

**ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**



ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

**ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ
ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ**

**ΤΗΣ: ΜΑΡΙΑΣ ΓΑΝΙΑ
ΕΠΙΒΛ.ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΤΑΥΡΟΣ ΒΛΙΖΟΣ**

ΚΕΡΚΥΡΑ 2019

ΕΥΧΑΡΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας και των σπουδών μου θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που με βοήθησαν και ήταν δίπλα μου μέχρι το τέλος, ο καθένας με το δικό του ξεχωριστό τρόπο. Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Σταύρο Βλίζο για τη συνεργασία και την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και τους ανθρώπους που με στήριξαν και με βοήθησαν στην ολοκλήρωση των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ-ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ασχολείται με τον τρόπο που αλληλεπιδρούν τα μουσεία της Ελλάδας με την σύγχρονη ελληνική κοινωνία. Ο πολιτισμός αποτελεί βασικό πλεονέκτημα όλου του κόσμου γι' αυτό και το μουσείο ως πολιτισμικός και πολιτιστικός φορέας οφείλει να αναλαμβάνει αποσπασματικές ή ενταγμένες σε ένα εθνικό σχεδιασμό πρωτοβουλίες. Στην εργασία αυτή θα εξετάσουμε όχι μόνο τον κοινωνικό αλλά και εκπαιδευτικό ρόλο των μουσείων, τις θεωρητικές προσεγγίσεις επικοινωνίας αλλά και την μουσειακή εμπειρία. Βασικές έννοιες που θα μελετηθούν και θα αναφερθούν είναι αυτές της κοινωνικής ένταξης, συμπερίληψης και κοινωνικού αποκλεισμού. Στα πλαίσια των εννοιών αυτών θα αναλύσουμε και τους παράγοντες που τις ενισχύουν. Εμβαθύνοντας στο θέμα θα μελετήσουμε τις ενταξιακές πρακτικές των ελληνικών μουσείων αξιοποιώντας εκπαιδευτικά προγράμματα και την τεχνολογία που προσφέρεται μέχρι σήμερα. Στην προσπάθεια να γίνουν όλα τα παραπάνω θέματα συζήτησης περισσότερο κατανοητά, θα εξετάσουμε συγκεκριμένα τα μουσεία της Κέρκυρας και τις πολιτικές προσέγγισης που χρησιμοποιούν απέναντι στον ντόπιο επισκέπτη, καθώς θα εστιάσουμε και στη γενικότερη σχέση των μουσείων με την τοπική κοινωνία. Τέλος, μέσω μια έρευνας κοινού (ερωτηματολόγιο) θα επιχειρηθεί να αποτυπωθεί και να απαντηθεί εάν οι απαιτήσεις που έχει το κοινωνικό σύνολο από τα μουσεία συνάδουν με την τακτικότητα των επισκέψεων στα μουσεία.

Κοινωνία – Μουσείο - Κοινωνικός Αποκλεισμός - Κοινωνική Ένταξη και Συμπερίληψη -
Εκπαιδευτικά Προγράμματα - Τεχνολογία - Ενταξιακές Πρακτικές

SUMMARY-KEY WORDS

This thesis addresses the way in which the Greek museums interact with the Modern Greek society. Culture is important worldwide, therefore museums, as vectors of culture, should have piecemeal or integral part in the initiatives of a national planning. In this thesis, we will examine not only the social but also the educational role of the museums, the theoretical approaches, and the museum experience. Social integration, inclusion and exclusion are key concepts that will be studied and mentioned. Within the framework of these key concepts, we will also analyze the factors that reinforce them. Further into the subject, we will study the accession practices of the Greek museums through educational programs and technology available to this day. In order all of the above to be fully comprehended we will specifically examine Corfu's museums and their strategies of approaching the local visitor, as well as focus on the overall relation between museums and the local society. Finally, through a research (questionnaire), the question, whether the public's demands for the museums coincide with the regularity of visits at the museums or not, will be posed and attempted to be answered.

Society – Museum – Social Integration – Social Inclusion and Exclusion –
Educational Programs – Technology – Accession Strategies

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες.....	2
Περίληψη-Λέξεις Κλειδιά.....	3
Summary-Key Words.....	4
Πίνακας Περιεχομένων.....	5
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο Πρώτο: Μουσείο και Κοινωνία	
1.1 Κοινωνικός και Εκπαιδευτικός Ρόλος Μουσείων.....	8
1.2 Θεωρητικές Προσεγγίσεις Επικοινωνίας.....	11
1.3 Μουσειακή Εμπειρία.....	14
Κεφάλαιο Δεύτερο: Η Έννοια της Κοινωνικής Ένταξης, Συμπερίληψης και Αποκλεισμού	
2.1 Η Έννοια της Κοινωνικής Ένταξης και Συμπερίληψης.....	17
2.2 Η Έννοια του Κοινωνικού Αποκλεισμού.....	20
2.2.1 Παράγοντες.....	23
2.3 Αποδοχή Πολιτισμικής Διαφορετικότητας.....	24
Κεφάλαιο Τρίτο: Πρακτικές Ένταξης στα Ελληνικά Μουσεία	
3.1 Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και Προγράμματα.....	26
3.2 Σύγχρονο Μουσείο και Τεχνολογία.....	28
Κεφάλαιο Τέταρτο: Κέρκυρα: Τα Μουσεία και Κοινωνικός Αποκλεισμός	
4.1 Οι Πολιτικές Προσέγγισης των Μουσείων της Κέρκυρας απέναντι στην Τοπική Κοινωνία.....	31
4.2 Κοινωνικός Αποκλεισμός και Διαστάσεις.....	35
4.2.1 Αντιμετώπιση και Καταπολέμηση Κοινωνικού Αποκλεισμού.....	38
Κεφάλαιο Πέμπτο: Σκοπός και Μεθοδολογία Έρευνας (Ερωτηματολόγιο)	
5.1 Στόχος και Αντικείμενο Έρευνας.....	42
5.2 Μέθοδος Συλλογής και Επεξεργασίας.....	43
5.3 Ανάλυση Αποτελεσμάτων.....	45
5.4 Συμπεράσματα.....	54
5.5 Προοπτικές.....	56
Επίλογος.....	58
Βιβλιογραφία.....	59
Παράρτημα.....	61

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένας πολιτιστικός φορέας με πολύπλευρη σημασία αλλά και μακραίωνη ιστορία είναι το μουσείο. Η ύπαρξη του, θα μπορούσαμε να πούμε πως έχει το ρόλο του προστάτη της πολιτισμικής κληρονομιάς ενός τόπου, είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με το πολιτιστικό απόθεμα της κοινωνίας και συνεπώς, με την ιστορία και την πολιτιστική ταυτότητα της εκάστοτε κοινωνίας. Οι κοινωνικό-πολιτικές και οικονομικές συνθήκες αποτελούν παράγοντες εξέλιξης του μουσείου από τότε που άρχισε να υφίσταται ως όρος. Προκειμένου να ανταπεξέλθει στις πολλαπλές λειτουργίες, ιδιότητες αλλά και για να δικαιολογήσει το ρόλο του μέσα στην κοινωνία προσαρμόζεται στις απαιτήσεις της κάθε εποχής. Στη μακρά ιστορική του διαδρομή, ο θεσμός του μουσείου έχει γνωρίσει ποικίλους μετασχηματισμούς ως προς τον κοινωνικό του ρόλο. Οι μετασχηματισμοί αυτοί αποτυπώνονται πιο ξεκάθαρα τόσο στην εσωτερική οργάνωση του εκάστοτε μουσείου, όσο και στις εκθεσιακές πρακτικές.

Το μουσείο είναι ένας θεσμός που συνδέεται οργανικά με τη δημιουργία της βιομηχανικής κοινωνίας τον εκδημοκρατισμό και τη μαζικοποίηση της κουλτούρας. Ωστόσο σήμερα, το μουσείο ως ο πόλος των σύγχρονων μουσειακών οργανισμών δεν είναι πλέον στατικός και παγιωμένος, έχει επαναπροσδιοριστεί μέσα στο πλαίσιο των κοινωνικών, οικονομικών και τεχνολογικών αλλαγών. Πλέον δεν περιορίζεται στη συγκέντρωση διαφύλαξη και ανάδειξη του πολιτισμού, αλλά εντάσσεται στην καθημερινότητα και στις υπηρεσίες του κοινωνικού συνόλου έχοντας ως στόχο να προσελκύσει το ευρύτερο κοινό και σε μία περισσότερο ολοκληρωμένη επικοινωνία με τα εκθέματα, προσφέροντας μάθηση και ψυχαγωγία αλλά και την ευκαιρία να προβληματιστούμε σχετικά με την εξέλιξη των κοινωνικοοικονομικών και ιδεολογικών δομών και να αναζητήσουμε την αντιστοιχία ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν. (Κόκκινος & Αλεξάκη, 2002 ; Κόνσολα, 2006)

Το μουσείο, σύμφωνα με τον Κόκκινο, από τη φύση του και τον ιστορικό ρόλο που καλείται να διαδραματίσει, αποτελεί μηχανισμό συγκρότησης της εθνικοπολιτισμικής ταυτότητας, θεσμό που υπηρετεί τη σύνθετη διαδικασία της εθνικής ταυτοποίησης, της ταξικής ηγεμονίας και της πολιτισμικής αναπαραγωγής.

Ο επίσημος ορισμός για το μουσείο είναι αυτός του ICOM , όπου με τον όρο μουσείο εννοείται: «ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής και εξέλιξής της, ανοικτό στο κοινό, που έχει ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».

Ο ρόλος δημιουργίας του μουσείου δεν είναι αποκλειστικά η αποθήκευση κάποιων σημαντικών έργων – αντικειμένων, αλλά η πρώτη επαφή με τον πολιτισμό μας. Ακόμη, δημιουργεί καινούριες εντυπώσεις στον επισκέπτη λόγω του πλούτου και της αισθητικής των εκθεμάτων που συνδυάζεται με το γεγονός ότι για αυτόν είναι κάτι πρωτόγνωρο.

Κεφάλαιο Πρώτο

Μουσείο και Κοινωνία

1.1 Κοινωνικός και Εκπαιδευτικός Ρόλος Μουσείων

Πολλά μουσεία ανά τον κόσμο αναθεωρούν και εμπλουτίζουν τον κοινωνικό και παιδευτικό ρόλο τους με την άσκηση γόνιμης πολιτιστικής και παιδευτικής πολιτικής, που αποσκοπεί στην ανανέωση τόσο των τρόπων παρουσίασης των μουσειακών αντικειμένων και συλλογών τους όσο και στο σχεδιασμό και την εφαρμογή γόνιμων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για σχολικές ομάδες αλλά και ευρύτερα για το σύνολο της κοινωνίας. (Νάκου, Ε. 2001)

Σήμερα γίνεται μια προσπάθεια αξιοποίησης του παιδευτικού ρόλου των μουσείων πολύπλευρα και αξιοποιούνται τα πορίσματα και άλλων επιστημών, όπως της κοινωνιολογίας, της ψυχολογίας, της επιστημολογίας, της θεωρίας της ερμηνείας και της επικοινωνίας, της αισθητικής, της ιστορίας της τέχνης, της αρχαιολογίας, της ιστορίας, των φυσικών επιστημών και πρώτιστα της παιδαγωγικής, της μουσειολογίας και της θεωρίας του υλικού πολιτισμού.

Η σύγχρονη μουσειοπαιδαγωγική αντλεί τις αρχές της από τις σύγχρονες φιλοσοφικές, επιστημολογικές και παιδαγωγικές αντιλήψεις που υποστηρίζουν ότι ο άνθρωπος καθορίζεται από τους άλλους και από το περιβάλλον του (ιστορικό, κοινωνικό, πολιτισμικό, φυσικό). Μέσα σε αυτό το περιβάλλον ο ενεργός και σκεπτόμενος άνθρωπος δομεί τη γνώση. (Φραγκουδάκη, Α. & Δραγώνα, Θ. 1997) Τα μουσεία έχουν την υποχρέωση να επιτελούν κοινωνικό ρόλο και οι παραδοσιακές διαδικασίες συγκέντρωσης, διατήρησης και έκθεσης συλλογών είναι τα μέσα για να επιτευχθούν μια σειρά από στόχοι. Αυτοί οι στόχοι συνδέονται άμεσα με την κοινωνική ένταξη. Τα μουσεία απευθύνονται σε όλους και το δικαίωμα πρόσβασης σε αυτά είναι το ανθρώπινο δικαίωμα, καθώς το δικαίωμα στο πολιτισμό είναι αναγνωρισμένο παγκοσμίως. Το δικαίωμα αυτό εξασφαλίζει την ισότητα όλων, το σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας και της διαφορετικότητας και τη συμμετοχή όλων στην πολιτιστική ζωή. Έτσι, τα μουσεία οφείλουν να δέχονται όλους τους επισκέπτες, ανεξάρτητα από την ηλικία, την ιδιότητα, την φυλή, το φύλο, το οικονομικό επίπεδο του κάθε επισκέπτη.

Ο κοινωνικός αποκλεισμός κάποιου επισκέπτη προσβάλλει τα ανθρώπινα δικαιώματα του. (Χρυσafiδης, Κ. 2000) Η θεωρία, έρευνα και εκπαιδευτική πρακτική της σύγχρονης μουσειοπαιδαγωγικής βασίζονται σε παιδαγωγικές και γνωστικές θεωρίες που υποστηρίζουν τις βιωματικές διαστάσεις της μάθησης. Χρησιμοποιούνται ολιστικές ή διεπιστημονικές μέθοδοι και μέσω των βιωματικών παραστάσεων συμβάλλουν στη νοητική ανάπτυξη των παιδιών. Μπορούν ακόμα να έχουν πολύπλευρα αποτελέσματα που αφορούν την καλλιέργεια παιδείας, γνώσεων και δεξιοτήτων για ουσιαστική και γόνιμη προσέγγιση και αξιοποίηση των μουσείων. (Νάκου, Ε. 2001) Αντικείμενο της μουσειοπαιδαγωγικής είναι η επιστημονική διερεύνηση των παιδαγωγικών και μουσειολογικών αρχών και όρων που διέπουν την πολιτιστική και εκπαιδευτική πολιτική των μουσείων και γενικότερα καθορίζουν το πλαίσιο για το σχεδιασμό, την εφαρμογή και την αξιολόγηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, που αποσκοπούν να καλλιεργούν στα άτομα και τις κοινωνικές ομάδες, ανεξάρτητα από προέλευση, ικανότητες και ηλικία, δεξιότητες για πολύπλευρη δημιουργική αξιοποίηση του υλικού πολιτισμού, γενικά, και των μουσείων, ειδικότερα. Η μουσειοπαιδαγωγική επιστήμη διαμορφώνει το πλαίσιο για τον καλύτερο δυνατό σχεδιασμό και την καλύτερη δυνατή εφαρμογή και αξιολόγηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, που διευκολύνουν διάφορες και διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα και, ειδικά, τα παιδιά και τους νέους, να προσεγγίζουν, να κατανοούν, να ερμηνεύουν και να αξιοποιούν δημιουργικά μουσειακούς και άλλους πολιτισμικούς χώρους. Ταυτόχρονα προβάλλει τις υλικές και οπτικές διαστάσεις του πολιτισμού, με σκοπό την καλλιέργεια κριτικής σκέψης και γνώσης αλλά και πολύπλευρων αισθητικών, συναισθηματικών, σωματικών και κοινωνικών παραστάσεων και κωδικών επικοινωνίας, με ευρύτερο σκοπό την προώθηση της παιδείας στο σύνολο της κοινωνίας.

Με αυτή την έννοια, η μουσειοπαιδαγωγική δεν ενδιαφέρει μόνον τα μουσεία και τα εκπαιδευτικά τμήματά τους, αλλά και άλλους εκπαιδευτικούς, πολιτισμικούς και κοινωνικούς θεσμούς. (Νάκου, Ε. 2001) Οι σύγχρονες τάσεις της μουσειοπαιδαγωγικής συμφωνούν με ευρύτερες απόψεις της σύγχρονης παιδαγωγικής που εκλαμβάνουν τη μάθηση ως διανοητική, ψυχική και πρακτική δραστηριότητα, με έντονο κοινωνικό χαρακτήρα, γιατί τόσο τα υποκείμενα όσο και η γνώση θεωρούνται πολυσύνθετες οντότητες που συγκροτούνται σε σχέση με το

ιστορικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο τους. Ταυτόχρονα όμως, με την κοινωνική της διάσταση, η μάθηση θεωρείται εξατομικευμένη διαδικασία και η γνώση “μία από τις εκφάνσεις του πολιτισμικού κεφαλαίου που δεν μεταβιβάζεται”. (Bourdieu, P. & Passeron, J.) Γι’ αυτό οι γνώσεις κάθε υποκειμένου δεν ταυτίζονται με τις γνώσεις άλλων υποκειμένων, ακόμα κι αν προέρχονται, από το ίδιο κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον κι έχουν εκπαιδευτεί με τις ίδιες διαδικασίες. (Νάκου, Ε. 2001)

1.2 Θεωρητικές Προσεγγίσεις Επικοινωνίας

Η διεύρυνση του κοινού περιλαμβάνει το ξεπέρασμα των εμποδίων τα οποία δυσκολεύουν την πρόσβαση στα μουσεία και τη «σύνδεση» με διαφορετικές ομάδες για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Το μουσείο αναζητά τρόπους για την καλύτερη πρόσβαση σε αυτό και για να κάνει τις συλλογές και τις υπηρεσίες του πιο ελκυστικές. Συνολικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι στα πολιτιστικά 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”. (Dodd, J. & Sandell, R. 1998) Ο καλύτερος τρόπος για τα μουσεία να αυξήσουν τους επισκέπτες τους είναι να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση και τις εμπειρίες που προσφέρουν στο κοινό που ήδη έχουν. Άλλωστε διεύρυνση του κοινού δεν είναι μονάχα η αύξηση της προσβασιμότητας στο μουσείο, σωματικής, πνευματικής, πολιτισμικής ή οικονομικής. Βελτιώνοντας την πρόσβαση το μουσείο γίνεται πιο φιλικό αλλά δεν είναι ούτε αυτό αρκετό. Παράλληλα η διεύρυνση δεν συνδέεται άμεσα με τη συνεισφορά των μουσείων στα ζητήματα κοινωνικής ενσωμάτωσης που απασχολούν τις Δυτικές κοινωνίες, παρόλο που η στρατηγική για τη διεύρυνση του κοινού μπορεί να σημαίνει “άνοιγμα” σε κοινωνικές ομάδες οι οποίες, σύμφωνα με τους κυβερνητικούς ορισμούς βρίσκονται στο κοινωνικό περιθώριο. (Graham Black 2005)

Η προσέλκυση και μετά η διατήρηση του κοινού το οποίο υποεκπροσωπείται απαιτεί ενεργό, μακροχρόνια δέσμευση από τους διευθυντές και υπαλλήλους των μουσείων αλλά και τον προσδιορισμό του κοινού που το μουσείο επιθυμεί να προσελκύσει, την κατανόηση και την ικανοποίηση των αναγκών και προσδοκιών του. Απαιτεί επιπλέον δέσμευση για απευθείας σύνδεση με τις τοπικές κοινωνίες, στις οποίες το μουσείο καλείται να εξασφαλίσει ενεργό παρουσία. Όλα αυτά χρειάζονται νέα μέριμνα για την ικανοποίηση των τοπικών αναγκών. Δεν εξαρτώνται όλα βέβαια, από τα μουσεία. Οι τοπικές κοινωνίες οφείλουν επίσης να αποκτήσουν κατανόηση για τους ευρύτερους στόχους των μουσείων και το τι τα μουσεία μπορούν και τι δεν μπορούν να προσφέρουν. (Graham Black 2005) Δεν υπάρχει ελπίδα τα μουσεία να συμβάλουν στην κοινωνική αλλαγή χωρίς προηγουμένως να υπάρξει γενικότερο πλαίσιο στρατηγικής, περισσότεροι δομημένοι στόχοι τους οποίους τα μουσεία πρέπει και μπορούν να επιτύχουν.

Εφόσον υπάρχουν ασφαλείς ενδείξεις ότι η πολιτισμική δραστηριότητα μπορεί να συμβάλει στην κοινωνική ενσωμάτωση και στην αναζωογόνηση της τοπικής κοινωνίας. Το λιγότερο που μπορεί να κάνει το μουσείο είναι να προετοιμάσει το έδαφος για τις επόμενες πρωτοβουλίες ασκώντας μετρήσιμη επιρροή στις τοπικές κοινωνίες και δημιουργώντας συνθήκες ώστε να τις προσελκύσει. Θα πρέπει ακόμα να προσπαθήσει να προχωρήσει πέρα από την απλή απομάκρυνση των εμποδίων, ενθαρρύνοντας την κοινοτική συμμετοχή ακόμα και στη λήψη αποφάσεων. Με αυτό τον τρόπο η κοινωνική ενσωμάτωση μέσω των μουσείων είναι πιθανό να εμπεριέχει διάφορα στάδια, αντί για ένα μόνο βήμα. (Graham Black 2005) Μια ολιστική προσέγγιση του μουσείου ως μέσου επικοινωνίας οφείλει να αντικαταστήσει τις τεμαχισμένες και ακανόνιστες προσεγγίσεις προς το κοινό όπως ορισμένα μουσεία έπραξαν στο παρελθόν. Η παιδεία και η ψυχαγωγία νοούμενες τόσο ως δυνητικά όσο και επιθυμητά αποτελέσματα οδηγούν στη διαπίστωση ότι η επικοινωνία προαπαιτείται ουσιαστικά, ως η απαραίτητη οδός και το πρώτο στάδιο διαλεκτικής δράσης στα πλαίσια του μουσειακού χώρου. Η ύπαρξη επικοινωνίας επιβεβαιώνει την ύπαρξη εμπειρίας, δηλαδή την επίτευξη ενός καθολικού στόχου όπως και αν αυτός συγκεκριμενοποιείται (περιεχόμενο συλλογών, διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι, κτηριακή υποδομή κ.α.). Επιπλέον η έννοια της επικοινωνίας όπως εντοπίζεται στη δράση και το συσχετισμό των παραγόντων πομπού – μηνύματος – δέκτη βρίσκει απόλυτη εφαρμογή στο μουσειακό χώρο. Ας πούμε μια πρώτη οπτική θα ταύτιζε τον πομπό με τα εκθέματα και το δέκτη με τους επισκέπτες, παραβλέποντας την τοποθέτηση των εκθεμάτων, γεγονός που προϋποθέτει την άποψη του επιμελητή και όλων εκείνων που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία.

Οδηγούμεστε λοιπόν στο συμπέρασμα πως το μήνυμα δεν απορρέει αποκλειστικά από τα αντικείμενα αλλά και από την εκφρασμένη θέση των συντελεστών. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ο άξονας γύρω από τον οποίο λαμβάνει μορφή και υπόσταση μια έκθεση. (Merriman, N. 1999 ; Hooper-Greenhill, E. 1999 ; Hooper-Greenhill, E. 1996 ; Λαπούρτας, Α. & Δημητράκη, Α. 1993 ; Πικοπούλου, Δ. & Τσολάκη, Δ. 2002) Σύμφωνα με την Οικονόμου (2003), το μουσείο δεν μεταφέρει μηνύματα μόνο με τις εκθέσεις του αλλά και με το κτήριο, τα έντυπα που εκδίδει, τις δραστηριότητες που οργανώνει, τη διοικητική του δομή και τον τρόπο συμπεριφοράς του προσωπικού του.

Ο νέος ρόλος που έχουν πολλά μουσεία δεν επικεντρώνονται πια μόνο στη διατήρηση και μελέτη των συλλογών αλλά και στην υποδοχή, την εξυπηρέτηση και τον τρόπο που σχετίζονται με ανθρώπους διαφορετικής μόρφωσης, ενδιαφερόντων, ηλικίας, κοινωνικής και εθνικής προέλευσης και οικονομικής επιφάνειας. Τα μουσεία οφείλουν να επαναπροσδιορίσουν το ρόλο τους σε σχέση με τις συλλογές τους και την επικοινωνία τους με το κοινό αντιμετωπίζοντας την πολιτισμική παράδοση κάθε λαού ως αυτάξια. (Κακούρου, Γ. & Χρόνη, Γ. 2003 ; Οικονόμου, Μ. 2003)

1.3 Μουσειακή Εμπειρία

Είναι γνωστό πως τα πρώτα μουσεία ξεκίνησαν ως ιδιωτικές συλλογές, στις οποίες το κοινό δεν είχε πρόσβαση ενώ το θέμα της εκπαίδευσης δεν είχε καν αναφερθεί. Βέβαια στις μέρες μας, οι διαρκείς ανάγκες για εκσυγχρονισμό και η αλλαγή στον τρόπο χρηματοδότησης των μουσείων είχαν ως αποτέλεσμα τον επαναπροσδιορισμό της σχέσης τους με το κοινό. Τα «σύγχρονα» μουσεία δεν ασχολούνται πλέον μόνο με τη συλλογή και την έκθεση αντικειμένων αλλά επιδιώκουν άνοιγμα στο ευρύ κοινό. Γι' αυτό και απώτερος στόχος τους είναι να προσφέρουν μια μοναδική μουσειακή εμπειρία δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τον αυριανό επισκέπτη. Έχουν προσπαθήσει πολλοί να αναλύσουν την έννοια της μουσειακής εμπειρίας. Ο Bitgood (1990) μελέτησε την άμεση εμπειρία σε περιβάλλοντα εκθέσεων, ο Loomis (1993) παρατήρησε την διαδικασία μάθησης μέσω των αισθήσεων, ενώ ο Csikszentimihályi (1981) εξετάζει τα κίνητρα που οδηγούν τους επισκέπτες σε ένα μουσείο. Τέλος η Marilyn Hood (1983) κάνει μια ταξινόμηση των αναγκών του επισκέπτη και αναλύει πώς αυτές βρίσκουν ανταπόκριση και πραγματοποιούνται στο χώρο του μουσείου. Οι όροι «μουσειακή μάθηση και εμπειρία» καλούνται να συνοψίσουν τις πρόσφατες τάσεις στη θεωρητική συζήτηση στη μουσειοπαιδαγωγική, που βασίζεται στον προσδιορισμό των παραμέτρων της μάθησης στο μουσείο και αφορά το άτομο. Ωστόσο, αυτό που αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη σημασία για το μουσειοπαιδαγωγικό έργο είναι όχι μόνο η ατομική εμπειρία του επισκέπτη αλλά και ο αντίκτυπος που μπορεί να έχει το μουσείο στην κοινωνία, συμβάλλοντας στη βελτίωση του διάλογου και της κατανόησης για δυνατότερες και ασφαλέστερες κοινότητες, για υγεία, ευδαιμονία και για ενδυνάμωση της δημόσιας ζωής (Generic Social Outcomes). Σε αυτήν την κατεύθυνση γίνονται προσπάθειες συνδυασμού αξιολόγησης μαθησιακών αποτελεσμάτων σε ατομικό και κοινωνικό επίπεδο (Hansen, A. 2014). Παράλληλα ο όρος «μάθηση ενάντια στον κοινωνικό αποκλεισμό» (inclusive learning) που υιοθετείται από τα μουσεία προσδιορίζει ένα πεδίο εκπαιδευτικού έργου με στόχο τις διαδικασίες κοινωνικής ένταξης. (Νικονάνου, Ν. 2015) Η βιωματική μάθηση αποτελεί την «καρδιά» πολλών εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε μουσεία. Στα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι συμμετέχοντες επιχειρούν να αναγνώσουν τα μουσειακά αντικείμενα, και μέσω διαφόρων στρατηγικών να συγκροτήσουν τις γνώσεις τους για αυτά (object-based learning). Στα μουσεία υπάρχει η πρώτη ύλη, οι

συλλογές των αντικειμένων, από τα οποία αφορμώνται οι χειρωνακτικές και διανοητικές δραστηριότητες που στοχεύουν, με τη συμμετοχή των αισθήσεων, στην ελεύθερη δημιουργική έκφραση των επισκεπτών (Νικονάνου, Ν. 2010). Στην εισαγωγική παράγραφο του βιβλίου *Museum Branding: How to Create and Maintain Image, Loyalty, and Support*, διαβάζουμε: «Το brand (είδος, στίγμα, αναγνωρίσιμη φυσιογνωμία) είναι μια ξεχωριστή ταυτότητα που γεννά πιστούς οπαδούς. Το branding δημιουργεί και διατηρεί ένα σύνολο προγραμμάτων και τάσεων που μεταδίδουν μια σαφή υπόσχεση, ενθαρρύνουν την οικειότητα και τη συνεχή υποστήριξη. Το branding περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ένα διακριτό σήμα (λογότυπο) και ένα θέμα, αλλά στη συνέχεια επεκτείνεται πολύ πέρα από αυτά, συμπεριλαμβάνοντας κάθε δράση του μουσείου. Καθώς πλέον ο ανταγωνισμός είναι πιο σκληρός από ποτέ, τα μουσεία σήμερα χρειάζονται μια δυνατή εικόνα, ένα ισχυρό brand [...]» (Wallace, M. 2006). Ο Robert Jones υποστηρίζει με παρόμοιο σκεπτικό ότι, ενώ παλαιότερα η δημιουργία εικόνας και brand για ένα μουσείο γινόταν οργανικά και αβίαστα, τρεις βασικοί παράγοντες άλλαξαν αυτή τη φυσική εξέλιξη των πραγμάτων. Κατ' αρχάς, η επιστήμη των μουσείων, η μουσειολογία, η οποία έδωσε έμφαση όχι μόνο στις συλλογές, αλλά και στους επισκέπτες των μουσείων, όχι μόνο στα αντικείμενα, αλλά και στις ιστορίες που κουβαλούν. Δεύτερος παράγοντας ήταν η τηλεόραση και το διαδίκτυο που διαμόρφωσαν θεατές οι οποίοι πλέον αναζητούσαν και απαιτούσαν πιο ζωντανές και διαδραστικές εμπειρίες. Τρίτο βασικό παράγοντα αποτέλεσαν οι εθνικές πολιτικές κυβερνήσεων που επέβαλαν στα μουσεία συνεχείς βελτιώσεις, νέους τρόπους προσέγγισης των επισκεπτών και προσέλκυσης μη επισκεπτών, καθώς και νέους τρόπους χρηματοδότησης, εφόσον τα κρατικά κονδύλια για τον πολιτισμό συρρικνώθηκαν κατά πολύ (Jones, R. 2014). Όλα τα παραπάνω στοιχεία υποχρέωσαν τα μουσεία να επανεξετάσουν σοβαρά το θέμα της ταυτότητας και των μοναδικών χαρακτηριστικών τους και να τα επικοινωνήσουν πιο αποτελεσματικά μέσω των εμπειριών που προσέφεραν στους επισκέπτες τους. Συνεπώς, το θέμα brand είναι πολύ σοβαρό και δυνάμει ιδιαίτερα ευεργετικό για τα μουσεία, αποτελώντας τον θεμελιώδη διαμορφωτή του έργου και της δημόσιας εικόνας τους.

Σήμερα όσα μουσεία βρίσκονται σε πόλεις που έχουν θέσει ως στόχο τη διαμόρφωση μιας ισχυρής αστικής ταυτότητας με όχημα τη δημιουργία, την πρόοδο και την ενδυνάμωση αφενός των ποικίλων αστικών συλλογικοτήτων και αφετέρου της κοινωνίας των πολιτών τους ευρύτερα, έχουν πλέον και τα ίδια αναπτύξει ποικίλους μηχανισμούς και ρόλους που βασίζονται στην ήπια δύναμη των μουσείων ως διαμορφωτών πολιτικών αστικής συνείδησης και πολιτιστικής δημοκρατίας. Τα μουσεία, όπως συζητείται εδώ και αρκετά χρόνια και όχι μόνο τώρα που διανύουμε μια περίοδο κρίσης, αντιμετωπίζουν μια βασική πρόκληση, πέρα από την εξασφάλιση της δικής τους οικονομικής βιωσιμότητας: να οραματιστούν εκ νέου τον κοινωνικό τους ρόλο, την υποχρέωσή τους, θα λέγαμε, να συνεισφέρουν στη δημιουργία μιας πιο ισορροπημένης, υγιούς και ευτυχισμένης κοινωνίας για τους πολίτες (Μούλιου, Μ. 2014).

Κεφάλαιο Δεύτερο

Η Έννοια της Κοινωνικής Ένταξης, Συμπερίληψης, Αποκλεισμού

2.1 Η Έννοια της Κοινωνικής Ένταξης και Συμπερίληψης

Τα τελευταία πενήντα χρόνια συντελέστηκε μια σημαντική αλλαγή στη σχέση μεταξύ μουσείου και κοινού. Μέχρι περίπου τη δεκαετία του 1960, η σχέση αυτή ήταν αντιληπτή ως απλή και μονοδιάστατη: το μουσείο διέθετε πανίσχυρη και αδιαμφισβήτητη εξουσία, ενώ το κοινό γινόταν αντιληπτό ως μία αντανάκλαση των εργαζομένων στο μουσείο, δηλαδή εν δυνάμει γνώστης του πραγματικού και συμβολικού περιεχομένου των συλλογών, αλλά και της αναμφίβολης «αξίας» που αυτές οι συλλογές είχαν για το κοινωνικό σύνολο. Με βάση την αντίληψη αυτή, το κοινό του μουσείου οριζόταν (και αποτελούνταν) από εκείνους που επισκέπτονταν συχνά μουσεία και κατανοούσαν τόσο τον ρόλο όσο και τους όρους υπό τους οποίους τα μουσεία δημιουργούνται και λειτουργούσαν (Reeve, J. & Woollard, V. 2006).

Η αλλαγή που συντελέστηκε αφορά στη συνειδητοποίηση πως η κοινωνία αποτελείται από διαφορετικούς ανθρώπους με σύνθετες προσωπικότητες, διαφορετικές απόψεις και διαφορετικά ενδιαφέροντα, που επιλέγουν με βάση τις προσδοκίες τους για το εάν θα επισκεφτούν το μουσείο ή όχι. Παράλληλα, αναπτύχθηκε η αντίληψη περί πολιτισμικής δημοκρατίας (cultural democracy) ή/και εκδημοκρατισμού του πολιτισμού (democratizing culture).

Ο πρώτος όρος συνδέεται με την ισότιμη αποδοχή όλων των πολιτισμών, χωρίς εξαιρέσεις και χωρίς ιεράρχηση κανενός είδους (βλ. και παρακάτω, UNESCO 2001, 2005), ενώ ο δεύτερος με την υποχρέωση της εξασφάλισης δημόσιας πρόσβασης στα αγαθά του πολιτισμού, χωρίς περιορισμούς, όπως άλλωστε δηλώνεται σαφώς και στη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για τα ανθρώπινα δικαιώματα (Reeve, J. & Woollard, V. 2006). Αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών, υπήρξε μια συστηματική προσπάθεια να εξασφαλιστεί η πρόσβαση στους πολιτιστικούς οργανισμούς, η ισότιμη εκπροσώπηση της πολυπολιτισμικότητας και πολλαπλότητας των σύγχρονων κοινωνιών, αλλά και η ένταξη περιθωριοποιημένων ομάδων πολιτών στους αποδέκτες της γνώσης και εμπειρίας που δημιουργείται στο μουσείο.

Πολύ απλά, η διαδικασία αυτή σημαίνει την εξασφάλιση πρόσβασης (φυσικής, διανοητικής και πολιτισμικής) στις μουσειακές συλλογές σε ένα μεγαλύτερο εύρος ανθρώπων από τους «παραδοσιακούς» επισκέπτες, αλλά και την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων ως προς θέματα πρόσβασης (access), ένταξης (inclusion), πολυπολιτισμικότητας (cultural diversity), και δημόσιας λογοδοσίας (public accountability). Τα μουσεία, λοιπόν, αναγνώρισαν τη δυνατότητα να έχουν έναν δικό τους ρόλο σε αυτή τη διαδικασία κοινωνικής ενδυνάμωσης μέσω της γνώσης και υιοθέτησαν παιδαγωγικές προσεγγίσεις που άπτονται των παραπάνω θεωριών και έχουν ως στόχο να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των δυνατοτήτων ατόμων και ομάδων και στη έμμεση, έτσι, αντιμετώπιση του κοινωνικού αποκλεισμού (Golding, V. 2009). Η έννοια της συν-δημιουργίας (περιεχομένου, προγραμμάτων, ερμηνείας) πηγαιίνει το μουσείο ένα βήμα πιο πέρα, καθώς πλέον δεν τίθεται λόγος περί μουσείων για τα αντικείμενα (όπως στις παλαιότερες αντιλήψεις), ούτε λόγος περί μουσείων για το κοινό (όπως στις πιο πρόσφατες απόψεις που έχουν μετακινήσει το κέντρο βάρους από τις συλλογές στους επισκέπτες), αλλά περί μουσείων που λειτουργούν μαζί με τους επισκέπτες τους. Στην περίπτωση των δράσεων για την κοινωνική ένταξη, η συμμετοχικότητα αφορά τόσο στη δημιουργία περιεχομένου από ομάδες κοινού που παραδοσιακά δεν εκπροσωπούνται ή/και δεν έχουν ενθαρρυνθεί να συμμετάσχουν στο μουσείο, και επομένως να το «οικειοποιηθούν» ως χώρο έκφρασης και δημιουργίας, όσο και στην αξιοποίηση μεθόδων που κάνουν το μουσείο χώρο διαλόγου, ανταλλαγής απόψεων, έκφρασης σκέψεων, συναισθημάτων και προβληματισμών, προσβάσιμο σε όλα τα επίπεδα και από όλους. (Μπούνια, Α. 2015)

Στις ημέρες μας, η «ένταξη» των ατόμων με ειδικές ανάγκες χρειάζεται αναθεώρηση της υπάρχουσας εκπαιδευτικής πραγματικότητας και σχεδιασμό. Η αναποτελεσματικότητα της ένταξης παιδιών με ή χωρίς ανάγκες πρέπει να αντιμετωπιστεί ως αποτυχία του μουσείου. Και η αποτυχία αυτή στηρίζεται στην αντίφαση μεταξύ πρόθεσης του σχολείου να μορφώσει και να εντάξει οργάνωσης του να το πετύχει (Ζώνιου & Σιδέρη, Α. 2000). Επιπλέον για να είναι πιο αποτελεσματική η πολιτική της κοινωνικής ένταξης, είναι βασικό τα άτομα και οι εκπρόσωποι των αποκλεισμένων ατόμων να εμπλέκονται στην ανάπτυξη, την εφαρμογή και την αξιολόγηση των προσφερόμενων από τα μουσεία υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει πως, είναι απαραίτητη η δημιουργία αισθήματος κοινοτικής ιδιοκτησίας του πολιτιστικού φορέα και η συνεργασία με τις επιμέρους κοινότητες στις οποίες το

μουσείο θα επιλέξει να απευθυνθεί. Η ανάπτυξη και η διατήρηση αυτών των δεσμών παίρνει χρόνο και δεν αποτελεί εύκολη υπόθεση, όπως ίσως πολλοί θεωρούν. (Gibbs, K. 2007)

2.2 Η Έννοια του Κοινωνικού Αποκλεισμού

Η έννοια των “εμποδίων” είναι σημαντική όταν προσπαθεί κανείς να καταλάβει τον τρόπο με τον οποίο τα μουσεία και οι τοπικές κοινωνίες οφείλουν να συνεργαστούν για να απαλείψουν τις παλιές και τωρινές ανισότητες ως προς την πρόσβαση και να δημιουργήσει μια νέα κουλτούρα συμμετοχής. Τα μουσεία έχουν την αρμοδιότητα να πείσουν τις τοπικές κοινωνίες να συνεργαστούν έτσι ώστε να αρθούν τα εμπόδια και να επιτύχουν την αποστολή τους. Τα εμπόδια που δυσκολεύουν την διεύρυνση του κοινού είναι υπολογισμένα. Ωστόσο από την πλευρά των μουσείων, περιλαμβάνουν, την έλλειψη ζήλου των υπευθύνων, το φόβο μήπως αποξενωθεί το παραδοσιακό κοινό, την έλλειψη μέσων ή αυτοπεποίθησης, ίσως και τον φόβο του αγνώστου. Όλα μαζί αυτά λειτουργούν αποθαρρυντικά για το προσωπικό του μουσείου. Βέβαια από την πλευρά των επισκεπτών, όπως ξεκαθαρίζει και η έκθεση PLB (PLB Consulting 2001) στα εμπόδια περιλαμβάνονται : αίσθηση ότι το μουσείο δεν τους αφορά, έλλειψη χρόνου, έλλειψη ενημέρωσης, έλλειψη κατάλληλων εγκαταστάσεων, ελλιπής δυνατότητα πρόσβασης , έλλειψη διανοητικής, κοινωνικής ή/και πολιτισμικής προσβασιμότητας , αίσθημα κοινωνικού αποκλεισμού, αίσθηση αφιλοξενίας, υψηλό κόστος εισόδου. (Graham Black 2005)

Το ιατρικό μοντέλο (πλέον παρωχημένο) την αναπηρία ως ασθένεια. Αλλά το βάρος για την αντιμετώπιση των συνεπειών της πέφτει στο ίδιο το άτομο, αφήνοντας το να βρει τις λύσεις. Το κοινωνικό μοντέλο εντοπίζει εμπόδια που έχουν κατά βάση κοινωνικό χαρακτήρα. Η ευθύνη για την άρση εμποδίων μοιράζεται σε όλους εκείνους που συμμετέχουν σε κάποια δραστηριότητα, ή γενικότερα αλληλεπιδρούν με το άτομο που έχει την αναπηρία. (Derlin, 2003) Υπήρχε η άποψη ότι τα μουσεία είχαν απήχηση μόνο στους λίγους μορφωμένους, και συνέλεγαν αντικείμενα τα οποία εκτιμούν μόνο οι πλούσιοι, ότι οι μετανάστες, οι μαύροι και οι άλλες μειονότητες αλλά και οι φτωχοί είχαν αγνοηθεί, ότι η πολιτισμική τους συμβολή και οι ανάγκες τους είχαν ξεχαστεί. (Alexander, E. 1979) Αντίστοιχα, στη δυτική Ευρώπη, η ανάπτυξη της κοινωνικής ιστορίας και των βιομηχανικών μουσείων από την δεκαετία του 1970 και έπειτα υποστηριζόταν από τις τοπικές κοινωνίες.

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”. Είναι σημαντικό, λοιπόν, να καταλάβουμε αυτή την έννοια, και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζει τη στρατηγική των μουσείων. Από τότε η καταπολέμηση και η αντιμετώπιση της κοινωνικής περιθωριοποίησης έχει γίνει ένα από τα κύρια θέματα πολιτικής στρατηγικής. Έως το 2000, τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχαν υιοθετήσει κοινούς στόχους για:

- διευκόλυνση της απασχόλησης και πρόσβαση απ’ 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

Ο κοινωνικός αποκλεισμός είναι κάτι το οποίο μπορεί να συμβεί σε οποιονδήποτε. Όμως, κάποιοι άνθρωποι κινδυνεύουν περισσότερο από άλλους. Έρευνες έχουν δείξει πως άτομα με συγκεκριμένο περιβάλλον και αντίστοιχες εμπειρίες είναι πιο πιθανό να περιθωριοποιηθούν κοινωνικά. Οι κύριοι αρνητικοί παράγοντες περιλαμβάνουν: χαμηλό εισόδημα, οικογενειακές διαμάχες, να έχει μεγαλώσει κανείς ε ίδρυμα, προβλήματα στο σχολείο, να έχει εκτίσει ποινή φυλάκισης, να προέρχεται από κάποια εθνική μειονότητα, να ζει σε μη προνομιούχα γειτονιά σε αστική ή αγροτική περιοχή, να έχει προβλήματα ψυχικής υγείας, να είναι προχωρημένης ηλικίας ή ανάπηρος. (Cabinet Office 2001) Η έλλειψη στήριξης, η έλλειψη πόρων και η έλλειψη ξεκάθαρων πολιτικών επιλογών και σαφούς προσανατολισμού, σε συνδυασμό με την αμφισημία και τη σύγχυση για την ίδια την ιδέα της ενσωμάτωσης, έχουν ως αποτέλεσμα, ακόμα και όταν γίνεται καλή δουλειά, συχνά να περνά απαρατήρητη (GLLAM 2000) Η ικανότητα των μουσείων και των πινακοθηκών να παίζουν κοινωνικό ρόλο [...] δεν μπορεί προς το παρόν να αποδειχθεί [...]. Όμως, η έρευνα δείχνει πως οι σχετικές πρωτοβουλίες ασκούν επιρροή.

Αυτό μπορεί να έχει σχέση με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αναπτύσσουν την αίσθηση της αυτογνωσίας. Οι ιθύνοντες των μουσείων και οι διάφοροι παράγοντες της κυβέρνησης μοιάζουν να το υποτιμούν αυτό. Θα μπορούσε το μουσείο να είναι το πρώτο βήμα για την ενσωμάτωση πολλών ανθρώπων (Newman, A. 2001). Ουσιαστική για την κοινωνική ενσωμάτωση είναι η ανάδειξη της διαφορετικότητας του πληθυσμού, η παρουσίαση της ιστορίας του από διάφορες οπτικές γωνίες (Μουσεία της Αυστραλίας 2003). Τα τελευταία κυρίως χρόνια λόγω και των σημαντικών κοινωνικό-πολιτισμικών αλλαγών που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα, καθώς και της αύξησης του αριθμού των μεταναστών και προσφύγων, οι προσπάθειες έχουν αυξηθεί. Σε αυτές τις προσπάθειες συμμετέχουν πάρα πολλά ελληνικά μουσεία, αλλά και σχολεία σε όλη τη χώρα, δείχνοντας ότι είναι πλέον αντιληπτή η ανάγκη για μια ουσιαστικότερη ένταξη περιθωριοποιημένων ομάδων στην πολιτισμική και κοινωνική παραγωγή. (Μπούνια, Α. 2015)

2.2.1 Παράγοντες

Πολύ διαφορετικές πολιτιστικές πρακτικές αναπτύσσονται μέσα σε επαρκώς μεγάλες πολιτικές, ανταποκρινόμενοι και συμβάλλοντας σε μια μήτρα κοινωνικών σχέσεων. Τα μουσεία διαδραματίζουν διαμορφωτικό ρόλο στον καθορισμό και την αναπαραγωγή αυτών των σχέσεων μέσω των πολιτικών και των αφηγηματικών πρακτικών τους. Το σημαντικό είναι πως ο τρόπος με τον οποίο ερμηνεύονται τα μουσεία, ποιος τα χρησιμοποιεί και πώς τα χρησιμοποιούν, ορίζονται επίσης μέσα σε αυτόν τον ιστό των σχέσεων. Οι συζητήσεις σχετικά με την ένταξη και τον αποκλεισμό του κοινού θα πρέπει επομένως να βασιστούν σε μια ανάλυση των πολύπλοκων κοινωνικοπολιτικών ρόλων που διαδραματίζουν τα μουσεία και συγκεκριμένα όσον αφορά την αναζήτηση του κοινού για την αφηγηματική αφήγηση.

Πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι τα μουσεία μπορούν να συμβάλουν στην κοινωνική ένταξη ατομικό, κοινοτικό και κοινωνικό επίπεδο. Σε προσωπικό ή προσωπικό επίπεδο, δέσμευση με τα μουσεία μπορούν να αποδώσουν θετικά αποτελέσματα όπως αυξημένη αυτοεκτίμηση, αυτοπεποίθηση και τη δημιουργικότητα. Σε κοινοτικό επίπεδο, τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν ως καταλύτης για την κοινωνική αναγέννηση, ενδυναμώνοντας τις κοινότητες να αυξήσουν την αυτοδιάθεση τους και να αναπτύξουν την εμπιστοσύνη και δεξιότητες για να αποκτήσουν μεγαλύτερο έλεγχο στη ζωή τους και την ανάπτυξη των γειτονιών στην οποία ζουν.

Τέλος, τα μουσεία, μέσω της εκπροσώπησης των κοινωνιών χωρίς αποκλεισμούς μέσα στις συλλογές και τις οθόνες, έχουν τη δυνατότητα να προωθήσουν ανοχή, διακοινοτική σεβασμό και την αμφισβήτηση των στερεοτύπων. Με τον τρόπο αυτό, ο ρόλος του μουσείου στην αντιμετώπιση του αποκλεισμού και του αποκλεισμού η προώθηση της ένταξης νοείται ως κοινωνική επίπτωση σε σχέση με τα μειονεκτήματα, των διακρίσεων και της κοινωνικής ανισότητας. Με αυτή την ερμηνεία, η διεθνής σημασία της αυτή η συζήτηση αρχίζει να αναδύεται. Μουσεία σε πολλές χώρες αναπτύσσουν την κοινωνική τους τον ρόλο, τον σκοπό και τον αντίκτυπο, τη σύμπραξη με την υγεία, την κοινωνική πρόνοια, την κοινωνική υπηρεσία και άλλα οργανισμών και επιδιώκουν να αποδώσουν κοινωνικά αποτελέσματα σε σχέση με τα μειονεκτήματα.

Σε διεθνές συνέδριο για τα μουσεία και την κοινωνική ένταξη στο Πανεπιστήμιο του Leicester στο Μάρτιο 2000, ομιλητές από χώρες όπως η Αυστραλία, η Κένυα, η Νότια Αφρική και οι Ηνωμένες Πολιτείες συζήτησαν το αυξανόμενο ενδιαφέρον των μουσείων για αυτά τα ζητήματα, παραδοσιακά αντιληπτά ως άσχετο με τον πολιτιστικό τομέα. (Sandell, R. 2003) Τα αίτια τα οποία ενεργοποιούν διαδικασίες κοινωνικού αποκλεισμού ποικίλουν, αλλά μπορούν να διαχωριστούν άτυπα σε δύο κατηγορίες: την αποστέρηση των δικαιωμάτων που πηγάζουν από την ιδιότητα του πολίτη, και τη «διάρρηξη» του κοινωνικού δεσμού. Ο κοινωνικός αποκλεισμός μπορεί να λάβει πολλές μορφές: να είναι άμεσος ή έμμεσος, να περιλαμβάνει ολόκληρες ομάδες ανθρώπων ή/και μεμονωμένα άτομα. Έχει τις ρίζες του στις οικονομικές ανισότητες αλλά και σε ανισότητες ταξικές, φυλετικές και φύλου. Λαμβάνει επίσης φυσική διάσταση, καθώς σχετίζεται με αναπηρίες ή φυσικά εμπόδια, όπως η περιοχή στην οποία κατοικεί κάποιος, η απόσταση που πρέπει να διανύσει για να έχει πρόσβαση σε πολιτιστικά ή εκπαιδευτικά αγαθά, καθώς επίσης και η απομόνωση κάθε είδους. Το κοινό χαρακτηριστικό των ομάδων με τα παραπάνω χαρακτηριστικά, είναι ότι έχουν περιθωριοποιηθεί γιατί ξεφεύγουν από την «κοινωνική νόρμα», αποτελούν «απειλή» και είναι κοινωνικά απροστάτευτοι και ανήμποροι να αλλάξουν τη θέση τους. (Dodd, J. & Sandell, R. 2001)

2.3 Αποδοχή Πολιτισμικής Διαφορετικότητας

Τα μουσεία και τα πολιτιστικά ιδρύματα μπορούν να αλλάξουν τη ζωή των ανθρώπων. Είναι πυλώνες υγιών κοινοτήτων και ιδανικοί χώροι για την επικοινωνία και τη σύνδεση μεταξύ ανθρώπων. Καθώς κοινότητες σε ολόκληρο τον κόσμο έρχονται αντιμέτωπες με θέματα μετανάστευσης, θρησκευτικής έκφρασης, πολιτιστικής ποικιλομορφίας, διακρίσεων, ταυτότητας φύλου και ίσης μεταχείρισης, η δέσμευση των μουσείων για σεβασμό της διαφορετικότητας, για ισότητα, προσβασιμότητα και κοινωνική ενσωμάτωση δεν ήταν ποτέ πιο σημαντική. Έτσι, ο ρόλος των σύγχρονων μουσείων δεν περιορίζεται αποκλειστικά στη συλλογή, έρευνα, τεκμηρίωση και παρουσίαση των μουσειακών αντικειμένων, αλλά επεκτείνεται ταυτόχρονα στην εκπαιδευτική και κοινωνική διάσταση της ύπαρξής τους.

Γι' αυτό, καταβάλλεται πλέον συστηματική προσπάθεια ώστε να εξασφαλιστεί σε όλους η πρόσβαση στους πολιτιστικούς οργανισμούς, η ισότιμη εκπροσώπηση της πολυπολιτισμικότητας αλλά και η ένταξη περιθωριοποιημένων ομάδων κοινού στους αποδέκτες της γνώσης και εμπειρίας που δημιουργείται στο μουσείο. Αυτό, με απλά λόγια, σημαίνει την εξασφάλιση πρόσβασης (φυσικής, διανοητικής και πολιτισμικής) στις μουσειακές συλλογές σε ένα μεγαλύτερο εύρος ανθρώπων από τους «παραδοσιακούς» επισκέπτες. Τα περισσότερα μουσεία σήμερα υποστηρίζουν άλλωστε ότι «βρίσκονται στην υπηρεσία του κοινού», όπως άλλωστε διατυπώνεται και στο ορισμό του ICOM, και δρουν έτσι ώστε να προσφέρουν όσο τον δυνατόν καλύτερες υπηρεσίες για όλους, χωρίς αποκλεισμούς, ώστε να συμβάλλουν στην εξέλιξη της κοινωνίας. (Sandell, R. 1998) Στο σημείο αυτό αξίζει να γίνει αναφορά στη μεγάλη επίδραση που έχει ασκήσει σε όλες τις μουσειοπαιδαγωγικές δράσεις – και ειδικά σε αυτές που αναφέρονται σε «διαφορετικές» ομάδες κοινού – η μετάβαση στο «συμμετοχικό μουσείο» (participatory museum), αντίληψη που έχει αποκτήσει μεγάλη απήχηση τα τελευταία χρόνια. Ο όρος εισήχθη από τη Nina Simon (2010), η οποία υποστηρίζει ότι όλα τα μουσεία οφείλουν να αναπτύξουν συμμετοχικές πρακτικές σε όλες τις πτυχές της λειτουργίας τους, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να εμπλακούν ενεργά και έτσι να δώσουν νέα πνοή στο μουσείο και να το «οικειοποιηθούν». Πιο συγκεκριμένα, η Simon προτείνει στα μουσεία πολυσυλλεκτικές, προσωποποιημένες και συνεχώς εναλλασσόμενες δράσεις, με περιεχόμενο που συνδημιουργείται από το κοινό. Η έννοια της συνδημιουργίας (περιεχομένου, προγραμμάτων, ερμηνείας) πηγαίνει το μουσείο ένα βήμα πιο πέρα, καθώς πλέον δεν γίνεται λόγος περί «μουσείων για τα αντικείμενα», ούτε λόγος περί «μουσείων για το κοινό», αλλά περί μουσείων που λειτουργούν μαζί με τους επισκέπτες τους. Το μουσείο είναι ένας θεσμός που, ως χώρος με εξαιρετικά μεγάλες επικοινωνιακές και μορφωτικές δυνατότητες, μπορεί να αποτελέσει κατεξοχήν χώρο ανάπτυξης του διαπολιτισμικού διαλόγου και της διαπολιτισμικής διάδρασης. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, όλο και περισσότερα μουσεία υλοποιούν προγράμματα και δράσεις βασισμένα στο διαπολιτισμικό μοντέλο προσέγγισης. Ως μη τυπικός φορέας μάθησης που δεν εξαρτάται εξ ολοκλήρου από τις κρατικές επιλογές, το μουσείο έχει τη δυνατότητα να φέρει σε αλληλεπίδραση με βιωματικό τρόπο άτομα, ομάδες και οργανώσεις με διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο, με στόχο την ανάπτυξη μιας βαθύτερης κατανόησης, μέσω της ενσυναίσθησης, του «διαφορετικού».

Κεφάλαιο Τρίτο

Πρακτικές Ένταξης στα Ελληνικά Μουσεία

3.1 Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και Προγράμματα

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρουν τα μουσεία ως μη παραδοσιακά εκπαιδευτικά πλαίσια διαφοροποιούνται από την τυπική εκπαίδευση στα σχολεία. Οι στόχοι δεν καθορίζονται από την εκμάθηση συγκεκριμένης γνώσης, καθώς ο ιδιαίτερος τρόπος που το κάθε παιδί προσεγγίζει τα εκθέματα και αλληλεπιδρά με αυτά θεωρείται πιο σημαντικός από την καθαυτή γνώση. Η παιδοκεντρική αυτή προσέγγιση επιτρέπει στην ατομική εμπειρία να εκφραστεί ελεύθερα, χωρίς περιορισμούς και να πάρει διαστάσεις δημιουργίας που σε κάποιες περιπτώσεις ανάγεται σε πολιτισμικό αγαθό. (Ελληνικό Παιδικό Μουσείο & Καλεσοπούλου, Δ. 2011) Η μουσειακή αγωγή θα μπορούσε να λειτουργήσει ως ένας τομέας της σύγχρονης εκπαίδευσης και να εμπλουτίσει τη σχολική εκπαίδευση με το άνοιγμα της εκπαιδευτικής διαδικασίας και εκτός του στενού σχολικού χώρου. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα σχεδιάζονται σύμφωνα με τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα του κοινού, τις δυνατότητες και τους περιορισμούς του χώρου και το Διαθεματικό Ενιαίο Πρόγραμμα Σπουδών. Είναι αποτέλεσμα διεπιστημονικής συνεργασίας και διαθεματικής προσέγγισης. Υλοποιούνται από ερμηνευτές –εκπαιδευτικούς του Μουσείου. Μέσα στα μουσεία επιτελείται μια μορφή άτυπης εκπαίδευσης, μέσω έμμεσης μάθησης και σχηματίζοντας μόνιμες τάσεις, έλξεις και απωθήσεις που είναι εν κατακλείδι πιο σημαντική από τη μάθηση που παράγεται από την παραδοσιακή εκπαίδευση γιατί μπορεί να σχηματίσει την τάση επιθυμίας για μάθηση στα παιδιά. (Τζήκας, Χ. 2006)

Η σημασία ενός προσεκτικά δομημένου αλλά και ευέλικτου πλαισίου για τη διασύνδεση του σχολείου και του μουσείου έχει διεθνώς αναγνωριστεί, τουλάχιστον τις δύο τελευταίες δεκαετίες. Οι χώρες που αναγνωρίζουν την παιδευτική σημασία προσέγγισης και δημιουργικής αξιοποίησης του υλικού πολιτισμού και των μουσείων έχουν συγκροτήσει κι εφαρμόσει αντίστοιχη πολιτική. Αντίστοιχα έχουν διαμορφώσει πλαίσια, τα οποία συνεχώς και αναθεωρούν, για τη διερεύνηση ποικίλων θεωρητικών και πρακτικών, κοινωνικών, πολιτισμικών, πολιτικών, επικοινωνιακών κι εκπαιδευτικών παραγόντων που εμπλέκονται στην εφαρμογή εκπαιδευτικών

προγραμμάτων σε μουσεία. Μεταξύ άλλων, η αναγνώριση των ουσιαστικών διαφορών που διακρίνουν το μουσείο και το σχολείο ως παιδευτικών χώρων και θεσμών, η ένταξη της μουσειοπαιδαγωγικής σε διάφορα προγράμματα κι επίπεδα σπουδών κι η διαμόρφωση ευέλικτης εκπαιδευτικής νοοτροπίας θεωρούνται βασικοί όροι για μία ουσιαστική, γόνιμη και αμφίδρομη σύνδεση του σχολείου και του μουσείου (Ambrose, T. 1987) .

Ειδικότερα, η μουσειοπαιδαγωγική έρευνα μπορεί να συμβάλλει εποικοδομητικά στη σύνδεση του σχολείου και του μουσείου, αποφεύγοντας παραδοσιακά ιδεολογήματα, μεθόδους και τακτικές, με τη διαμόρφωση ουσιαστικής βάσης για ένα γόνιμο διάλογο και προβληματισμό ως προς το σχεδιασμό, την εφαρμογή και την αξιολόγηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων που μπορούν να συμβάλλουν στον εμπλουτισμό της σχολικής εκπαίδευσης και στο πολύπλευρο άνοιγμα του σχολείου προς την κοινωνία με την αξιοποίηση του μουσειακού και ευρύτερου πολιτισμικού περιβάλλοντος σχεδιασμός και η εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε μουσειακούς χώρους, για σχολικές ομάδες και το ευρύτερο κοινό, δεν μπορεί να στηρίζεται σε μηχανική χρήση στερεότυπων προτύπων και οδηγιών, καθώς απαιτείται ουσιαστική και πολύπλευρη μουσειοπαιδαγωγική κατάρτιση και συνεχής κριτική διερεύνηση των εμπλεκόμενων παιδευτικών, κοινωνικών, επικοινωνιακών πολιτισμικών, γνωστικών και πολιτικών όρων και επιπτώσεων, με ορθολογικό κριτικό πνεύμα, γνώση ευαισθησία και φαντασία. (Νάκου, Ε. 2001) Η θεωρία αυτή υποστηρίζει τη ρεαλιστική προσέγγιση στη γνώση και στην παθητική/σωρευτική διαδικασία στη μάθηση. Για παράδειγμα, σε ένα τυπικό περιβάλλον μάθησης, εφόσον το υποκείμενο της μάθησης είναι παθητικό και συσσωρεύει δεδομένα, στο επίκεντρο δεν τίθεται αυτό αλλά ο φορέας μετάδοσης γνώσης, δηλαδή ο εκπαιδευτικός (δασκαλοκεντρική μάθηση). Αυτός προσεγγίζει τη μαθησιακή διαδικασία γραμμικά, παραδίδει το υλικό προς εμπέδωση από τον μαθητή, ενώ δεν δίνεται σημασία στο πώς και αν θα προσαρμοστεί η νέα γνώση στις ανάγκες του μαθητευόμενου. Το μάθημα είναι μονοθεματικό και οργανωμένο ως ένα είδος διάλεξης ή ένα είδος αφήγησης, το οποίο δεν εμπεριέχει εναλλακτικές προσεγγίσεις ή αντικρουόμενα επιχειρήματα στην εξέλιξή του (Taylor 2008). Ο εκπαιδευτικός είναι μια αυθεντία από την οποία εκπέμπεται η έγκυρη γνώση. Το διδακτικό μοντέλο παράγει μια «παραδοσιακού τύπου» διάλεξη. Στο επίκεντρο είναι επίσης το γνωστικό αντικείμενο της διδασκαλίας και όχι το επίπεδο των δυνατοτήτων του κάθε μαθητευόμενου. (Νικονάνου, Ν. 2015)

3.2 Σύγχρονο Μουσείο και Τεχνολογία

Στον σύγχρονο και ρευστό κόσμο που ζούμε, η ανθρωπότητα βρίσκεται αντιμέτωπη με ραγδαίες και μεγαλειώδεις αλλαγές. Για να μπορέσουμε να ανταποκριθούμε σ' αυτές τις προκλήσεις έχουμε ως οδηγούς τη φαντασία, τη δημιουργικότητα και την ικανότητά μας να καινοτομούμε. Η δημιουργικότητα, όμως, δεν σχετίζεται τόσο ή αποκλειστικά με τη νόηση όσο με το συναίσθημα και το σύνθετο πλέγμα των διασυνδέσεων που δημιουργούνται μέσω συλλογικών και ατομικών προσπαθειών. Τα μουσεία αποτελούν τα πιο θεμελιώδη τοπόσημα μέσα στις πόλεις για την έκφραση της δημιουργικότητας, των ιδεών, των συναισθημάτων, των συνδέσεων μεταξύ των ανθρώπων. Τα μουσεία αλλάζουν συνεχώς και αυτό είναι θετικό. Σ' αυτό το διαρκώς μεταβαλλόμενο σκηνικό, ο κόσμος των μουσείων επιζητά να θέσει νέα ερωτήματα για τις ταυτότητες (θεσμικές, εθνικές, αστικές, εθνοτικές, ατομικές ή όποιες άλλες). (Μούλιου, Μ. 2015)

Το μουσείο λοιπόν είναι πλέον «αναγκασμένο» να παρέχει στο κοινό του τα νέα τεχνολογικά μέσα, αφού το ίδιο το κοινό έχει πλέον εκπαιδευτεί από προηγούμενες εμπειρίες του αλλά και την καθημερινή τριβή του με την τεχνολογία στην χρήση και την κατανόηση των μέσων αυτών παρά στην απλή έκθεση του προς στα εκθέματα. Το μουσείο όπως το γνωρίζουμε ως τώρα είναι ο χώρος προβολής συλλογών και εκθεμάτων πολιτιστικής και αρχαιολογικής αξίας. Ο απλός αυτός τρόπος έκθεσης, δηλαδή η συγκέντρωση ενός αριθμού εκθεμάτων και η έκθεση τους σε έναν συγκεκριμένα μόνιμο χώρο δημιουργεί σημαντικούς περιορισμούς (Ξυλωμένος, Γ. & Πολύζος, Γ. 2009) Ένας άλλος σημαντικός λόγος που το κοινό πλέον έχει απομακρυνθεί από τον μουσειακό χώρο και δεν τον επισκέπτεται συστηματικά και σε πολλές περιπτώσεις ούτε καν συχνά, είναι ο περιορισμός των αντικειμένων και αγαθών που εκτίθενται. Κάθε μουσείο επιλέγει τον αριθμό των αντικειμένων που θα εκθέσει προς το κοινό σύμφωνα με τους περιορισμούς των εγκαταστάσεων που έχει στη διάθεση του. Αυτό φέρει ως αποτέλεσμα πολλά αντικείμενα να μένουν στις αποθήκες ανεκμετάλλευτα και οι εκθέσεις να παραμένουν στατικές προς δυσарέστηση των επισκεπτών. Ο νέος ρόλος των σύγχρονων μουσείων –μουσείων όχι για απλή επίσκεψη ,αλλά για ενεργό συμμετοχή υπαγορεύει τη χρήση όλο ένα και περισσότερων τεχνολογιών, που ψηφιοποιούν τις πληροφορίες σχετικά με τα εκθέματα και τις δραστηριότητες τους και δίνουν στον επισκέπτη την ευκαιρία να

αποκτήσει εμπειρίες αλληλεπιδραστικές και πολύ-αισθητηριακές (Σολομωνίδου, Χ. & Σταυρίδου, Ε. 2005).

Έτσι λοιπόν αυτές οι ψηφιακές εφαρμογές μπορεί να μειώνουν την πρόσβαση του κοινού στο χώρο του μουσείου, απ' την άλλη μεριά όμως διευκολύνουν την εργασία των υπεύθυνων, ώστε να παρουσιάσουν όλο και περισσότερες συλλογές και εκθέματα, καθώς και τις απαραίτητες συνοδευτικές πληροφορίες. Στο νέο ρόλο του Μουσείου και στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις εντάσσονται και τα σταθερά θεματικά περίπτερα, τα οποία περιέχουν αλληλεπιδραστικές εφαρμογές πολυμέσων. Αυτά είναι τοποθετημένα σε επιλεγμένα σημεία του μουσείου, ώστε να βοηθούν τους επισκέπτες στην περαιτέρω ερμηνεία και κατανόηση κάποιων θεματικών κατηγοριών εκθεμάτων. Προεκτάσεις αυτών των τεχνικών αποτελούν τα κινητά συστήματα, όπως είναι οι σταθεροί και φορητοί υπολογιστές ,που προσφέρουν πολύ μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων και επιλογών και αυξημένες δυνατότητες αλληλεπίδρασης με τα εκθέματα και τους χώρους που τα στεγάζουν.(Σολομωνίδου, Χ. & Σταυρίδου, Ε. 2005) Τα πολυμέσα αλληλεπίδρασης είναι ένα υποσχόμενο ερμηνευτικό μέσο για χώρους ιστορικής κληρονομιάς και μουσεία, τα οποία μπορούν να συμπληρώσουν τους ήδη υπάρχοντες τρόπους ερμηνείας των αντικειμένων (ετικέτες, φωτογραφίες). Τα εκθέματα πολυμέσων αλληλεπίδρασης μπορούν να μεταφέρουν μεγάλες ποσότητες από πολύπλοκες πληροφορίες με έναν τρόπο ενδιαφέροντα και φιλικό προς τον χρήστη, αν και βοηθούν τους επισκέπτες να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες που ζητούν με το δικό τους ρυθμό. Τα εκθέματα αυτά δεν αποτελούν αντικατάσταση των παραδοσιακών ερμηνευτικών μεθόδων, αλλά είναι συμπληρωματικά και μπορούν να βοηθήσουν στην τοποθέτηση των εκθεμάτων και έργων τέχνης στα δικά τους ιστορικά και πολιτιστικά πλαίσια και εμφανίζονται να είναι διεθνώς δημοφιλή στους επισκέπτες· το μόνο μειονέκτημα είναι η σταθερή τους θέση (Evans, J. & Sterry, R. 1999). Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου την τελευταία δεκαετία, επηρέασε σημαντικά και το χώρο των μουσείων. Πολλά ιδρύματα έχουν κατασκευάσει τον διαδικτυακό τους τόπο, ο οποίος πληροφορεί για το περιεχόμενο και τις δραστηριότητες του ιδρύματος. Οι πληροφορίες που παρέχονται δεν έχουν μόνο την παραδοσιακή μορφή των γραπτών κειμένων, αλλά και τη μορφή βάσεων δεδομένων, βιβλιογραφιών, εικόνων και ήχου ή εικονικών εκθέσεων (Κουλιόπουλος, Δ. 2005). Πάνω απ' όλα όμως, οι νέες εξελίξεις βασίζονται στην αύξηση της αλληλεπίδρασης με τη χρήση των νέων ψηφιακών

τεχνολογιών, που παρέχουν πολλές δυνατότητες για την ανάπτυξη νέων αλληλεπιδραστικών δραστηριοτήτων, οι οποίες είναι πλέον δυνατόν να πραγματοποιηθούν μέσα στο μουσείο ή εικονικά από απόσταση μέσω του διαδικτύου.

Κεφάλαιο Τέταρτο

Κέρκυρα: Τα μουσεία και Κοινωνικός Αποκλεισμός

4.1 Οι Πολιτικές Προσέγγισης των Μουσείων της Κέρκυρας απέναντι στην Τοπική Κοινωνία

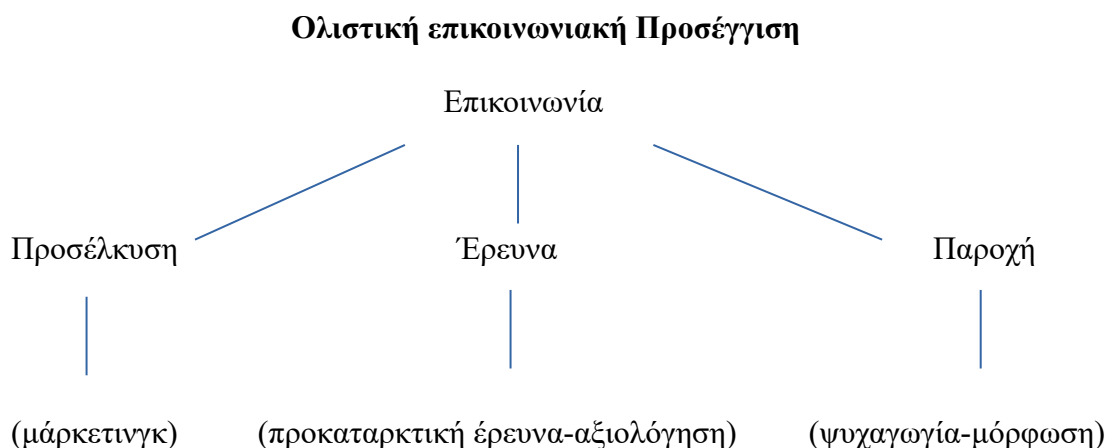
Από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα , τα μουσεία στρέφονται στο ευρύ κοινό, συμπεριλαμβανομένων και των ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων (άτομα με ειδικές ανάγκες, φυλακισμένοι, αθίγγανοι, μετανάστες κ.λπ.), τις οποίες εξυπηρετούν αποτελεσματικά και πρόθυμα, προκειμένου να αυξήσουν την επισκεψιμότητά τους (Γλύτση, Ε. 2002). Μετατρέπονται, δηλαδή, σε ζωντανά κύτταρα της κοινωνίας και αναπτύσσουν μια αμφίδρομη και διαλεκτική σχέση με το κοινό τους, για το οποίο και χάρη στο οποίο υπάρχουν (Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. 2002). Τις τελευταίες δεκαετίες οι εξελίξεις στο χώρο των μουσείων είναι εντυπωσιακές ακόμα και ως προς τις πολιτικές προσέγγισης τους.

Πιο συγκεκριμένα το νησί της Κέρκυρας που βρίσκεται στα Επτάνησα φημίζεται για το πλήθος των μουσείων που βρίσκονται στα εδάφη της. Τα μουσεία της Κέρκυρας προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία εκθεμάτων από τους νεολιθικούς χρόνους μέχρι σήμερα ενώ τα πολιτιστικά μουσεία είναι αφιερωμένα στην πλούσια πνευματική ζωή των Επτανησίων, όπως είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο, το Μουσείο Ασιατικής Τέχνης, το Βυζαντινό Μουσείο-Μουσείο Αντιβουνιώτισσας, το μοναδικό Μουσείο των Χαρτονομισμάτων, το μουσείο Μον Ρεπό, το Μουσείο Δ. Σολωμός, το Σέρβικο Μουσείο, το μουσικό Μουσείο Νικόλαος Μάντζαρος, το Μουσείο Ιωάννη Καποδίστρια, το Σέρβικο Μνημείο Πολέμου στο νησί Βίδο, η Δημοτική Πινακοθήκη, η Αναγνωστική Εταιρεία, το Μουσείο Αχίλλειο, το Μουσείο Θαλάσσης, το Λαογραφικό Μουσείο Αχαράβης, το Μουσείο Λαογραφικών Ενδυμασιών Πέλεκα και το Μουσείο Ελιάς.

Μέριμνα όλων αυτών των μουσείων είναι η εκπλήρωση της ιδιότητας τους ως φορείς δια βίου μάθησης να μεταφέρουν τις γνώσεις τους στην τοπική κοινωνία ,αβίαστα και ευχάριστα, χρησιμοποιώντας υποστηρικτικά μέσα και ψυχαγωγικές μεθόδους που βοηθούν στην κατανόηση των πληροφοριών και των μηνυμάτων. Η αποστολή του μουσείου, στη σύγχρονη εποχή, είναι πολυδιάστατη και για την

εκπλήρωσή της απαιτείται μια «ολιστική προσέγγιση» του μουσείου ως μέσου επικοινωνίας, δηλαδή μια ολοκληρωμένη προσπάθεια επικοινωνίας του με το κοινό, η οποία θα έχει ως στόχο την προσέλκυσή του, την ανίχνευση των αναγκών του και την ικανοποίησή τους (Hooper-Greenhill, E. 1996). Για την καλύτερη κατανόηση της έννοιας αυτής, παρατίθεται το παρακάτω σχήμα:

Σχήμα1



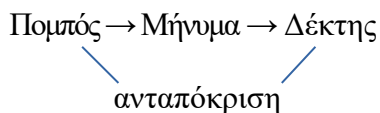
Η προσέλκυση των επισκεπτών επιτυγχάνεται με τεχνικές μάρκετινγκ, οι οποίες αποσκοπούν στην ευαισθητοποίηση και εξοικείωση του κοινού (Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. 2002). Τα ερεθίσματα που παρακινούν έναν άνθρωπο να επισκεφτεί ένα μουσείο, μεταδίδονται μέσω της γνωστοποίησης - διαφήμισης των προσφερόμενων υπηρεσιών, που μπορεί να είναι άμεση (τύπος, ραδιόφωνο, τηλεόραση, internet) ή έμμεση (εμφάνιση κτιρίου, εκθέσεις, συμπεριφορά προσωπικού, ατμόσφαιρα χώρου, παροχή υπηρεσιών). Ο επισκέπτης πρέπει να αισθάνεται όχι απλώς καλοδεχούμενος αλλά και επιθυμητός (Σκαλτσά, E. 1999). Η μελέτη των αναγκών του κοινού, επιτυγχάνεται με την κατάταξή τους σε ομάδες επικέντρωσης (target groups), με βάση κοινά χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο, η εθνική καταγωγή, η γεωγραφική προέλευση, το επάγγελμα, τυχόν ειδικές ανάγκες των ατόμων κ.λπ. (Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. 2002).

Τα μουσεία μελετούν τις ανάγκες, τις ιδιαιτερότητες και τα ενδιαφέροντα της κάθε ομάδας – στόχου και αναλόγως επιλέγουν τα θέματα των εκθέσεών τους, καθώς και τον τρόπο που θα τα παρουσιάσουν ώστε η επίσκεψη να αποτελέσει για τον επισκέπτη μια εποικοδομητική μορφωτική και ψυχαγωγική εμπειρία και να του γεννήσει την επιθυμία να την επαναλάβει (Kotler, P. 1999). Τα μουσεία επικοινωνούν

με το κοινό, εφαρμόζοντας, συνήθως, την απλή ολοκληρωμένη γραμμική επικοινωνία:

Σχήμα 2

Απλή ολοκληρωμένη γραμμική επικοινωνία



Πολλές φορές η επικοινωνιακή διαδικασία λαμβάνει χώρα μέσω της βιωματικής εμπειρίας ή/και με τη χρήση ποικίλων υποστηρικτικών και επεξηγηματικών μέσων (Tilden, F. 1957) για την όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματική μεταβίβαση μηνυμάτων και γνώσεων στο κοινό. Οι μέθοδοι μάθησης που ακολουθούν τα μουσεία, σε συνδυασμό ή μεμονωμένα, είναι η εικονική, η συμβολική και η εμπειρική. Κάθε μέθοδος έχει τα δικά της υποστηρικτικά μέσα. Η πιο διαδεδομένη είναι η εικονική μέθοδος, δια των αισθήσεων, όπου τα εκθέματα υποστηρίζονται από τη χρήση φιλμ, βίντεο, καταλόγων, αφισών, φωτογραφιών, χαρτών, φυλλαδίων, εντύπων κ.ά. (Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. 2002).

Η συμβολική μέθοδος, βασίζεται στην ανώτερη ικανότητα του ανθρώπου να συμβολοποιεί έννοιες δια του λόγου και των λέξεων (Νασιάκου, Μ. 1982) λειτουργεί με τα κείμενα των πινάκων και τους υπότιτλους των εκθεμάτων. Η μέθοδος αυτή, απαιτεί υψηλού επιπέδου πνευματικές διεργασίες και συγκεκριμένο υπόβαθρο γνώσεων και εμπειριών από το κοινό, προκειμένου αυτό να είναι σε θέση να αντιληφθεί τα νοήματα. Υποστηρίζεται από ξενάγηση, κείμενα, διαλέξεις κ.ά. (Πιτσοπούλου – Τσολάκη, Δ. 2002). Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στις σύγχρονες μορφές μουσείων, που εμφανίζουν στοιχεία νεωτερισμού και εξέλιξης, από την μελετητών οποίων διαπιστώνουμε ότι στο επίκεντρο δεν βρίσκονται πλέον ούτε τα εκθέματα, ούτε το κοινό, αλλά η επικοινωνία με το κοινό. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα μουσεία στο διαδίκτυο, τα οποία παρουσιάζουν ψηφιακές εκθέσεις, προσφέροντας απεριόριστη πρόσβαση στον επισκέπτη και κέρδος σε χρόνο. Τα μουσεία είναι ζωντανοί οργανισμοί με διαχρονική αποστολή να υπηρετούν το κοινωνικό σύνολο.

Στη σημερινή συγκυρία, ο ρόλος και η αποστολή τους είναι απαραίτητη και αναγκαία περισσότερο από ποτέ, ως θεματοφύλακες της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας δοκιμαζόμενης ανθρωπότητας, ως χώροι πολιτισμικής ανταλλαγής, ως φορείς μηνυμάτων κοινωνικής αλληλεγγύης και κατανόησης, ως κύτταρα κοινωνικής ανάπτυξης και ευημερίας. Η πρόκληση για τα μουσεία είναι μεγάλη και είναι βέβαιο ότι θα καταφέρουν να αποτιμήσουν το ρόλο τους και να προβούν στις αλλαγές που απαιτούνται, προκειμένου να συνεχίσουν να υπηρετούν, ακόμη πιο αποτελεσματικά, την ανθρώπινη κοινωνία (Γλύτση, Ε. 2002).

4.2 Κοινωνικός Αποκλεισμός και Διαστάσεις

Ως όρος στην κοινωνιολογία συναντάται για πρώτη φορά σε κείμενα Γάλλων επιστημόνων στα μέσα της δεκαετίας του '60 και πιο συγκεκριμένα σε ένα έργο του Pierre Massé γενικού γραμματέα του Υπουργείου Σχεδιασμού της Γαλλίας. Τα επόμενα χρόνια ο όρος αυτός κάνει την εμφάνιση του ως τίτλος συγγράμματος δύο φορές, το 1965 και το 1974, και κατοχυρώνεται πλέον στο λεξιλόγιο της κοινωνιολογίας (Massé Pierre, 1964). Ως έννοια, παρόλα αυτά, χρησιμοποιείται τα τελευταία δέκα περίπου χρόνια ενώ η χρήση του στην Ελλάδα παρατηρείται μόλις την τελευταία πενταετία. Στη συζήτηση που γίνεται στην Ελλάδα υπάρχουν ιδιαίτερες δυσκολίες στις προσπάθειες για αποσαφήνιση του όρου, δηλαδή για καταγραφή του διαφορετικού του περιεχομένου στο πλαίσιο διαφορετικών προσεγγίσεων, επειδή οι σχετικές αναζητήσεις έχουν ιδιαίτερα «ανορθόδοξο» χαρακτήρα. Στις ενστάσεις για την επιλογή του όρου αυτού συμπεριλαμβάνονται και οι εκτιμήσεις ότι πρόκειται για έννοια υπέρμετρα ευρεία, θολή και απροσδιόριστη και για αυτούς τους λόγους αναποτελεσματική όσον αφορά στη περιγραφή κοινωνικών φαινομένων (Παπαδοπούλου, Δ. 2002^α).

Επιχειρώντας μία γενική ερμηνεία της έννοιας του κοινωνικού αποκλεισμού θα λέγαμε πως περιγράφουμε με αυτό τον όρο μια ή περισσότερες διαδικασίες που πραγματοποιούνται σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο σε μια ορισμένη κοινωνία και έχουν ως τελικό αποτέλεσμα την συστηματική αδυναμία άσκησης κοινωνικών δικαιωμάτων ή την αδυναμία απόλαυσης κοινωνικών αγαθών/ ευεργετημάτων ή την αδυναμία πρόσβασης στις κοινωνικές λειτουργίες εξαιτίας μιας ιδιότητας ή και μιας κατάστασης ή και απλά ενός χαρακτηριστικού, που συγκεντρώνονται στο πρόσωπο ενός ατόμου, η ύπαρξη των οποίων το κατατάσσουν ενδεχομένως σε μία ή περισσότερες κοινωνικές ομάδες, ενώ η απουσία τους θα απέτρεπε κατά πάσα πιθανότητα την εμφάνιση του τελικού αυτού αποτελέσματος ως κοινωνικό φαινόμενο.

Βέβαια ως έννοια, όπως φαίνεται να χρησιμοποιείται σήμερα στη θεωρία και την πρακτική, ο κοινωνικός αποκλεισμός αναφέρεται σε τρία διαφορετικά επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο, το πιο εμφανές και ίσως κοινωνικά πιο ανώδυνο, είναι το οικονομικό: η παρεμπόδιση συμμετοχής στον κοινωνικό πλούτο. Το δεύτερο επίπεδο είναι το νομικό: η αποστέρηση της νομικής προστασίας και επομένως η αδυναμία

ενεργοποίησης ενός δικαιώματος. Τέλος, το τρίτο επίπεδο είναι το κοινωνικό: ο χαρακτηρισμός και η συνακόλουθη περιθωριοποίηση. Και στα τρία επίπεδα ο όρος εκφράζει δύο διαφορετικά πράγματα: μια κατάσταση και μια διαδικασία. Έχει, δηλαδή, μια στατική και μια δυναμική μορφή (Τσαούσης, Δ. 2002).

«Κοινωνικός αποκλεισμός» με τον ορισμό αυτό είναι μια διαφορετική έννοια από εκείνες της φτώχειας και της περιθωριοποίησης. Κοινωνικός αποκλεισμός είναι η παρεμπόδιση απορρόφησης κοινωνικών και δημόσιων αγαθών, όπως είναι π.χ. αυτά της εκπαίδευσης, του συστήματος υγειονομικής περίθαλψης, της επίσκεψης σε ένα μουσείο κλπ., η έλλειψη των οποίων οδηγεί συνήθως και στην οικονομική ανέχεια και στην περιθωριοποίηση. Ο όρος «κοινωνικός αποκλεισμός» χαρακτηρίζει, δηλαδή, τόσο μία κατάσταση όσο και μία διαδικασία (Τσιάκαλος, Γ. 2002). Το ίδιο μπορούμε να πούμε ότι συμβαίνει και σε μια σειρά από άλλες δραστηριότητες. Έτσι λοιπόν, όποιο άτομο επισκέπτεται ένα θέατρο που επιδοτείται από το κράτος ή επισκέπτεται ένα μουσείο, αυτό απορροφά ένα μέρος του δημόσιου και κοινωνικού πλούτου. Παρομοίως χρησιμοποιεί δημόσιο και κοινωνικό πλούτο όποιο άτομο έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει ένα σύστημα υγείας στο οποίο επενδύονται υψηλά ποσά. Ή όποιο έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί για τις απαραίτητες μετακινήσεις του ένα πρόσφορο οδικό σύστημα ή ένα πρόσφορο επιδοτούμενο σύστημα δημόσιων συγκοινωνιών (Τσιάκαλος, Γ. 2002).

Ο αποκλεισμός από τα αγαθά της εκπαίδευσης, της υγειονομικής περίθαλψης, ακόμη και της πρόσβασης σε ένα μουσείο δεν αποτελεί για την κοινωνία νέο φαινόμενο, υπήρχε και σε παλαιότερες εποχές, ήταν θεσμοθετημένος με μεγαλύτερη αυστηρότητα και αποτελούσε σημαντική αιτία για την εξαθλίωση ολόκληρων κοινωνικών τάξεων. Μάλιστα, σε παλαιότερες εποχές ήταν θεσμοθετημένη η ένταξη ενός ατόμου στη μεγάλη ομάδα των φτωχών και εξαθλιωμένων και ήταν θεσμοθετημένος ο αποκλεισμός του από τη σχετικά μικρή ομάδα των ευημερούντων.

Βέβαια, το χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τη σημερινή από την προηγούμενη κατάσταση βρίσκεται στο γεγονός ότι σήμερα υπάρχει η έννοια του «δημόσιου πλούτου», ως το σύνολο των αγαθών στα οποία έχουν πρόσβαση όλοι οι άνθρωποι που ζουν σε μια χώρα. Ο δημόσιος χαρακτήρας ορισμένων αγαθών κατοχυρώνεται μάλιστα στους συνταγματικούς χάρτες των περισσοτέρων χωρών, όπως πολύ χαρακτηριστικά συμβαίνει με το αγαθό της εκπαίδευσης. Ουσιαστικά στις μέρες μας

δεν είναι δυνατόν να φανταστούμε την περίπτωση οργανωμένης κοινωνίας χωρίς την έννοια του δημόσιου και κοινωνικού πλούτου. Αυτό το οποίο πολύ καλά μπορούμε να φανταστούμε, καθώς συχνά το προτείνουν επιστήμονες και το επιχειρούν κυβερνήσεις, είναι οι περιορισμοί στο δημόσιο χαρακτήρα κάποιων αγαθών μέσω των περικοπών στον κοινωνικό χαρακτήρα τους. Αυτό, όμως είναι ακριβώς εκείνο που δημιουργεί την αντίληψη περί κοινωνικού αποκλεισμού ως ένα σημαντικό φαινόμενο της εποχής μας (Κασιμάτη, Κ. 1998).

4.2.1 Αντιμετώπιση και Καταπολέμηση Κοινωνικού Αποκλεισμού

Η κατανόηση της έννοιας του κοινωνικού αποκλεισμού θεωρείται σημαντική σε κάθε συζήτηση που αφορά στην κοινωνική ένταξη. Ο κοινωνικός αποκλεισμός μπορεί να πάρει πολλές μορφές. Μπορεί να είναι άμεσος ή έμμεσος και μπορεί να περιέχει ολόκληρες ομάδες ανθρώπων ή/και μεμονωμένα άτομα. Έχει τις ρίζες του στις οικονομικές ανισότητες, αλλά και σε ανισότητες ταξικές, φυλετικές και φύλου. Έχει, επιπλέον, συχνά φυσική διάσταση, καθώς σχετίζεται με αναπηρίες ή φυσικά εμπόδια, όπως η περιοχή στην οποία κατοικεί κάποιος, η απόσταση που πρέπει να διανύσει για να έχει πρόσβαση σε πολιτιστικά ή εκπαιδευτικά αγαθά, αλλά και η απομόνωση κάθε είδους. Προκειμένου τα μουσεία να ανταποκριθούν σε ζητήματα κοινωνικού αποκλεισμού και να στοχεύσουν στη διεύρυνση του κοινού τους ποιοτικά και ποσοτικά, ακολούθησαν μία σειρά από πρακτικά αλλά και ουσιαστικά βήματα. Η αναγνώριση και εξάλειψη των ιδρυματικών εμποδίων είναι ένα τέτοιο πρώτο βήμα. Τέτοιου είδους εμπόδια είναι:

1. τα εισιτήρια εισόδου που κάνουν τα μουσεία και τους συναφείς χώρους μη προσπελάσιμους από εκείνους που έχουν χαμηλά εισοδήματα
2. οι περιοριστικές ώρες που είναι ανοικτά τα μουσεία για το κοινό, καθώς δεν επιτρέπουν σε εργαζόμενους να εντάξουν επισκέψεις στο καθημερινό πρόγραμμά τους
3. το μη κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό που με τη συμπεριφορά και την εν γένει στάση του προς τους επισκέπτες μπορεί να αποτελέσει αποτρεπτικό παράγοντα (π.χ. φύλακες που δεν δείχνουν κατανόηση για μικρά παιδιά ή «κρίνουν» τους επισκέπτες με βάση εξωτερικά χαρακτηριστικά, προσωπικό ιδιαίτερος αυστηρό στον τόνο και τη συμπεριφορά του κλπ.)
4. οι ακατάλληλοι κανόνες και κανονισμοί που συχνά είναι ακατανόητοι από ανθρώπους που δεν έχουν συνηθίσει τη μουσειακή πειθαρχία

5. εκθέσεις που δεν αντανακλούν την πολλαπλότητα των κοινοτήτων ή τα διαφορετικά μαθησιακά χαρακτηριστικά
6. κακή σήμανση που συχνά οδηγεί σε αίσθημα απώλειας προσανατολισμού (ιδιαίτερως ανθρώπους με χαμηλή αυτοπεποίθηση που δεν αισθάνονται άνετα στους μουσειακούς χώρους)
7. απουσία επαρκών διευκολύνσεων για ανθρώπους με προβλήματα κίνησης και άλλες φυσικές αναπηρίες (π.χ. ράμπες πρόσβασης, εναλλακτικές μορφές υπομνηματισμού κλπ.) (Gibbs, K. 2007).

Ωστόσο αυτά τα πρακτικά βήματα δεν έχουν αποτέλεσμα αν δεν συνδέονται με ευρύτερες και ουσιαστικότερες αλλαγές στην αντίληψη, τη νοοτροπία και τον προγραμματισμό των πολιτιστικών φορέων, όπως τις περιγράψαμε παραπάνω στο πλαίσιο του «συμμετοχικού μουσείου». Τα μουσεία μπορούν να δείξουν τη δέσμευσή τους στην ενίσχυση της κοινωνικής συμμετοχής και την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού με τον ορισμό συγκεκριμένων στόχων για τη διεύρυνση του κοινού τους, τον εντοπισμό στόχων κοινωνικής ένταξης, τη δημιουργία μετρήσιμων όρων επιτυχίας και την αξιολόγηση, ανανέωση και παρακολούθηση των προγραμμάτων και των εξελίξεων. Μια μακροχρόνια πολιτική κοινωνικής ένταξης μπορεί να έχει σημαντικά αποτελέσματα για μια κοινωνία συνολικά (Gibbs, K. 2007).

Στο ίδιο πλαίσιο είναι απαραίτητο να τίθεται εξ αρχής ως προτεραιότητα η ανάγκη αλλαγής της πολιτιστικής πολιτικής και λειτουργίας των μουσείων. Το να βάλει κανείς στην καρδιά του μουσείου θέματα κοινωνικής ένταξης αλλά και ίσων ευκαιριών σημαίνει τη δημιουργία συνεργασιών με εκπροσώπους των αποκλεισμένων ομάδων, και παράλληλα τη διαπραγμάτευση μερικών από τις παραδοσιακές αξίες και πρακτικές των μουσείων. Η πολιτισμική αλλαγή στην οποία αναφερόμαστε μπορεί να αναπτυχθεί μέσω ενός συνδυασμού εκπαίδευσης του προσωπικού, ανάπτυξης των δυνατοτήτων του και υποστήριξης αυτού για την καλύτερη κατανόηση και συνεπώς τη μέγιστη

βελτίωση της απόδοσής του κατά τη συνεργασία ιδιαιτέρως με κοινότητες και επισκέπτες που ανήκουν σε κοινωνικά αποκλεισμένες ομάδες (Gibbs, K. 2007).

Τα μουσεία είναι κριτήριο αξιολόγησης του πολιτιστικού και του κοινωνικού επιπέδου μιας χώρας, με ιδιαίτερη σημασία σε ότι αφορά την άμεση επαφή με την ιστορία, την παράδοση, τις καλές τέχνες κ.λπ. Για να είναι προσιτά πρέπει να διαθέτουν τις εξής εξυπηρετήσεις (Πολυχρονίου, ό.π.):

1. να υπάρχουν θέσεις στάθμευσης για τα άτομα με ειδικές ανάγκες,
2. να υπάρχει χώρος ελεύθερος, κατά προτίμηση στεγασμένος, για στάση μικρού αυτοκινήτου μπροστά στην είσοδο για την αποβίβαση ή την επιβίβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες,
3. μία είσοδος, κατά προτίμηση η κύρια, να είναι κατάλληλη για αμαξίδια και να υπάρχει χώρος όπου θα διατίθενται αμαξίδια σε όσους ζητήσουν,
4. σε όλους τους χώρους τού μουσείου να υπάρχουν διαδρομές, τουλάχιστον 1,5 μ. πλάτος, ελεύθερες εμποδίων, κεκλιμένα επίπεδα, κατάλληλα κατασκευασμένοι ανελκυστήρες εφόσον υπάρχουν όροφοι, άπλετος φωτισμός, χρωματικές διαφορές στα κουφώματα, τα έπιπλα, τα εμπόδια κ.λπ.,
5. τα ευρήματα να είναι κατάλληλα τοποθετημένα, ορατά από όλους με επεξηγηματικές πινακίδες, εύκολα προσεγγίσιμες, σύντομες, χωρίς αντανakλαστικό υλικό και με μεγάλα γράμματα,
6. να υπάρχουν χώροι υγιεινής με εξοπλισμό κατάλληλο για τα άτομα με ειδικές ανάγκες,
7. οι τηλεφωνικές συσκευές και οποιοσδήποτε άλλος εξοπλισμός να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους επισκέπτες,
8. ο περιβάλλον χώρος να είναι προσεγγίσιμος,
9. να υπάρχει σήμανση ώστε να είναι εύκολα αναγνωρίσιμοι οι χώροι,
10. απαιτείται, επίσης, αστική υποδομή στην εξυπηρέτηση των ατόμων με ειδικές ανάγκες, συντονισμένη συνεργασία ατόμων διαφόρων ειδικοτήτων, εκπαίδευση του φυλακτικού προσωπικού.

Τα μουσεία για τη σωστή λειτουργία τους και εξυπηρέτηση των στόχων τους επιβάλλεται να έχουν, μεταξύ των άλλων τμημάτων, και Τμήμα Εκπαίδευσης, το οποίο θα συντονίζει όλες τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες και θα διοργανώνει

σεμινάρια, επισκέψεις, ξεναγήσεις, προβολές κ.λπ. Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών προγραμμάτων θα πρέπει να λειτουργούν μαθήματα και εργαστήρια, οικογενειακά προγράμματα, προγράμματα για σχολεία, προγράμματα τόσο για νέους όσο και για ηλικιωμένους, διαλέξεις, φεστιβάλ, συναυλίες κ.λπ. (Μιχαηλίδου, Μ. 2002).

Η πολιτισμική κληρονομιά και κατ' επέκταση τα μουσεία παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημιουργία της αίσθησης του « ανήκειν ». Περιλαμβάνουν τόσο τα υλικά όσο και τα άυλα τεκμήρια της ιστορίας: μνημεία, μουσική, αντικείμενα, αρχιτεκτονική, αρχεία, τοπία, χοροί, προφορικές ιστορίες, φωτογραφίες και συνταγές είναι όλα τμήμα τους. Όλα μαζί τα στοιχεία αυτά αποτελούν τμήμα της «πολιτισμικής σκευής» που όλοι οι άνθρωποι μεταφέρουν μαζί τους ως συστατικά στοιχεία της προσωπικής και συλλογικής τους ταυτότητας. Ό,τι μετρά ως πολιτισμός είναι οι συνέπειες μιας δυναμικής διαδικασίας. Δίνει νόημα και αξία σε αντικείμενα και ιδέες.

Οι άνθρωποι που μοιράζονται συνθήκες, περιστάσεις και εμπειρίες δημιουργούν μια κοινή πολιτισμική κουλτούρα. Την ίδια ώρα, κάθε άτομο μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από μία ομάδες. Κάποιες φορές το άτομο επιλέγει να ανήκει σε μια συγκεκριμένη ομάδα, για παράδειγμα σε μία επαγγελματική ομάδα. Καθένας, όμως, γεννιέται μέσα σε διάφορες ομάδες, για παράδειγμα, οικογένεια, έθνος, φύλο ή εθνότητα. Αυτές οι πλευρές –χρώμα δέρματος, φύλο, φυλή κλπ.– είναι δεδομένες. Παράλληλα όμως είναι ανοικτές σε διαφορετικά νοήματα ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται και η νοηματοδότησή τους αλλάζει σε συνάρτηση με τις ιδέες και τις αξίες, τα έθιμα και τις καθημερινές πρακτικές. Τα άτομα μπορεί να γεννιούνται θηλυκά, για παράδειγμα, αλλά μαθαίνουν τον ρόλο του φύλου τους μέσα από την κοινότητα. Σε διαφορετικές κοινότητες ή εποχές, οι ρόλοι που μαθαίνει κανείς μπορεί να πάρουν διαφορετικές μορφές και νοήματα. Τα τελευταία χρόνια πρωτοβουλίες προς τη λογική της συμμετοχικής λειτουργίας του μουσείου και της συνεργασίας με διαφορετικούς κοινωνικούς φορείς κερδίζουν έδαφος και στην Ελλάδα και ολοένα περισσότερα μουσεία αναλαμβάνουν συναφείς πρωτοβουλίες με κοινό στόχο την απαίτηση της κοινωνίας για την αντιμετώπιση και καταπολέμηση του φαινομένου του κοινωνικού αποκλεισμού. (Μπούνια, Α. 2015)

Σκοπός και Μεθοδολογία Έρευνας (Ερωτηματολόγιο)

5.1 Στόχος και Αντικείμενο Έρευνας

Συνοψίζοντας τις παραπάνω πληροφορίες καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως οι απαιτήσεις του κοινωνικού συνόλου από τους πολιτιστικούς φορείς, όπως τα μουσεία είναι μεγάλες. Για αυτό το λόγο εμείς μελετήσαμε την επισκεψιμότητα των μουσείων αλλά και την σχέση της τοπικής κοινωνίας με αυτά.

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της πτυχιακής εργασίας και έγινε για μη κερδοσκοπικούς σκοπούς. Στόχος της έρευνας είναι, η διεξαγωγή συμπερασμάτων όσον αφορά τον αριθμό των επισκεπτών των μουσείων και τους λόγους για τους οποίους τα επισκέπτονται καθώς και τις παρατηρήσεις και απαιτήσεις της τοπικής κοινωνίας και πιο συγκεκριμένα της Κέρκυρας. Για την πραγματοποίηση της έρευνας σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο, προκειμένου να συλλεχθούν πληροφορίες που παρουσιάζονται στη συνέχεια.

5.2 Μέθοδος Συλλογής και Επεξεργασίας

Έχει παρατηρηθεί ότι πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν τα ερωτηματολόγια για συλλογή δεδομένων χωρίς να έχουν προηγουμένως θεωρήσει άλλες μεθόδους όπως δευτερογενείς πηγές πληροφοριών, άμεση παρατήρηση κλπ. Η υπόδειξη είναι ότι, πρέπει να θεωρούνται όλες οι μέθοδοι συλλογής δεδομένων και να επιλέγεται εκείνη που κρίνεται ως η πλέον κατάλληλη για τους σκοπούς και τις ερωτήσεις της έρευνας.

Με τα ερωτηματολόγια συλλέγονται δεδομένα ζητώντας από ανθρώπους να απαντήσουν σε ακριβώς το ίδιο σύνολο ερωτήσεων. Χρησιμοποιούνται συνήθως στα πλαίσια μιας ερευνητικής στρατηγικής προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά και επεξηγηματικά δεδομένα για απόψεις, συμπεριφορές, χαρακτηριστικά, στάσεις κλπ. Μολονότι υπάρχουν διάφοροι ορισμοί (Kervin, L. 1999 & Bell, M. 1999) χρησιμοποιούμε το ερωτηματολόγιο σαν ένα γενικό όρο που περιλαμβάνει τεχνικές συλλογής δεδομένων όπου κάθε ερωτώμενος απαντά στο ίδιο σύνολο ερωτήσεων με προκαθορισμένη σειρά. Περιλαμβάνει επομένως προσωπικές συνεντεύξεις, τηλεφωνικές και ερωτηματολόγια με την ταχυδρομική μέθοδο.

Οι τεχνικές δειγματοληψίας είναι ένα σύνολο μεθόδων που επιτρέπει να μειώσουμε το μέγεθος των δεδομένων που πρέπει να συλλεχθούν θεωρώντας δεδομένα από υποομάδες παρά από όλες τις δυνατές περιπτώσεις. Προκειμένου να επιλέξουμε, από τον πληθυσμό που ερευνούμε, το δείγμα που θα εξετασθεί πρέπει να ορίσουμε τον πληθυσμό σαν ένα σύνολο κατάλληλων μονάδων οι οποίες ονομάζονται δειγματοληπτικές μονάδες. Η δειγματοληπτική μονάδα, ανάλογα με την έρευνα, μπορεί να αναφέρεται σε φυσικά πρόσωπα, αντικείμενα ή γεγονότα.

Οι τεχνικές δειγματοληψίας διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, τη δειγματοληψία με πιθανότητες ή αντιπροσωπευτική δειγματοληψία και τη δειγματοληψία χωρίς πιθανότητες ή δειγματοληψία κρίσης. Η πρώτη περίπτωση περιλαμβάνει τεχνικές όπως η απλή τυχαία δειγματοληψία, η δειγματοληψία κατά στρώματα, κατά ομάδες κλπ ενώ στη δεύτερη εντάσσονται τεχνικές όπως η δειγματοληψία ποσοστών, η δειγματοληψία της χιονόμπαλας κλπ.

Συγκεκριμένα, για την διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η απλή τυχαία δειγματοληψία η οποία είναι, ίσως, η πιο γνωστή μέθοδος για την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος. Χαρακτηριστικό της μεθόδου αυτής είναι ότι η κάθε μονάδα μπορεί να επιλεγεί στο δείγμα οδηγώντας μας έτσι σε ένα αντιπροσωπευτικό

δείγμα του υπό έρευνα πληθυσμού και συνεπώς τα αποτελέσματα είναι γενικεύσιμα προς τον πληθυσμό.

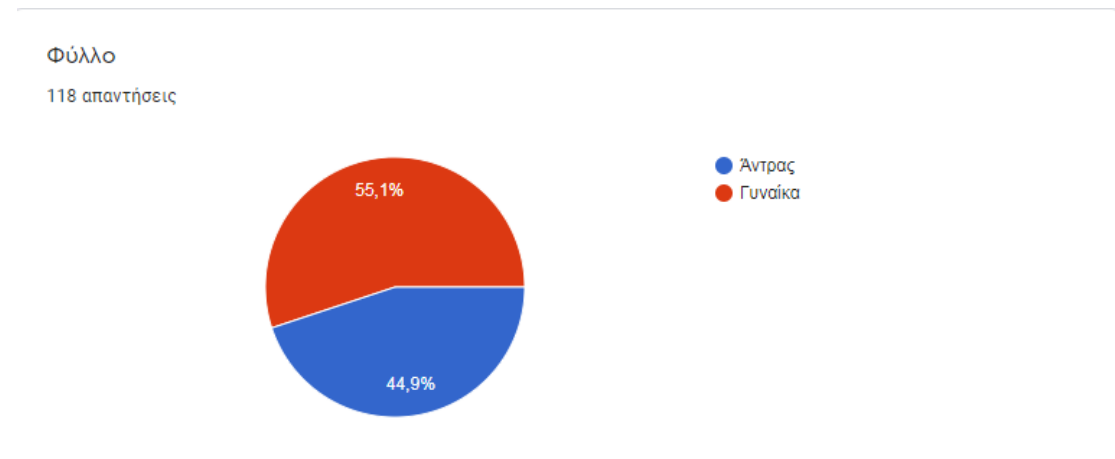
Η απογραφή των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά μέσω της Google Form με στόχο να απαντηθεί από μια αντιπροσωπευτική ομάδα του πληθυσμού και πιο συγκεκριμένα από 118 άτομα ενώ ήταν διαθέσιμο για τουλάχιστον μία εβδομάδα.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε αποτελείται από ένα κύριο κορμό 11 ερωτήσεων που μετρούν την ικανοποίηση των επισκεπτών των μουσείων σχετικά με το περιεχόμενο των ερωτήσεων χρησιμοποιώντας βαθμιδωτές κλίμακες προκαθορισμένων απαντήσεων με εξαίρεση 2 ερωτήσεις σύντομης απάντησης. Για όλες τις κλίμακες χρησιμοποιήθηκαν οι αριθμοί 1-5, οι οποίοι προσδιορίζουν την ένταση. (καθόλου- λίγο – μέτρια – πολύ – πάρα πολύ) Στην αρχή υπάρχουν οι δημογραφικές ερωτήσεις γενικού περιεχομένου.

5.3 Ανάλυση Αποτελεσμάτων

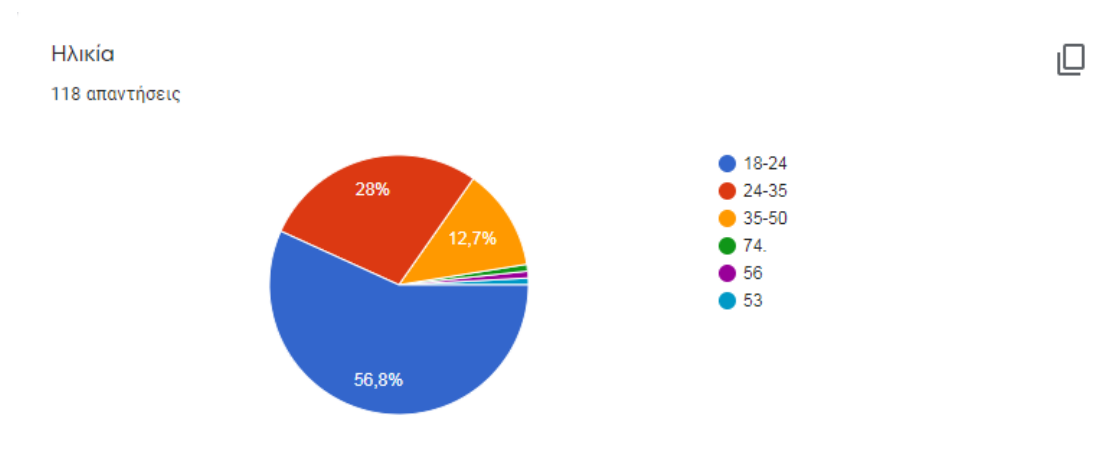
Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παράθεση και ανάλυση των στατιστικών αποτελεσμάτων της έρευνας όσον αναφορά τα γενικά στοιχεία των ατόμων του δείγματος που συμμετείχαν καθώς επίσης και των γραφημάτων που αναλύουν την ικανοποίησή τους μέσω των κριτηρίων που του θέσαμε.

Στο παρακάτω 5.3.1 κυκλικό σχεδιάγραμμα διακρίνονται τα ποσοστά των αντρών και των γυναικών που συμμετείχαν στην έρευνα.



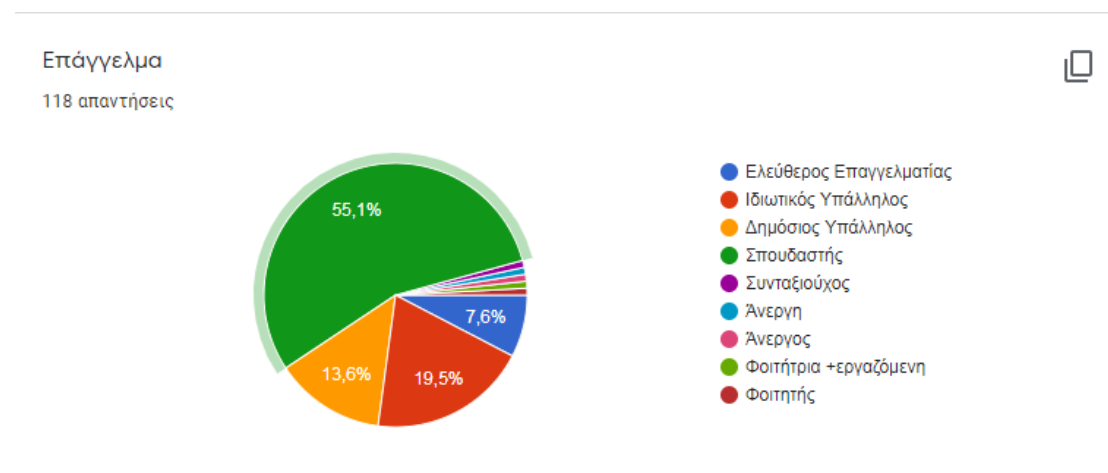
Εικόνα 5.3.1 Φύλλο ερωτηθέντων ατόμων

Επίσης το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 67 άτομα 18-24 ετών, 33 άτομα 24-35 ετών, 15 άτομα 35-50 ετών, 1 άτομο 53 ετών, 1 άτομο 56 ετών και ένα άτομο 74 ετών. Οι ηλικίες παρουσιάζονται στο παρακάτω κυκλικό σχεδιάγραμμα.



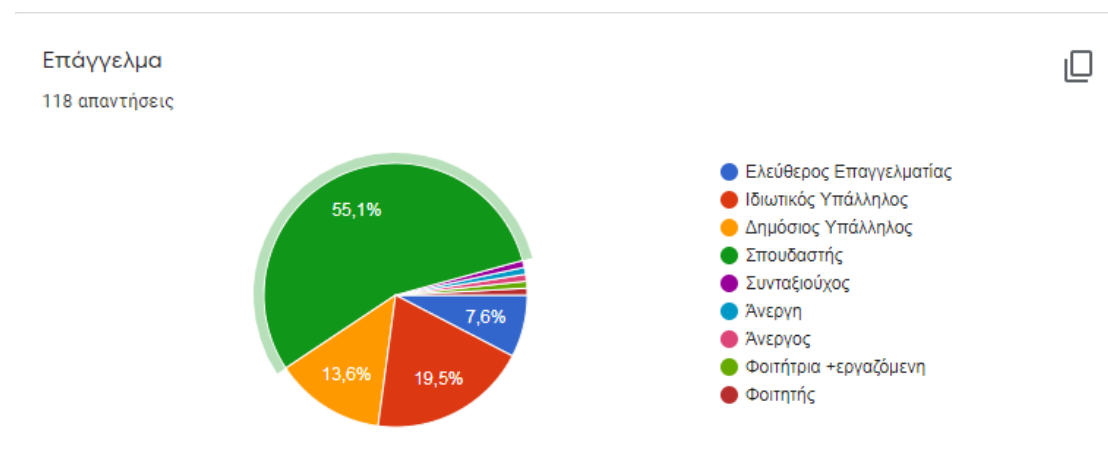
Εικόνα 5.3.2 Ηλικία ερωτηθέντων ατόμων

Παρακάτω δίνεται κυκλικό σχεδιάγραμμα της επαγγελματικής κατάστασης των ερωτηθέντων ατόμων. Η έρευνα έδωσε τα ακόλουθα αποτελέσματα 65 σπουδαστές, 23 ιδιωτικοί υπάλληλοι, 16 δημόσιοι υπάλληλοι, 9 ελεύθερη επαγγελματίες, 2 άνεργοι, 2 φοιτητές και 1 συνταξιούχο.



Εικόνα 5.3.3 Επάγγελμα ερωτηθέντων ατόμων

Αναφορικά με την εκπαιδευτική κατάρτιση των ερωτηθέντων ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα διακρίνουμε στην εικόνα 5.3.4 πως το μεγαλύτερο ποσοστό 59,3% είναι απόφοιτοι Α.Ε.Ι ή Τ.Ε.Ι, ενώ ακολουθούν με ποσοστό 24,6% οι απόφοιτοι λυκείου, 12,7% των ερωτηθέντων ατόμων έχουν κάνει μεταπτυχιακή εκπαίδευση και 1% όσοι έχουν φοιτήσει σε δημόσιο ή ιδιωτικό Ι.Ε.Κ και κάτοχος διδακτορικού.



Εικόνα 5.3.4 Εκπαίδευση ερωτηθέντων ατόμων

Στην εικόνα 5.3.4 βλέπουμε ενδεικτικές απαντήσεις των ερωτηθέντων ατόμων της πρώτης ερώτησης του ερωτηματολογίου όπου τους ζητήθηκε να δώσουν μία σύντομη

απάντηση σχετικά με τους λόγους για τους οποίους πιστεύουν πως οι επισκέπτες των μουσείων είναι ελάχιστοι. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους λοιπόν μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων ατόμων ανέφεραν πως υπάρχει έλλειψη ενδιαφέροντος για την πολιτισμική κληρονομιά, ελλιπής ενημέρωση από το εκπαιδευτικό σύστημα, έλλειψη γνώσεων και χαμηλό μορφωτικό επίπεδο καθώς επίσης πολλοί σχολίασαν τον απαρχαιωμένο τρόπο ανάδειξης των εκθεμάτων και του μη ελκυστικού και εκσυγχρονισμένου περιβάλλοντος.

Γιατί θεωρείτε είναι ελάχιστοι οι επισκέπτες των μουσείων;

118 απαντήσεις

Γιατί δεν έχουμε την κατάλληλη παιδεία.

Γιατί μπορεί είτε να μην τους ενδιαφέρει επαρκώς αυτό που βλέπουν, ή μπορεί το μουσείο να μην το αναδεικνύει πλήρως.

Ο κόσμος δεν ενδιαφέρεται αρκετά για την ιστορία.

Απουσία ενδιαφέροντος εξαιτίας ελλειπών ιστορικών γνώσεων

Για πολλούς λόγους που σχετίζονται κυρίως με τον τρόπο που λειτουργεί η εκπαίδευση στην Ελλάδα.

Καθώς θεωρείται κάτι ξεπερασμένο και βαρετό, ο κόσμος θεωρεί άλλου είδους δραστηριότητες ως ψυχαγωγία.

Διότι τα μουσεία για πολλά χρόνια απευθύνονταν σε αρχαιολογούς ή άλλους ειδικούς επιστήμονες. Τα τελευταία χρόνια άρχισαν να απευθύνονται στο ευρύ κοινό ωστόσο η αίσθηση ελιτισμού που υπάρχει μέσα σε κάποια από αυτά πχ. Μπενάκη, Γουλιανδρή κτλ. Είναι διάχυτη.

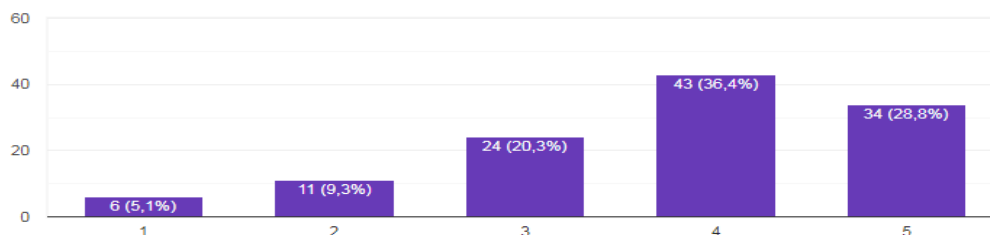
καθώς τους κουράζει η διαδικασία της σκέψης, έχουν συνηθίσει την εύκολη διασκέδαση

Εικόνα 5.3.4 Γιατί θεωρείτε είναι ελάχιστοι οι επισκέπτες των μουσείων;

Στη δεύτερη κατά σειρά ερώτηση για το ένα θεωρούν πως το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου είναι παράγοντας επισκεψιμότητας στα μουσεία όπως παρουσιάζεται και στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.5 τα αποτελέσματα μας έδειξαν ότι 43 από τα 118 ερωτηθέντα άτομα δηλαδή το 36,4% θεωρούν πως διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο το μορφωτικό επίπεδο 34 άτομα από τους ερωτηθέντες (28,8%) απάντησε πάρα πολύ, 24 ερωτηθέντα άτομα (20,3%) πιστεύουν πως ίσως και να επηρεάζει την επισκεψιμότητα, ενώ μόλις 6 άτομα των ερωτηθέντων (5,1%) θεωρεί πως το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου δεν αποτελεί παράγοντα επισκεψιμότητας.

Θεωρείτε το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου είναι παράγοντας επισκεψιμότητας στα μουσεία;

118 απαντήσεις

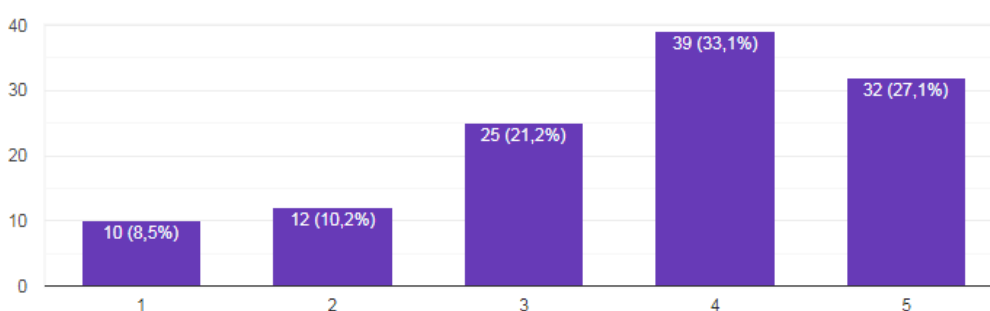


Εικόνα 5.3.5 Θεωρείτε το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου είναι παράγοντας επισκεψιμότητας στα μουσεία;

Όπως θα δούμε στο επόμενο ραβδόγραμμα που παρουσιάζεται στην εικόνα 5.3.6 και στην ερώτηση εάν το μουσείο είναι επιλογή για την ψυχαγωγία τους 39 από τα ερωτηθέντα άτομα, δηλαδή το 33,1% απάντησε πως είναι πολύ καλή επιλογή, 32 (27,1%) πάρα πολύ καλή επιλογή. Το ποσοστό που δεν αποτελεί ή αποτελεί μικρή πιθανότητα να επιλέξουν την επίσκεψη σε ένα μουσείο ως ψυχαγωγία κυμαίνεται από το 8,5% έως και το 10,2% στη δεύτερη περίπτωση. Αν και τα ποσοστά αυτά είναι μικρά, οφείλουμε να προτρέψουμε τους επισκέπτες να έχουν το χώρο του μουσείου ως επιλογή για ψυχαγωγία και να μειώσουμε στο ελάχιστο αυτά τα ποσοστά.

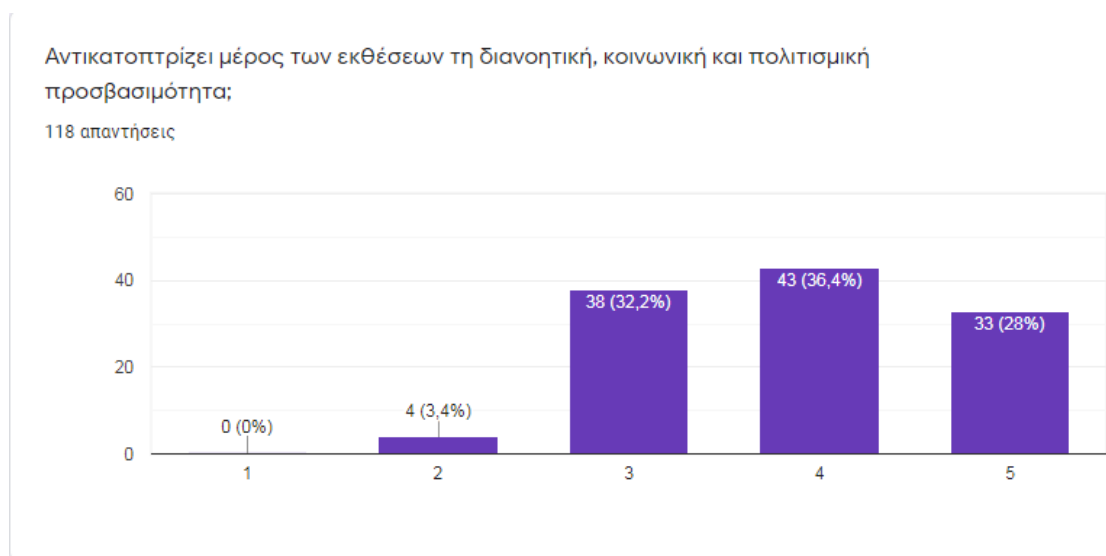
Είναι η επίσκεψη στο μουσείο επιλογή για την ψυχαγωγία σας;

118 απαντήσεις



Εικόνα 5.3.6 Είναι η επίσκεψη στο μουσείο επιλογή για την ψυχαγωγία σας;

Το επόμενο ερώτημα στο οποίο τους ζητήθηκε να απαντήσουν και θα παρουσιαστεί και στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.7 είναι αν αντικατοπτρίζει μέρος των εκθέσεων την διανοητική, κοινωνική και πολιτισμική προσβασιμότητα. Τα αποτελέσματα αυτής της ερώτησης δείχνουν πως το 36,4% πως είναι πολύ σημαντικό, το 28% πάρα πολύ ενώ το ποσοστό που απάντησε καθόλου ήταν μηδενικό.



Εικόνα 5.3.7 Αντικατοπτρίζει μέρος των εκθέσεων τη διανοητική, κοινωνική και πολιτισμική προσβασιμότητα;

Στην Πέμπτη ερώτηση, η οποία είναι η δεύτερη ερώτηση σύντομης απάντησης, για το ένα θεωρούν πως η ισότιμη συνεργασία της τοπικής κοινωνίας και των μουσείων είναι σε θέση να αποβάλλουν την στερεοτυπική άποψη πως το μορφωτικό επίπεδο του επισκέπτη πρέπει να είναι ανάλογο του χώρου τον οποίο επισκέπτονται, δίνονται ενδεικτικές απαντήσεις των ερωτηθέντων ατόμων στην εικόνα 5.3.8. Από τα παρακάτω αποτελέσματα συμπεραίνουμε, ότι οι περισσότεροι συμφώνησαν στο γεγονός ότι το μουσείο θα πρέπει να είναι το μέσο και ο φορέας εξάλειψης τέτοιων απόψεων, αλλά όχι να περιορίζει τον επισκέπτη παρά μόνο να απευθύνεται σε όλα τα μορφωτικά επίπεδα. Επίσης δεν ήταν λίγοι εκείνοι που μας διευκρίνισαν ότι δεν παρατηρούν αξιόλογες προσπάθειες ώστε να καταλάβει το ευρύ κοινό πως το μουσείο δεν αποτελεί την ολοκληρωμένη γνώση αλλά την αφορμή για την αναζήτηση αυτής. Ο επισκέπτης γίνεται επισκέπτης μόνο με τα ανάλογα ερεθίσματα που θα τον κάνουν να θέλει να επισκεφτεί ένα μουσειακό χώρο, ο οποίος με τη σειρά του θα αποτελέσει εφαλτήριο για να αναζητήσει περαιτέρω γνώση ο άνθρωπος.

Θεωρείτε πως η ισότιμη συνεργασία μουσείων και τοπικής κοινωνίας είναι σε θέση να αποβάλλει την στερεοτυπική άποψη πως το μορφωτικό επίπεδο του επισκέπτη πρέπει να είναι ανάλογο του χώρου τον οποίο επισκέπτεται;

118 απαντήσεις

πως θα μπορούσε:

Με δυσκολία αλλά πάντα είναι σημαντική η προσπάθεια

οχι απόλυτα

Φυσικά και είναι σε θέση με τις κατάλληλες ενέργειες θα μπορούσαν να αποβάλλουν αυτή την άποψη στο κοινό

Δεν θεωρώ ότι πρέπει να είναι ανάλογο. Αντιθέτως το μουσείο πρέπει να λειτουργεί σαν σχολείο για όλους και να προσφέρει γνώσεις, πληροφορίες και ψυχαγωγία

Είναι σημαντική η παραπάνω συνεργασία ούτως ώστε να να προσδιοριστεί ξανά αυτή η άποψη.

Όχι..

Η τοπικές κοινωνίες καθώς και το κράτος μπορούν να συμβάλουν σε ένα τέτοιο αποτέλεσμα ώστε να μπορούν τα μουσεία να απευθύνονται σε ανθρώπους κάθε κοινωνικού και μορφωτικού στρώματος

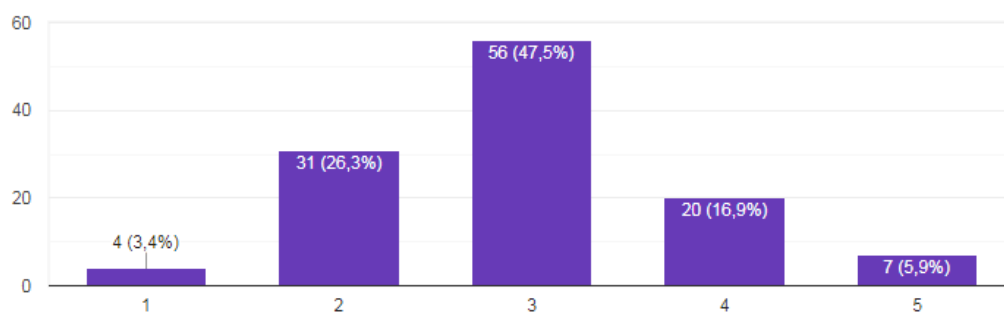
Εικόνα 5.3.8 Θεωρείτε πως η ισότιμη συνεργασία μουσείων και τοπικής κοινωνίας είναι σε θέση να αποβάλλει την στερεοτυπική άποψη πως το μορφωτικό επίπεδο του επισκέπτη πρέπει να είναι ανάλογο του χώρου τον οποίο επισκέπτεται;

Σε επόμενη ερώτηση ζητήθηκε από το δείγμα να μας απαντήσει αν ανταποκρίνονται οι μόνιμες εκθέσεις στις απαιτήσεις της τοπικής κοινωνίας. Στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.9 βλέπουμε πως το ποσοστό των ατόμων που θεωρούν πως δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις καθόλου, δηλαδή το 3,4% είναι σχετικά κοντά με το ποσοστό των ατόμων που απάντησαν πάρα πολύ, δηλαδή το 5,9%. Το 47,5% και το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν εκείνοι που απάντησαν μέτρια, ενώ ακολουθούν με 26,3% όσοι απάντησαν λίγο και 16,9% πολύ.

Εικόνα 5.3.9 Ανταποκρίνονται οι μόνιμες εκθέσεις των μουσείων στις προσδοκίες της τοπικής κοινωνίας;

Ανταποκρίνονται οι μόνιμες εκθέσεις των μουσείων στις προσδοκίες της τοπικής κοινωνίας;

118 απαντήσεις

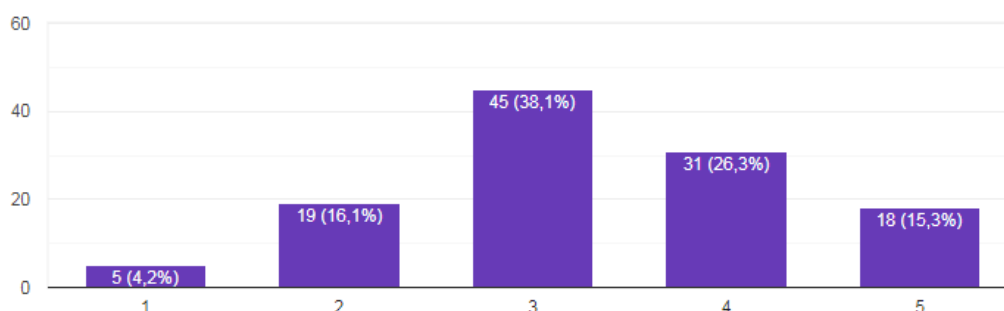


Έπειτα ζητήθηκε στα ερωτηθέντα άτομα να απαντήσουν στην ερώτηση, αν θεωρούν πως τα μουσεία της Κέρκυρας είναι φιλόξενα προς τον ντόπιο επισκέπτη. Όπως θα δούμε και στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.10 σχεδόν οι μισοί με ποσοστό 38,1% είναι σχετικά ικανοποιημένοι από τη φιλοξενία των μουσείων του νησιού. Το 26,3% και το 15,3% απάντησαν πολύ και πάρα πολύ αντίστοιχα ενώ μόνο το 4,2% από τους ερωτηθέντες θεωρούν ότι τα μουσεία της Κέρκυρας δεν είναι φιλόξενα προς το ντόπιο επισκέπτη πράγμα που είναι ευχάριστο αν αναλογιστούμε το πλήθος των μουσείων στο νησί.

Θεωρείτε πως τα μουσεία της Κέρκυρας είναι φιλόξενα προς τον ντόπιο επισκέπτη;



118 απαντήσεις

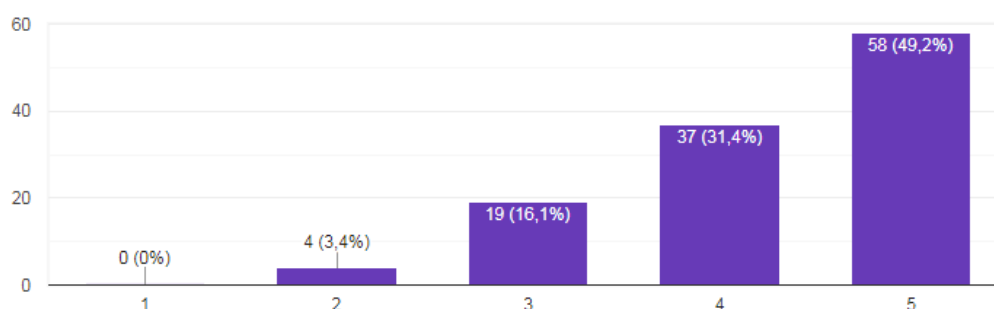


Εικόνα 5.3.10 Θεωρείτε πως τα μουσεία της Κέρκυρας είναι φιλόξενα προς τον ντόπιο επισκέπτη;

Στη συνέχεια και στην ερώτηση αν θα ήθελαν τα μουσεία της Κέρκυρας να διοργανώνουν περισσότερες περιοδικές εκθέσεις τα αποτελέσματα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά για την συμμετοχή του ντόπιου επισκέπτη καθώς όπως βλέπουμε και στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.11 το 49,2% και το 31,4% απάντησαν πάρα πολύ και πολύ αντίστοιχα. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι πως το ποσοστό των ερωτηθέντων ατόμων που απάντησαν καθόλου είναι μηδενικό.

Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να διοργανώνουν περισσότερες περιοδικές εκθέσεις;

118 απαντήσεις



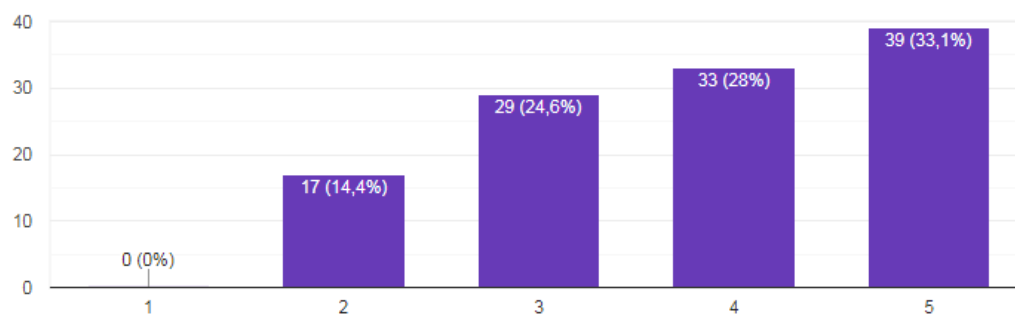
Εικόνα 5.3.11 Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να διοργανώνουν περισσότερες περιοδικές εκθέσεις;

Στην ένατη ερώτηση της έρευνας για τον τα μουσεία είναι παράγοντα οικονομικής συνεισφοράς στην τοπική κοινωνία, τα αποτελέσματα της οποίας δίνονται στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.12 παρατηρούμε πως το 33,1% και το 28% είπαν πάρα πολύ και πολύ και αυτό γιατί ίσως η Κέρκυρα αποτελεί αγαπημένο τουριστικό προορισμό όχι μόνο για τον εγχώριο επισκέπτη αλλά και για τον αλλοδαπό. Ωστόσο το ποσοστό που απάντησε πως τα μουσεία συνεισφέρουν λίγο στην οικονομία της τοπικής κοινωνίας είναι ιδιαίτερα αυξημένο αφού έφτασε το 14,4%. Παρ' όλα αυτά κανείς δεν πιστεύει ότι δεν αποτελούν οικονομικό παράγοντα συνεισφοράς στην τοπική κοινωνία εφόσον και πάλι το ποσοστό των ατόμων που απάντησε καθόλου είναι μηδενικό.

Θεωρείτε πως τα μουσεία συνεισφέρουν οικονομικά στην τοπική κοινωνία;



118 απαντήσεις



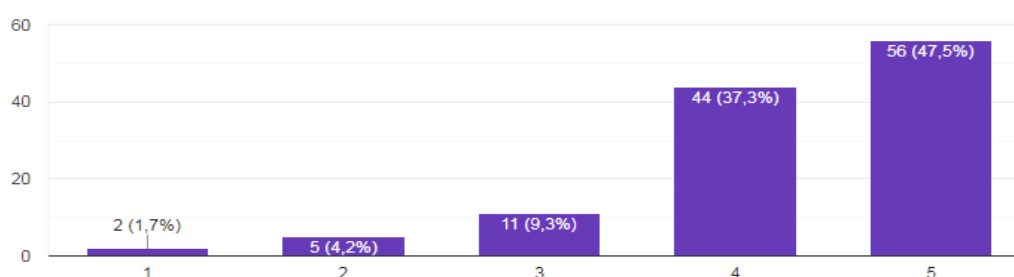
Εικόνα 5.3.12 Θεωρείτε πως τα μουσεία συνεισφέρουν οικονομικά στην τοπική κοινωνία;

Στο ραβδόγραμμα της εικόνας 5.3.13 δίνονται τα αποτελέσματα της ερώτησης αν κάποια παράλληλη πολιτισμική εκδήλωση θα αποτελούσε αφορμή για την επίσκεψη των ερωτηθέντων ατόμων σε ένα μουσείο. Αυτό που παρατηρούμε είναι πως περισσότεροι από του μισούς με ποσοστά 47,5% και 37,3% ήταν εκείνοι που απάντησαν πάρα πολύ και πολύ αντίστοιχα ενώ αξιοσημείωτο είναι το 1,7% , οι οποίοι μας είπαν πως δεν θα αποτελούσε κίνητρο για την επίσκεψη τους σε ένα μουσείο.

Η διοργάνωση μια παράλληλης πολιτισμικής εκδήλωσης θα αποτελούσε κίνητρο για την επίσκεψή σας σε ένα μουσείο;



118 απαντήσεις



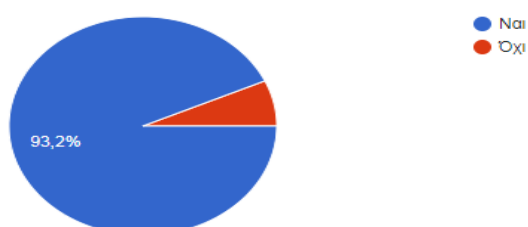
Εικόνα 5.3.13 Η διοργάνωση μιας παράλληλης πολιτισμικής εκδήλωσης θα αποτελούσε κίνητρο για την επίσκεψή σας σε ένα μουσείο;

Στο τελευταίο ερώτημα της έρευνας και όπως παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο κυκλικό σχεδιάγραμμα της εικόνας 5.3.14 για τον αν θα ήθελα τα μουσεία της Κέρκυρας να είναι πιο ενεργά στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, είναι ξεκάθαρα. Η συντριπτική πλειοψηφία με ποσοστό 93,2% απάντησε ναι ενώ το 6,8% είναι ικανοποιημένο με την παρουσία των μουσείων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, αφού απάντησε όχι.

Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να είναι περισσότερο ενεργά στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;



118 απαντήσεις



Εικόνα 5.3.14 Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να είναι περισσότερο ενεργά στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;

5.4 Συμπεράσματα

Ολοκληρώνοντας την έρευνα μας για την επισκεψιμότητά και την σχέση της τοπικής κοινωνίας, της Κέρκυρας, με τα μουσεία καταλήξαμε σε αποτελέσματα τα οποία παρουσιάζουν ως επί το πλείστον θετικά στοιχεία, αφήνοντας αιχμές για περιθώρια βελτίωσης σε ορισμένα σημεία. Καλό θα ήταν η έρευνα να χρησιμοποιηθεί για μελλοντικές ενέργειες εξέλιξης της σχέσης τους.

Ξεκινώντας από τα δημογραφικά συμπεράσματα καταλήγουμε στο γεγονός πως οι περισσότεροι επισκέπτες των μουσείων είναι νεαροί και μέση ηλικίας, σπουδαστές και ιδιωτικοί υπάλληλοι οι οποίοι έχουν λάβει τουλάχιστον πανεπιστημιακή εκπαίδευση. Μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων μας πληροφόρησε πως οι λόγοι των ελάχιστων επισκεπτών στα μουσεία δεν είναι μόνο η τιμή των εισιτηρίων, όπως πολύ θέλουν να πιστεύουν, αλλά η έλλειψη παιδείας που έχουμε ως χώρα λόγω του εκπαιδευτικού συστήματος. Αυτό έχει ως απόρροια την απουσία ενδιαφέροντος για την πολιτισμική κληρονομιά και των πολιτιστικών φορέων, μειώνοντας στο ελάχιστο την επιθυμία επίσκεψης σε ένα μουσείο. Παράλληλα μεγάλη αναφορά έγινε στην απάθεια των μουσείων να εκσυγχρονιστούν, ακολουθώντας τις παρωχημένες προσεγγίσεις παρουσίασης των εκθεμάτων και του ίδιου του μουσειακού χώρου, οδηγώντας έτσι την μουσειακή εμπειρία σε λιγότερο ενδιαφέρουσα επιλογή. Τα παραπάνω τα επιβεβαιώνουν και τα ποσοστά των απαντήσεων των ερωτηθέντων ατόμων των επόμενων δύο ερωτήσεων που αφορούσαν το αν το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου είναι παράγοντας επισκεψιμότητας, όπου το 36,4% απάντησε πολύ, επιβεβαιώνοντας πως το μουσείο είναι το εφελτήριο της γνώσης για τον επισκέπτη και όχι η πηγή. Η δεύτερη ερώτηση που επιβεβαιώνουν τα όσα προαναφέρθηκαν σχετίζεται με την επιλογή του μουσείου ως μέρος ψυχαγωγίας, όπου 33,1% μας απάντησε πως θα διάλεγε να επισκεφτεί ένα μουσείο στον ελεύθερο του χρόνο για να ψυχαγωγηθεί. Έπειτα βλέπουμε πως το 36,4% πιστεύει πως μέρος των εκθέσεων αντικατοπτρίζει τη διανοητική, κοινωνική και πολιτισμική προσβασιμότητα, πράγμα ιδιαίτερα ικανοποιητικό αφού οι επισκέπτες είναι σε θέση να αντιλαμβάνονται τι είναι τα εκθέματα και η μουσειακή εμπειρία. Ωστόσο, σε επόμενη ερώτηση η οποία εξέταζε το αν η ισότιμη συνεργασία των μουσείων και της τοπικής κοινωνίας είναι σε θέση να αποβάλει απόψεις πως το μορφωτικό επίπεδο του επισκέπτη πρέπει να είναι ανάλογο του χώρου που επισκέπτεται, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως αν οι ίδιοι

οι επισκέπτες ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου δεν νιώσουν την ανάγκη να κάνουν αυτή την επίσκεψη, ίσως, να μην υπάρχει κάτι άλλο που να μπορεί να τους προσφέρει το κίνητρο να το κάνουν. Ιδιαίτερα μεγάλο ήταν το ποσοστό των ερωτηθέντων ατόμων, τα οποία μας επέστησαν την προσοχή και μας διευκρίνισαν πως τα μουσεία ως πολιτιστικοί φορείς οφείλουν να είναι ανοιχτά και προσιτά για όλους ανεξαρτήτως φύλλου, ηλικίας, κοινωνικής ή μορφωτικής τάξης και εθνικότητας.

Συνεχίζοντας στις ερωτήσεις και μελετώντας τις απαντήσεις καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως το 47,5% είναι σχετικά ικανοποιημένο από τις μόνιμες εκθέσεις των μουσείων της Κερκύρας ενώ το όχι μικρό ποσοστό 26,3% των ερωτηθέντων που απάντησαν λίγο, δηλώνει την θέληση και την προσμονή της τοπικής κοινωνίας για εξέλιξη. Τα αποτελέσματα της επόμενης ερώτησης επιβεβαιώνουν τα όσα είπαμε παραπάνω, αφού το 38,1% απάντησε πως τα μουσεία της Κέρκυρας είναι μερικώς φιλόξενα προς τον ντόπιο επισκέπτη, εκφράζοντας έτσι την επιθυμία τους για μια καλύτερη προσέγγιση των μουσείων απέναντι στην πολιτισμική τους κληρονομιά. Ευχάριστο αποτέλεσμα με 49,2% να μας απάντα πάρα πολύ, ξεκαθαρίζοντας την αναγκαιότητα διοργάνωσης περισσότερων περιοδικών εκθέσεων, οι οποίες θα προσέγγιζαν μεγαλύτερο μέρος της τοπικής κοινωνίας, δημιουργώντας έτσι μια πιο ουσιαστική σχέση ανάμεσα τους. Ενθαρρυντικό είναι επίσης, ότι το 47,5% αναφέρει πως η διοργάνωση παράλληλων πολιτισμικών εκδηλώσεων θα ήταν επιπλέον αφορμή για την επίσκεψη τους στο μουσείο, ενώ σε αυτό το σημείο θα ήθελα να σημειώσουμε ότι το ποσοστό των αποτελεσμάτων που απάντησαν καθόλου στις δύο προηγούμενες ερωτήσεις είναι μηδενικό. Εν συνεχεία βλέπουμε πως το 33,1% είναι σε θέση να αναγνωρίζει την οικονομική συνεισφορά των μουσείων στην τοπική κοινωνία, ενώ και σε αυτή την ερώτηση δεν υπήρχε κανένας που να απάντησε πως τα μουσεία δεν συνεισφέρουν καθόλου οικονομικά. Ξεκάθαρα ήταν βέβαια τα αποτελέσματα για την σπουδαιότητα της ύπαρξης και της διαρκής ενημέρωσης στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με το 93,2% να μας απαντά πως θα ήθελαν να είναι περισσότερο ενεργά.

Εν κατακλείδι, η γενική εικόνα των αποτελεσμάτων είναι απρόσμενα θετική. Πάντα όμως υπάρχουν τρόποι για περαιτέρω εξέλιξη και ποτέ δεν πρέπει να μένουμε στάσιμοι και απροσπέλαστοι σε παρωχημένα μοντέλα προγενέστερων εποχών.

5.5 Προοπτικές

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιάσουμε προτάσεις προς την τοπική κοινωνία και τα μουσεία της Κέρκυρας με βάση τα συμπεράσματα που συγκεντρώσαμε από την παραπάνω έρευνα, οι οποίες θα ενισχύσουν την σχέση τους.

Όπως προαναφέρθηκε, τα μουσεία και η επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθούν τα τελευταία χρόνια θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παρωχημένη, καθώς τα φυλλάδια και οι αφίσες, οι οποίες αναδεικνύουν την εικόνα του χώρου του μουσείου και το παρουσιάζουν ως αντικείμενο δεν αποτελούν παράγοντα επισκεψιμότητας. Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα βλέπουμε την αναγκαιότητα της παράλληλης διοργάνωσης πολιτισμικών εκδηλώσεων. Θα ήταν ευχάριστο, αν για παράδειγμα με τη συνεργασία του Δήμου, της Δημοτικής Πινακοθήκης και του μουσείου Ασιατικής Τέχνης διοργανωνόταν μία χορευτική εκδήλωση στο προαύλιο χώρο του μουσείου Ασιατικής Τέχνης με θέμα τους παραδοσιακούς χορούς της Ασίας και στην οποία θα μπορούσαν να λάβουν μέρος χορευτικές ομάδες είτε από σχολεία είτε από χορευτικά εργαστήρια. Η ταυτόχρονη έκθεση φωτογραφίας με θέμα την κουλτούρα και τον πολιτισμό της Ασίας με φωτογραφίες που θα έχουν προτείνει οι δημότες αλλά και τα παιδιά μέσω των σχολείων, ίσως να βοηθούσαν στην αύξηση της επισκεψιμότητας από την τοπική κοινωνία. Επιπλέον, η διοργάνωση αθλητικής εκδήλωσης στον προαύλιο χώρο του μουσείου στο Μον Ρεπό, κατά την οποία θα διεξάγονται αγωνίσματα και αθλητικά παιχνίδια που ήταν διαδεδομένα εκείνη την εποχή και θα έχουν την δυνατότητα να συμμετέχουν τόσο τα παιδιά όσο και οι ενήλικες. Ακόμη, στο μουσείο του Δ. Σολωμού θα μπορούσε να συσταθεί ομάδα ανάγνωσης μέσω της οποίας θα μπορούσαν να διαβάζουν ποιήματα του Δ. Σολωμού και να παραθέτουν ανησυχίες και παρατηρήσεις αλλά να αφορμώνται και για την ανάγνωση ποιημάτων και από άλλους ποιητές.

Τα μουσεία μπορούν να προσφέρουν πολλές ετερογενείς πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο τους χωρίς απαραίτητα η πληροφορία να αφορά την έκθεση ενός αντικειμένου. Στόχος των μουσείων αυτές τις μέρες είναι το περιεχόμενο και η ουσία της πληροφορίας και όχι το αντικείμενο. Γι' αυτό και η ενεργή συμμετοχή και ύπαρξη των μουσείων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο όπως βλέπουμε και από τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας.

Σταδιακή είναι η ύπαρξη των μουσείων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης την τελευταία δεκαετία, κάνοντας επιτακτική την ανάγκη της παρουσίας των μουσείων σε μεγαλύτερο εύρος κοινού. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να προσφέρουν πολλές ερμηνευτικές δυνατότητες, αφού ο κάθε άνθρωπος έχει την ευκαιρία μέσα από το κινητό του όχι μόνο να διαβάζει για το περιεχόμενο του μουσείου αλλά και να το επισκέπτεται σε ψηφιακή μορφή. Χρήσιμο θα ήταν, να δημιουργήσουν εφαρμογές, για το εκάστοτε μουσείο, μέσω των οποίων ο επισκέπτης θα μπορεί να ενημερώνετε διαρκώς για τις εξελίξεις που επιτελούνται. Τα οπτικοακουστικά μέσα που διαθέτουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αρκετά, ώστε να μπορούν να αλληλεπιδρούν με τον επισκέπτη συγκεντρώνοντας περισσότερη προσοχή ακόμα και εκείνων που δεν έχουν ενδιαφέρον για τον πολιτισμό.

Τα μουσεία ως μία από τις πιο σημαντικές βιομηχανίες κουλτούρας οφείλουν να μεταφέρουν τα πολιτιστικά αντικείμενα σε ποικίλα περιβάλλοντα πρόσληψης. Ειδικά στην εποχή μας όπου η τεχνολογία είναι κομμάτι της καθημερινότητας μας.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το μουσείο είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που βρίσκεται στη διάθεση της κοινωνίας και αποτελεί σημαντικό παράγοντα και στην ανάπτυξη της, και είναι ανοικτό στο κοινό. Έχει την ιδιότητα να ερευνά, να επικοινωνεί και να εκθέτει τόσο για λόγους εκπαίδευσης όσο και ψυχαγωγίας. Το μουσείο είναι γνωστό πως είναι ο φύλακας της πολιτισμικής κληρονομιάς ανεξαρτήτως χώρας, φυλής, συνόρων, ηλικίας, κοινωνικής ή μορφωτικής τάξης. Υπηρετούν το κοινό όχι μόνο μέσω των εκθέσεων αλλά και μέσω όλων των σχετικών προγραμμάτων και ανθρώπων που εργάζονται αδιάκοπα για την διαφύλαξη και ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς.

Το μουσείο δεν λειτουργεί πλέον μόνο ως εκπαιδευτικό ίδρυμα, το οποίο έχει ως στόχο την στείρα γνώση με μοναδική ευθύνη την μετάδοση αυτής της γνώσης. Ίσως κάποτε να ήταν εύκολο να ιδρύσει ένα μουσείο, το μουσείο του 21^{ου} αιώνα όμως έχει αλλάξει ριζικά των χαρακτήρα του. Το σύγχρονο έχει επαναπροσδιορίσει τον χαρακτήρα του μετακινώντας το ενδιαφέρον του όχι μόνο στα εκθέματα αλλά και στον άνθρωπο αφού συνειδητοποίησε την σπουδαιότητα του κοινωνικού του ρόλου.

Η αλλαγή αυτή παρότρυνε τους επαγγελματίες μουσειολόγους να προσεγγίσουν διαφορετικά τις νέες απαιτήσεις και να αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες που προσφέρονται δημιουργώντας εκ νέου την έννοια της μουσειακής εμπειρίας. Στόχος τους πλέον είναι η ενεργή συμμετοχή του μουσείου σε εκπαιδευτικά προγράμματα, η αποδοχή της πολιτισμικής διαφορετικότητας και η ένταξη όλων των κοινωνικών ομάδων και στρωμάτων ενάντια σε έννοιες όπως εκείνες του κοινωνικού αποκλεισμού.

Όπως κάθε αλλαγή που συντελείται σε οποιοδήποτε τομέα, έτσι και στη μουσειολογία χρειάζεται χρόνος και διαρκής μελέτη για να επιτύχουμε, ειδικά σε μια χώρα όπως η Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία:

1. Αθανασοπούλου, Α., Γλύτση, Ε., & Χαμπούρη-Ιωαννίδου, Α. (2002). Οι διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων. Πάτρα : ΕΑΠ
2. Κακούρου-Χρόνη, Γ. (2005). Μουσείο-Σχολείο: Αντικριστές πόρτες στη γνώση. Αθήνα: Πατάκη.
3. Κασιμάτη Κ., (1998). Κοινωνικός Αποκλεισμός: Η Ελληνική εμπειρία, Αθήνα: Κέντρο Κοινωνικής Μορφολογίας & Κοινωνικής Πολιτικής
4. Κόκκινος, Γ., & Αλεξάκη, Ε. (2002). Διεπιστημονικές προσεγγίσεις στη Μουσειακή αγωγή. Αθήνα: Μεταίχμιο.
5. Κουλιόπουλος Δ.,(2005). Η διδακτική προσέγγιση του μουσείου φυσικών επιστημών. Αθήνα: Μεταίχμιο .
6. Κόνσολα, Ν. (2006). Πολιτιστική ανάπτυξη και πολιτική. Αθήνα: Παπαζήσης
7. Λαπούρτας, Α., & Δημητράκη, Α. (1993). Μουσείο και επικοινωνία: περί όρων και ορίων. Αρχαιολογία & Τέχνες, 48.
8. Μιχαηλίδου, Μ. (2002). Μουσείο: Πορεία και προοπτικές προς τον 21^ο αιώνα. Αθήνα: Μεταίχμιο.
9. Μούλιου, Μ., & Μπούνια, Α. (1999). Μουσείο και επικοινωνία. Αρχαιολογία και Τέχνες.
10. Μούλιου, Μ. (2014). Τα μουσεία στον 21^ο αιώνα: προκλήσεις, αξίες, ρόλοι, πρακτικές. Αθήνα: Γρηγόρη.
11. Νάκου, Ε. (2001). Μουσεία: Εμείς τα πράγματα και ο πολιτισμός. Αθήνα: Νήσος
12. Νασιάκου, Μ. (1982). Η ψυχολογία σήμερα. Αθήνα: Παπαζήση.
13. Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλίππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιαννούτσου, Ν. (2015). Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα.
14. Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλίππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιαννούτσου, Ν. (2015). Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα.
15. Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλίππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιαννούτσου, Ν. (2015). Προσεγγίζοντας διαφορετικές κοινότητες: Δράσεις κοινωνικής ένταξης, διαπολιτισμικής αγωγής και διεύρυνσης της προσβασιμότητας για εμποδιζόμενα άτομα.
16. Οικονόμου, Μ. (2003). Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα Αθήνα: Κριτική.
17. Παπαδοπούλου, Δ. (2002). Από την κοινωνική ευπάθεια στον κοινωνικό αποκλεισμό. ΙΝΕ/ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ, Αθήνα.
18. Πικοπούλου-Τσολάκη, Δ. (2002). Ο Πολιτισμός ως Εναλλακτικός Τρόπος Εκπαίδευσης και Ψυχαγωγίας στα Μουσεία. Μέθοδοι εξοικείωσης του κοινού με την Τέχνη στα Μουσεία, στο Βελοπούλου, Α.(επιμ). Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων.
19. Πολυχρονίου, Ι. (2004). Αυτόνομη διακίνηση ατόμων με ειδικές ανάγκες στα μουσεία. Στο: Βελιώτη-Γεωργοπούλου, Μ., Τουνταςάκη, Ε. (επιμ), Μουσεία και Άτομα με Ειδικές Ανάγκες. Εμπειρίες και Προοπτικές. Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών: Κέντρο Κοινωνικής Μορφολογίας και Κοινωνικής Πολιτικής. Υπουργείο Πολιτισμού: Διεύθυνση Λαϊκού Πολιτισμού Αθήνα: Gutenberg.
20. Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν. Γ., Μάσχα, Ε., ... & Τουλούπα, Σ. (2015). Το Μουσείο Ως Ποιότητα, Εμπειρία, Αστικό Σύμβολο Και Ήπια Δύναμη. Παραδείγματα Από Τη Διεθνή Και Εγχώρια Μουσειακή Πρακτική.
21. Σολομωνίδου Χ. Και Σταυρίδου Ε. ,(2005). Νέες ψηφιακές τεχνολογίες και νέοι τρόποι αλληλεπίδρασης στα Μουσεία Φυσικών Επιστημών και Τεχνολογίας Στο Πλακίτση Κ., Κόκκοτας Δ.,(2005). Μουσειοπαιδαγωγική και Εκπαίδευση στις Φυσικές Επιστήμες, Θεωρία και Πράξη Αθήνα: Πατάκη.
22. Τζήκας, Χ. (2006). (επιμ.) Ζητήματα Ιστορίας και Ιστοριογραφίας της Εκπαίδευσης. Πρακτικά Επιστημονικής Δημερίδας Θεσσαλονίκη: ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ.
23. Τσαούσης, Δ. (2002). Κοινωνικός αποκλεισμός: Η Ελληνική Εμπειρία Αθήνα: Gutenberg.
24. Τσιάκαλος, Γ. (2002). «Κοινωνικός αποκλεισμός: Η Ελληνική εμπειρία». Αθήνα: Gutenberg.
25. Φραγκουδάκη, Α. & Δραγώνα, Θ. (1997). (επιμ.) «Τι ειν' η πατρίδα μας;». Εθνοκεντρισμός στην Εκπαίδευση . Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
26. Χρυσάφιδης, Κ. (2000). Βιωματική Επικοινωνιακή Διδασκαλία. Αθήνα: Gutenberg

Ξένη Βιβλιογραφία:

1. Alexander, E. P. (1979). *Museums in Motion. An Introduction to the History and Functions of Museums*, Nashville. American Association for State and Local History 14.
2. Ambrose, T. & Council, S. M. (1987). *Education in museums, museums in education*.
3. Black, G. (2005). *The engaging museum: Developing museums for visitor involvement*. Psychology Press.
4. Bodo, S., Gibbs, K., Sani, M., (επιμ.) (2009). *Museums as places for intercultural dialogue: selected practices from Europe*, MAP for ID Group.
5. Delin, A. (2003). *Disability in Context*. Λονδίνο: Museums, Libraries and Archives Coyncl (available on the MLA website www.mla.gov.uk as part of the Disability Portofolio).
6. Dodd, J. & Sandell, R. (1998). *Building Bridges*. Λονδίνο: Museums and Galleries Commission.
7. Dodd, J. & Sandell, R. (2001). *Including Museums: Perspectives on Museums, Galleries and Social Inclusion*, RCMG, Leicester.
8. Evans, J. & Sterry, P. (1999). *Portable computers & Interactive Multimedia: A New Paradigm for Interpreting Museum Collections*, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
9. Gibbs, K., Sani, M. & Thompson, J. (επιμ.) 2007. *Lifelong Learning in Museums. A European Handbook*<http://online.ibr.regione.emiliaromagna.it/libri/pdf/LifelongLearninginMuseums.pdf>
10. GLLAM (2000). *Museums and Social Inclusion*. Λεστέρ: Group for Large Local Authority Museums.
11. Golding, V. (2009). *Learning at the Museum Frontiers. Identity, Race and Power*, Ashgate: Surrey.
12. Hansen, A. (2014). "The Heritage Learning Framework and the Heritage Learning Outcomes", Στο *Implementing Heritage Learning Outcomes*, Fornvårdaren nr 37, Jämtli Förlag: Östersund.
13. Hooper –Greenhill, E. (1996). *Museums and their visitors*. London; New York: Routledge.
14. Hooper-Greenhill, E. (1999). *Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή*. Αρχαιολογία & Τέχνες.
15. Jones, R. (2014, May 1). *Curators may be skeptical but branding is vital for museums*. The Guardian. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου, 2015, από <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2014/may/01/curators-branding-tate-british-museum>
16. Massé Pierre, (1964). "Les dividendes du progrès. Rapport du secrétaire général du Plan", Paris.
17. Merriman, N. (1999). *Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό*. Αρχαιολογία & Τέχνες.
18. Museum Australia (2003). *Submission to the National Museum of Australia: Review of Exhibition and Public Programs*, Σύδνεϋ: Powerhouse Museum.
19. Newman, A. (2001). *Social Exclusion Zone*, Museums Journal Σεπτέμβριος 36.
20. Reeve, J. & Woollard, V. (2006). "Influences in Museum Practice", Στο Lang, C., Reeve, J. & Woollard, V. (επιμ.), *The Responsive Museum. Working with Audiences in the Twenty-First Century*, Surrey: Ashgate.
21. Sandell, R. (1998). *Museums as agents of social inclusion. Museum management and curatorship*.
22. Sandell, R. (2003). *Museums, society, inequality, Museum meanings*. London/New York.
23. Taylor, P. (Ed.). (2008). *Researching drama and arts education: Paradigms and possibilities*. Psychology Press.
24. UNESCO2001. *Universal Declaration on Cultural Diversity*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162e.pdf>
25. UNESCO2005. *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, <http://en.unesco.org/creativity/convention/2005-convention/2005-convention-text>
26. Unit, S. E., & Britain, G. (2001). *Preventing social exclusion*. London: Cabinet Office.
27. Wallace, M. (2006). *Museum Branding: How to Create and Maintain Image, Loyalty, and Support* Oxford: Altamira Press.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Μουσείο και Κοινωνία. Το παράδειγμα της Κέρκυρας (Ερωτηματολόγιο)

Φύλλο

Αντρας	☐
Γυναίκα	☐

Ηλικία

18-24	☐
24-35	☐
35-50	☐
Άλλο	☐

Επάγγελμα

Ελεύθερος Επαγγελματίας	☐
Ιδιωτικός Υπάλληλος	☐
Δημόσιος Υπάλληλος	☐
Σπουδαστής	☐
Άλλο	☐

Εκπαίδευση

Καμία τυπική εκπαίδευση	☐
Βασική Εκπαίδευση (Δημοτικό)	☐
Κατώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο)	☐
Ανώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Λύκειο)	☐
Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση (ΑΕΙ, ΤΕΙ)	☐
Μεταπτυχιακή Εκπαίδευση	☐
Άλλο	☐

Γιατί θεωρείτε είναι ελάχιστοι οι επισκέπτες των μουσείων;

(Κείμενο σύντομης απάντησης)

Θεωρείτε το μορφωτικό επίπεδο του μουσείου είναι παράγοντας επισκεψιμότητας στα μουσεία;

Καθόλου	☐
Λίγο	☐
Μέτρια	☐

Πολύ
Πάρα Πολύ

Είναι η επίσκεψη στο μουσείο επιλογή για την ψυχαγωγία σας;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Αντικατοπτρίζει μέρος των εκθέσεων τη διανοητική, κοινωνική και πολιτισμική προσβασιμότητα;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Θεωρείτε πως η ισότιμη συνεργασία μουσείων και τοπικής κοινωνίας είναι σε θέση να αποβάλλει την στερεοτυπική άποψη πως το μορφωτικό επίπεδο του επισκέπτη πρέπει να είναι ανάλογο του χώρου τον οποίο επισκέπτεται;

(Κείμενο σύντομης απάντησης)

.....

Ανταποκρίνονται οι μόνιμες εκθέσεις των μουσείων στις προσδοκίες της τοπικής κοινωνίας;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Θεωρείτε πως τα μουσεία της Κέρκυρας είναι φιλόξενα προς τον ντόπιο επισκέπτη;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να διοργανώνουν περισσότερες περιοδικές εκθέσεις;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Θεωρείτε πως τα μουσεία συνεισφέρουν οικονομικά στην τοπική κοινωνία;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Η διοργάνωση μια παράλληλης πολιτισμικής εκδήλωσης θα αποτελούσε κίνητρο για την επίσκεψη σας σε ένα μουσείο;

Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Πολύ
Πάρα Πολύ

Θα θέλατε τα μουσεία της Κέρκυρας να είναι περισσότερο ενεργά στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;

Ναι
Όχι

