε ότι τα μουσεία έχουν μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα ή και ψυχαγωγικό-διασκεδαστικό χαρακτήρα;
- A. Μόνο εκπαιδευτικό-επιμορφωτικό χαρακτήρα
 - B. Και τα δύο
14. Από που πληροφορείστε συνήθως για τις δραστηριότητες του μουσείου;
- A. από γνωστό, φίλο, συγγενή
 - B. από εφημερίδα
 - Γ. από την τηλεόραση
 - Δ. από αφίσα
 - Ε. από τουριστικό οδηγό

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ!