

ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ &
ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Δημοσιογραφική δεοντολογία και συμπεριφορά και μουσεία: η
άλλη όψη του νομίσματος»**

Επόπτης: Επίκουρος καθηγητής Πέτρος Α. Κωσταγιόλας

Εκπονούσα: Δορδοκίδου Αθανασία [B2016111]

Κέρκυρα, Δεκέμβριος 2020

Ευχαριστίες:

Η εργασία αυτή, είναι αποτέλεσμα επίμονης προσπάθειας υπό την αιγίδα του Ιονίου Πανεπιστημίου και συγκεκριμένα του Τμήματος Αρχειονομίας Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας. Η συνεχής υποστήριξη και ενθάρρυνση του επιβλέποντος καθηγητή κ. Κωσταγιόλα Πέτρου, υπήρξε καταλυτικός παράγοντας για την διεκπεραίωση και ολοκλήρωσή της. Τον ευχαριστώ ιδιαίτερα για την συμβολή του και την συνεχή ανατροφοδότηση και υποστήριξη.

Πίνακας περιεχομένων

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	5
1.1 Γενικό Πλαίσιο Εργασίας	5
1.2 Ζητούμενο και στόχοι εργασίας.....	6
1.3 Σκεπτικό Δομής Εργασίας.....	7
Κεφάλαιο 2: Θεωρητικό Υπόβαθρο	8
2.1 Εισαγωγή	8
2.2 Η επικοινωνία στη μουσειακή διοίκηση.....	15
2.3 Η δημοσιογραφία και ο ρόλος της στην εξωστρέφεια των μουσείων	19
2.4 Τα μέσα επικοινωνίας και πως η δημοσιογραφία υποστηρίζει την επικοινωνία.....	22
2.5 Τα νέα μέσα στην επικοινωνία και ο ρόλος του δημοσιογράφου σε αυτά.....	27
2.6 Ζητήματα Δεοντολογίας.....	29
2.7 Συμπεράσματα.....	31
Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία και αποτελέσματα της έρευνας.....	31
3.1 Εισαγωγή	31
3.2 Μεθοδολογία	32
3.2.1 Δευτερογενής έρευνα στην επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων	32
3.2.2 Δευτερογενής έρευνα στη δημοσιογραφική δεοντολογία	61
3.3 Αποτελέσματα.....	68
3.4 Συζήτηση	81
3.5 Συμπεράσματα.....	84
Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα και προτάσεις που προκύπτουν από την έρευνα.....	84
4.1 Συμπεράσματα.....	84

4.2 Προτάσεις	87
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	88

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Γενικό Πλαίσιο Εργασίας

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα μελετηθεί η περίπτωση των σύγχρονων μουσείων και η σχέση τους, με τα δημοσιογραφικά μέσα. Στις μέρες μας, οι εξελίξεις, οι οποίες είναι άμεσο αποτέλεσμα της ραγδαίας ανάπτυξης της τεχνολογίας, ωθούν στην προσαρμογή των μουσείων στα νέα δεδομένα και την αναζήτηση ευρηματικών τρόπων προβολής. Ένα μουσείο, σήμερα, οφείλει να διατηρεί μια πολιτική κοινωνικοποίησης ώστε να εξασφαλίσει τη διαβίωση και την ευημερία του. Διατηρείται, ωστόσο, το ερώτημα ως προς τα μέσα με τα οποία επιτυγχάνει τους σκοπούς του. Κατόπιν, διερωτόμαστε σε τι βαθμό συμβάλλουν τα δημοσιογραφικά μέσα στην προσπάθεια αυτή και εάν τυχόν υπάρχουν παραδείγματα δολιοφθοράς από πλευράς των δημοσιογράφων ή εάν απλώς απαιτείται εντονότερη προσπάθεια προβολής από πλευράς των μουσείων.

Τα παραδοσιακά μέσα εξακολουθούν να κυριαρχούν, όμως πλέον, συμβαδίζουν και προσαρμόζονται στην τεχνολογία και την καινοτομία που τα περιβάλλει. Κρίνεται απαραίτητο, συνεπώς, να διερευνηθεί το ζήτημα της δημοσιογραφικής δεοντολογίας και του τρόπου με τον οποίο χειρίζονται οι δημοσιογραφικοί κύκλοι θέματα πολιτισμού.

Το σύγχρονο μουσείο, έχει αλλάξει αρκετά από την αρχική του μορφή. Από χώρο που εξυμνούσε τις τέχνες και τις επιστήμες, διατηρώντας απλώς αποθηκευμένα αντικείμενα άξια προσοχής (Σαρατζίδου, 2018), μετατρέπεται, σε χώρο συγκέντρωσης των φιλοσόφων για ανταλλαγή απόψεων (Νικολοπούλου, 2020) και από εκεί, σε απλή συλλογή αξιόλογων έργων τέχνης προορισμένη μόνο για περιορισμένα άτομα. Από τον 20^ο αιώνα καιέπειτα, το μουσείο έχει ανοίξει τις πόρτες του και υποδέχεται άτομα από όλα τα κοινωνικά στρώματα και υπόβαθρα (Δαλακούρα, 2011).

Η μακρόχρονη ιστορία του, αποδεικνύει, την προσαρμοστικότητα του. Για πολλές δεκαετίες οι μουσειακοί οργανισμοί, συνεργάζονταν με τα δημοσιογραφικά μέσα ώστε να προβληθούν και να προσελκύσουν νέο κοινό. Στην παρούσα εργασία, θα μελετήσουμε την συνεργασία αυτή στο σήμερα. Κρίνεται καταλυτικής σημασίας, να γίνει κατανοητή η σχέση των μέσων ενημέρωσης με τα μουσεία αλλά και με το κοινό. Είναι μεν απαραίτητο για ένα μουσείο να διατηρεί μια ενεργή και αναπτυσσόμενη επικοινωνιακή πολιτική, είναι όμως και σημαντικό τα

μέσα μαζικής ενημέρωσης να συνεργάζονται με τους φορείς πολιτισμού και να συμβάλλουν στην προσπάθεια αυτή.

1.2 Ζητούμενο και στόχοι εργασίας

Στόχος της παρούσας εργασίας, είναι να αναλύσει τα θέματα που εγείρει η συζήτηση γύρω από τον ρόλο του μουσείου στη σημερινή εποχή. Η εργασία αυτή, εκπονήθηκε, με σκοπό να εντοπίσει τους τρόπους με τους οποίους τα σύγχρονα μουσεία επικοινωνούν με το κοινό τους και πώς τα δημοσιογραφικά μέσα συμβάλλουν στην προσπάθεια αυτή. Κύριο στόχο της πτυχιακής εργασίας, αποτελεί πέραν της αναζήτησης της συμβολής των μέσων μαζικής επικοινωνίας στον πολιτισμό και η μελέτη του μουσείου ως οντότητα που αποτελεί μέρος της κοινωνίας. Δεν είναι λίγες οι φορές, που τα μουσεία δεν λαμβάνουν την κατάλληλη προβολή. Κάτι τέτοιο μπορεί να οφείλεται είτε στην ελλιπή επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων είτε στην διάκριση που ασκούν οι δημοσιογράφοι ως προς τον τύπο των εκθέσεων και των μουσείων που προβάλλονται. Εξειδικεύοντας, ανάμεσα στους στόχους της εργασίας, συγκαταλέγεται και η παρουσίαση τέτοιων παραδειγμάτων στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Γίνεται μια καταγραφή ελληνικών μουσείων και των δελτίων τύπου που εκδίδουν. Με τον τρόπο αυτό, εστιάζουμε σε ένα από τα μέσα με τα οποία κτίζονται επιτυχείς δημόσιες σχέσεις. Μέσω των δελτίων τύπου, τα μουσεία αποβλέπουν στην άσκηση επιρροής στα δημοσιογραφικά μέσα, ευελπιστώντας και τα ίδια με την σειρά τους να επηρεάσουν το κοινό. Συνεπώς, πέραν της επικοινωνιακής πολιτικής που επιχειρεί να εφαρμόσει ένα μουσείο, είναι αναγκαία και η συνεργασία και η προβολή σε μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας. Το κοινό συχνά, στρέφεται στα μέσα ενημέρωσης αντιμετωπίζοντάς τα, ως πηγή πληροφόρησης και ως μέσο απεικόνισης της τρέχουσας πραγματικότητας.

Κεντρικός άξονας της εργασίας, παραμένει ο ρόλος του μουσείου στο σήμερα και η επικοινωνία με το δυνητικό κοινό. Η έρευνα, καταγραφή και ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν θα οδηγήσει στην εξαγωγή συμπερασμάτων και την έκφραση προτάσεων βελτίωσης της υπάρχουσας κατάστασης.

1.3 Σκεπτικό Δομής Εργασίας

Η πτυχιακή εργασία διακρίνεται σε τέσσερα μέρη, στα οποία αναπτύσσονται το θεωρητικό υπόβαθρο, το σκεπτικό δομής εργασίας, δευτερογενής έρευνα και ανάλυση κειμένων, συμπεράσματα και απορρέουσες, από τα παραπάνω, προτάσεις.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, προσεγγίζεται το κυρίως θέμα και το ζήτημα το οποίο εξετάζει η εργασία αυτή. Συζητείται το γενικό πλαίσιο της εργασίας και πραγματοποιείται, μια σύντομη επισκόπηση των όρων οι οποίοι είναι απαραίτητοι για την κατανόηση του θέματος. Ακολούθως, αναλύονται οι στόχοι της εργασίας. Το πρώτο κεφάλαιο, κλείνει με την παρουσίαση του σκεπτικού δομής της εργασίας.

Στο δεύτερο μέρος εντοπίζεται το θεωρητικό υπόβαθρο καθώς και παραδείγματα οργανισμών που σχετίζονται με το θέμα προς συζήτηση. Αρχικά, διατυπώνονται ορισμοί άμεσα σχετιζόμενοι με την θεματολογία, όπως είναι η έννοια του μουσείου, του πολιτισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς. Έπειτα, παρουσιάζεται ο όρος της επικοινωνίας και αναπτύσσονται οι τρόποι με τους οποίους, τα σύγχρονα μουσεία κοινωνικοποιούνται, αλλά και ο ρόλος που παίζει η δημοσιογραφία στην προσπάθεια αυτή. Ταυτόχρονα, αναφέρεται και ο καταλυτικός ρόλος του κοινού καθώς και η επιρροή που δέχεται από τα παραδοσιακά και τα νέα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας. Καθώς ο στόχος είναι η βαθύτερη κατανόηση του θέματος, ακολουθεί ο ορισμός της δημοσιογραφίας, των παραδοσιακών και σύγχρονων μέσων μαζικής ενημέρωσης και της ιστορίας τους. Στο τελευταίο τμήμα του κεφαλαίου, γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στον κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας, ώστε να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιείται η προβολή των χώρων πολιτισμού στα μέσα ενημέρωσης. Ακολουθούν τα συμπεράσματα που εντοπίστηκαν από την συγκεκριμένη ανάλυση.

Στο τρίτο μέρος επικεντρωνόμαστε στο κομμάτι της έρευνας. Το τρίτο κεφάλαιο διαχωρίζεται σε δυο μέρη. Σκοπό του πρώτου μέρους αυτού του κεφαλαίου, αποτελεί η δευτερογενής ανάλυση κειμένων και δελτίων τύπου, προκειμένου να εντοπιστεί η προσπάθεια κοινωνικοποίησης των μουσείων και η συμβολή των δημοσιογραφικών μέσων στην διαδικασία. Το αντικείμενο της έρευνας, περιορίστηκε στα δελτία τύπου που έχουν εκδοθεί από μουσεία τα οποία επιδιώκουν την προβολή τους στα μέσα ενημέρωσης. Παρατίθεται η μεθοδολογία, καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας με την μορφή στατιστικών

στοιχείων. Η στατιστική επεξεργασία των στοιχείων που ερευνήθηκαν στοχεύει στην απάντηση των ερωτημάτων που έχουν τεθεί. Τα στοιχεία παρουσιάζονται με την μορφή, πινάκων και επεξηγηματικών κειμένων. Το δεύτερο μέρος του κεφαλαίου, απαρτίζεται από τη συλλογή ήδη υπάρχοντων δεδομένων και την κατανομή τους ώστε να γίνει αντιληπτή η σχέση της δημοσιογραφίας με τα μουσεία, να γίνει διακριτή η δημοσιογραφική δεοντολογία και πως εφαρμόζεται καθώς και εαν υφίστανται διακρίσεις στην προβολή των μουσείων από τα μέσα ενημέρωσης. Ερευνάται, ασφαλώς και η επικοινωνιακή πολιτική και οι δημόσιες σχέσεις ενός μουσείου, καθώς και οι επιπτώσεις που επέρχονται σε περίπτωση έλλειψης αυτών. Ακολουθως, εξετάζονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα συλλεχθέντα στοιχεία.

Επιλογικά, στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο, η προσοχή εστιάζεται στα ευρήματα και τα συνολικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την θεωρητική έρευνα και την δευτερογενή έρευνα. Ακόμη, θα γίνει προσπάθεια ώστε να δοθούν προτάσεις από την συγγραφέα, βελτίωσης της υπάρχουσας κατάστασης και περαιτέρω προβολής των οργανισμών πολιτισμού στα μέσα ενημέρωσης.

Κεφάλαιο 2: Θεωρητικό Υπόβαθρο

2.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναλύσουμε ορισμένες έννοιες, άμεσα συσχετισμένες με το ζήτημα το οποίο εξετάζουμε. Οι έννοιες του μουσείου, του πολιτισμού, της πολιτιστικής κληρονομιάς, της επικοινωνίας, της δημοσιογραφίας αλλά και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, των παραδοσιακών και των σύγχρονων μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι απαραίτητες ώστε να κατανοήσουμε τις επικοινωνιακές πολιτικές ενός μουσείου και πως οι φορείς της δημοσιογραφίας μπορούν να σχετίζονται με αυτή. Στη σημερινή κοινωνία, είναι απαραίτητη η διεύρυνση των οριζόντων ενός μουσείου και η υιοθέτηση νέων πρακτικών. Τα μουσεία τον 21ο αιώνα, οφείλουν να βρίσκονται στην υπηρεσία του επισκέπτη και να εξελίσσονται συνεχώς, υιοθετώντας τα νέα μέσα. Είναι απαραίτητο, ωστόσο, να ερευνηθούν τα μέσα προς επιλογή αλλά και ο τρόπος με τον οποίο επιτυγχάνουν να είναι ανοιχτά προς το κοινό. Για να είναι δυνατή

ωστόσο η ουσιαστική κατανόηση του ζητήματος προς συζήτηση, είναι καταλυτικής σημασίας να εισάγουμε πρωτίστως, ορισμένες έννοιες.

Το μουσείο

Ο ρόλος του σύγχρονου μουσείου είναι να συλλέγει, να συντηρεί, να διαφυλάττει και να προβάλλει κομμάτια της ιστορίας ώστε να προσφέρει νέες γνώσεις στους επισκέπτες. Παράλληλα, στοχεύει στην τέρψη του κοινού και στη δημιουργία μιας ολιστικής εμπειρίας κατά την επίσκεψη σε αυτό (Δαλακούρα, 2011). Το Διεθνές Συμβούλιο των Μουσείων (International Council of Museums – ICOM), προσδίδει στο μουσείο μια συγκεκριμένη έννοια. Το περιγράφει ως έναν μόνιμο θεσμό, ο οποίος δεν έχει κερδοσκοπικό χαρακτήρα και μοναδικός του στόχος είναι να υπηρετεί την κοινωνία και να συντελεί στην ανάπτυξη και εξέλιξη της. Δηλώνει πως το μουσείο «αποκτά, συντηρεί, μελετά, κοινοποιεί και εκθέτει υλικές μαρτυρίες του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του με σκοπό την μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».

Το μουσειακό υλικό εντάσσεται στον υλικό πολιτισμό. Όπως αναφέρει και η Macdonald το 2012, για τον Bastian, τα υλικά αντικείμενα είναι έμψυχα, εμπεριέχουν μια ιστορία και ένα ξεχωριστό ενδιαφέρον. Τα έχει χαρακτηρίσει μάλιστα, ως αντικείμενα εμποτισμένα με ιδέες καθώς, ο κάθε άνθρωπος που έχει έρθει σε επαφή με αυτά, έχει αφήσει το αποτύπωμα της σκέψης του. Τα μουσειακά αντικείμενα, αποτελούν αποδείξεις όχι μόνο το παρελθόντος, αλλά και του παρόντος (Σαρατζίδου, 2018). Η συνεχής προσπάθεια του ανθρώπου να συλλέξει και να αποθηκεύσει αντικείμενα οδήγησε σταδιακά στην επιθυμία να προσδοθεί ένας εκπαιδευτικός χαρακτήρας σε αυτά, ως επεξήγηση του παρελθόντος και του παρόντος.

Η μορφή των μουσείων ανά τους αιώνες μεταβάλλεται. Η έμπνευση της λέξης «μουσείο» προέρχεται από τις εννέα μούσες και αποσκοπούσε στην δημιουργία ενός χώρου αφιερωμένου σε αυτές, έναν χώρο που τιμά τις επιστήμες, τις τέχνες και τη μουσική (Σαρατζίδου, 2018). Η αρχική χρήση του μουσείου, ήταν ως ακαδημία, η οποία εμπεριείχε απλώς αντικείμενα άξια μελέτης από τους επιστημονικούς κύκλους. Από την άλλη πλευρά, για τους Ρωμαίους μουσείο θεωρούνταν ο χώρος όπου συγκεντρώνονταν για να φιλοσοφήσουν (Νικολοπούλου, 2020). Προτού αρχίσει να λειτουργεί με τη σημερινή του μορφή, επρόκειτο κατά βάση για ιδιωτικές συλλογές στις οποίες είχε πρόσβαση

περιορισμένο κοινό διανοούμενων και ατόμων που ανήκαν σε υψηλότερες κοινωνικές τάξεις (Δαλακούρα, 2011). Κατά την Αναγέννηση, παρατηρήθηκε έντονη επιθυμία από εκπροσώπους της Καθολικής Εκκλησίας και ηγεμόνες για συλλογή έργων τέχνης. Αργότερα, την εποχή του Διαφωτισμού, ο ορισμός της λέξης μουσείο μεταβάλλεται και διευρύνεται ως: το κτίριο το οποίο φιλοξενεί αντικείμενα και έργα που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν τέχνη (Νικολοπούλου, 2020). Κατά τον 18^ο και 19^ο αιώνα πολλές ιδιωτικές συλλογές διατέθηκαν στο ευρύ κοινό, δίνοντας την ευκαιρία σε όλους να συμμετάσχουν σε μια νέα εμπειρία μάθησης (Δαλακούρα, 2011). Τα μουσεία μεταβλήθηκαν σε οργανισμούς με δημόσιο χαρακτήρα φέρνοντας στο επίκεντρο την πνευματική εξέλιξη και την ανθρώπινη ανάπτυξη (Νικολοπούλου, 2020).

Σήμερα, η ICOM υποστηρίζει πως ο ορισμός του μουσείου διευρύνεται συνεχώς, καθώς, η πολιτιστική κληρονομιά εμπλουτίζεται και οι μέθοδοι καταγραφής και συντήρησής της εξελίσσονται ραγδαία. Σε πρώτο επίπεδο, η καταγραφή της εξασφαλιζόταν μέσω του λόγου και της ατομικής και συλλογικής μνήμης, μετέπειτα, χρησιμοποιώντας την γραφή, η οποία έλαβε πολλές μορφές και γνώρισε ραγδαία εξάπλωση μέσα από την τυπογραφία. Τέλος, μετά τα μέσα του 20ου αιώνα, η καταγραφή, γνώρισε νέες εκτάσεις μέσα από την τεχνολογία και τον καταλυτικό της ρόλο στη μαζική και αποτελεσματική καταγραφή, διατήρηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς (Νικολοπούλου, 2020).

Εύκολα, λοιπόν, μπορεί ο καθένας να συμπεράνει, πως τα μουσεία στη σημερινή εποχή έχουν γνωρίσει μεγάλη εξέλιξη ως προς την προσβασιμότητα, την διάθεση νέων πληροφοριών και τα μέσα που χρησιμοποιούν αλλά και ως προς τις μεθόδους συντήρησης, την πρόσληψη ειδικευμένου προσωπικού και την βελτίωση των κοινωνικών τους σχέσεων με άλλα μουσεία όπως και με το κοινό (Δαλακούρα, 2011). Με άλλα λόγια το σύγχρονο μουσείο επιτελεί κοινωνικό έργο, καθώς, βρίσκεται στην υπηρεσία του ανθρώπου, καταγράφει, συντηρεί και αναδεικνύει όλα τα στοιχεία υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς που βρίσκονται στη διάθεσή του. Ταυτοχρόνως, εξασφαλίζει την ενεργό συμμετοχή του κοινού και την αίσθηση του «ανήκειν» σε μια κοινότητα, μέσα από την επικοινωνιακή πολιτική που επιλέγει (Νικολοπούλου, 2020).

Θα αποτελούσε παράλειψη να μην αναφερθεί, ο καταλυτικός ρόλος των νέων τεχνολογιών στη διαμόρφωση ενός μουσειακού χώρου. Μέσα από

την ένταξη τους και την ψηφιοποίηση του υλικού τους εξασφαλίζεται, η διατήρηση των πολιτισμικών αγαθών, η ανάκτηση και η εύκολη προσβασιμότητα. Οι εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας και τα πολυμεσικά συστήματα αποτελούν το μέλλον, ενός σύγχρονου μουσείου. Οι νέες τεχνολογίες, στοχεύουν στην ενίσχυση της διαδραστικότητας και την διαμόρφωση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας των πολιτισμικών αγαθών και της ιστορίας τους. Κάτι, που γίνεται δυνατό συνδυάζοντας εικόνα και ήχο. Ακόμη, η πλειοψηφία των μουσείων διατηρεί ψηφιακή παρουσία μέσα από μία ιστοσελίδα. Τα «κυβερνομουσεία» επικοινωνούν με τους χρήστες τους και προσφέρουν ελεύθερη πρόσβαση σε πλήθος υλικού και πληροφοριών.

Ο κυρίαρχος ρόλος του μουσείου του 21ου αιώνα είναι η δημιουργία ενός οργανισμού που αποσκοπεί στην τέρψη και την ενημέρωση του κοινού αφήνοντας πίσω περιοριστικά κατάλοιπα (Νικολοπούλου, 2020). Μολαταύτα, η ευρεία αναγνώριση του μουσείου και της σημασίας που έχει σε μια κοινωνία καθυστέρησαν να αναγνωριστούν (Δαλακούρα, 2011).

Η έννοια του πολιτισμού.

Οι πρώτες προσπάθειες ανάλυσης της έννοιας του πολιτισμού παρουσιάστηκαν αρχικώς, τον 18ο αιώνα και καθιερώθηκαν μεταγενέστερα κατά τον 19ο αιώνα. Ο R. Williams επισημαίνει, πως μέσα από την ιστορία της έννοιας του πολιτισμού, αναζητούμε την ιστορία του ανθρώπου και πως αυτός διαχειρίστηκε τις εκάστοτε συνθήκες (Νικολοπούλου, 2020).

Παρά το γεγονός, πως ο όρος πολιτισμός είναι αρκετά γενικευμένος, ο Γιανναράς το 2001, τον προσδιορίζει ως το αποτέλεσμα του πολιτικού βίου που αντιπροσωπεύει όλες τις κοινωνίες. Αποτελεί δηλαδή προϊόν της πόλεως, των συνεπειών που μπορεί να έχει ο πολιτικός βίος. Όπως αναφέρει αργότερα, το 2019 και η κ. Ναθαναήλ ο πολιτισμός, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ο διάυλος επικοινωνίας, το κοινό χαρακτηριστικό που διατηρούν όλες οι ανθρώπινες ομάδες και τις ενώνει. Η ίδια επισημαίνει πως, η UNESCO προσέδωσε το 1922 τον δικό της ορισμό στην έννοια του πολιτισμού ο οποίος έχει ως εξής :

« Πολιτισμός είναι ολόκληρο το πλέγμα των πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών που διακρίνουν μια κοινωνία ή μια κοινωνική ομάδα και αποτελούν τα στοιχεία της

πολιτισμικής ταυτότητάς της. Σ' αυτά περιλαμβάνονται τρόποι ζωής, αντιλήψεις, τέχνες και γράμματα. Συμπεριλαμβάνει τον επίσημο αλλά και τον πολιτισμό του λαού και δεν συναντά περιορισμούς στην ήδη υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά εμπλουτίζεται συνεχώς».

Ακόμη, εμπεριέχει τις γλώσσες, ανθρώπινες αξίες, έθιμα, κανόνες και κάθε είδος μη λεκτικής επικοινωνίας. Στα πλαίσια του πολιτισμού εντάσσονται και οι υψηλές επιδόσεις μεμονωμένων ατόμων σε συγκεκριμένους τομείς, όπως είναι επιτυχημένοι καλλιτέχνες (Πανέτας, 2009). Ο πολιτισμός προσδίδει στο άτομο την ταυτότητα του, δημιουργώντας δυνατούς δεσμούς με το παρελθόν του. Όπως τονίζει ο κ. Πανέτας, κατά τον Greverus, το άτομο διαμέσου του πολιτισμού, ενσωματώνεται καλύτερα στο φυσικό και κοινωνικό του περιβάλλον του, καλύπτει τις ανάγκες του και εξελίσσεται (Πανέτας, 2009).

Συμπληρωματικά, υποστηρίζει ο Banks, ο πολιτισμός είναι η αντιμετώπιση του ανθρώπου απέναντι στη ζωή, η οποία όμως επηρεάζεται από τις υπάρχουσες κοινωνικές, οικονομικές και ιστορικές συνθήκες. Ο πολιτισμός, συντελείται πράγματι από ένα σύμπλεγμα συμπεριφορών, αξιών και νοοτροπιών, που υποβοηθούν την κάθε κοινωνική ομάδα στην προσπάθεια της να ξεχωρίσει από τις υπόλοιπες (Banks, 2000).

Κάθε άτομο έχει δικαίωμα στον πολιτισμό. Δικαίωμα, που έχει κατοχυρωθεί από την Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, στο άρθρο 27, παρ. 1, καθώς κάθε άτομο είναι άξιο του δικαιώματος συμμετοχής στα κοινά και συμβολής στην εξέλιξη της κοινότητας μέσα από τις επιστήμες και τις τέχνες (Κοσμέτος, 2012). Σε αυτά τα πλαίσια, οφείλουμε να λάβουμε υπόψιν, πως ο πολιτισμός δεν είναι κάτι στατικό και αδιάλλακτο, αλλά εξελίσσεται συνεχώς και υιοθετεί νέα χαρακτηριστικά στη διάρκεια του χρόνου. Παράλληλα, η έννοια του πολιτισμού γίνεται αντιληπτή με διαφορετικό τρόπο από κάθε άτομο και ειδικότερα εάν το άτομο αυτό αποτελεί κομμάτι του πολιτισμού προς εξέταση (Verma, 1997).

Πολλοί συγχέουν την έννοια του πολιτισμού, με αυτήν της κουλτούρας. Ωστόσο, δεν αποτελούν έννοιες ταυτόσημες διότι ως κουλτούρα, θα χαρακτηρίζαμε περισσότερο μια ατομική τοπικιστική αίσθηση. Αίσθηση, η οποία καλλιεργείται με τα βιώματα του ατόμου, τις προσωπικές εμπειρίες, το πνεύμα του (Δόνος, 2019). Αντίθετα, ο πολιτισμός λαμβάνει άλλες εκτάσεις. Κατά τον Braudel, εντοπίζεται γεωγραφικά η επιρροή του, διαφαίνονται οι κοινωνίες που επηρεάζει

όπως και οι οικονομίες καθώς θα ήταν αφελές να αγνοήσουμε την σημασία των υλικών και βιολογικών συνθηκών στην πορεία και την εξέλιξη ενός πολιτισμού. Τέλος, ο καταλυτικότερος παράγοντας μέσω του οποίου διαφαίνεται η επιρροή ενός πολιτισμού, είναι οι συλλογικές νοοτροπίες, πώς, μια ολόκληρη κοινωνία συνθέτει και διατηρεί έναν τρόπο ζωής και αντιμετώπισης απέναντι στα πράγματα (Braudel, 2001).

Γενικότερα, διακρίνουμε πως η έννοια του πολιτισμού αναφέρεται τόσο σε υλικά όσο και σε πνευματικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά (Κοσμέτος, 2012). Τα υλικά στοιχεία, είναι όλα τα ανθρώπινα κατορθώματα στους τομείς της επιβίωσης, της τεχνολογίας, της διευκόλυνσης της καθημερινότητας. Τα αναγνωρίζουμε ως κομμάτια του πολιτισμού, από τον τρόπο που έχουν επηρεάσει τα αγαθά αυτά μια κοινωνική ομάδα. Κατόπιν, στα πνευματικά στοιχεία, θα κατατάσσαμε την παιδεία, την καλλιέργεια, τις πνευματικές αναζητήσεις, τις τέχνες, τη δημιουργία γλωσσών και θρησκειών. Καταληκτικά, τα πιο εμφανή, τα κοινωνικά, φανερώνουν τους τρόπους που οργανώνεται η οικονομία και γενικότερα η κοινωνία.

Για να έχουμε μια ολοκληρωμένη αντίληψη του ορισμού του, οφείλουμε να συμπεριλάβουμε όλα τα παραπάνω κατανοώντας ταυτοχρόνως, πως αυτός ο ορισμός διαμορφώνεται και εξελίσσεται συνεχώς.

Πολιτιστική κληρονομιά

Σύμφωνα με την σύμβαση της UNESCO, το 1972, που αφορούσε την προστασία της παγκόσμιας κληρονομιάς, ως πολιτιστική κληρονομιά, ορίστηκε ότι περικλείει μνημεία, κτίρια ή τοποθεσίες εξαιρετικής σημασίας για την ιστορία, την τέχνη και τον πολιτισμό (Vecco, 2010) .

Ο όρος πολιτιστική κληρονομιά εμφανίζεται για πρώτη φορά στη σύμβαση της Χάγης το 1954. Αρχικώς, η αναφορά σε αυτή έγινε με στόχο τη διασφάλιση της πολιτιστικής ιδιοκτησίας σε συνθήκες ανάγκης όπως είναι μια ένοπλη σύγκρουση. Στη σύμβαση καθίσταται σαφές πως, είναι απαραίτητη η προστασία της πολιτιστικής ιδιοκτησίας ολόκληρης της ανθρωπότητας (Vecco, 2010).

Ωστόσο, το σχέδιο προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς περιλαμβάνει και τις περιόδους ειρήνης. Τα αγαθά πολιτιστικού ενδιαφέροντος, προστατεύονται από ορισμένες διαδικασίες με σκοπό να εξασφαλιστεί η ορθή διαχείρισή τους. Οι διαδικασίες αυτές είναι οι εξής: αρχικώς ο εντοπισμός και ακολούθως οι ανασκαφές όπου αυτό κρίνεται

απαραίτητο, μετέπειτα η καταγραφή και αρχειοθέτηση των ευρημάτων καθώς και μελέτη και τεκμηρίωση τους. Καταλυτικής σημασίας κρίνεται, η αποφυγή πρόκλησης φθορών και απωλειών αλλά και η μέριμνα, ώστε να αποφευχθούν πιθανές κλοπές ή παράνομες εξαγωγές των αγαθών. Τέλος, δεν πρέπει να λησμονούμε την αποκατάσταση και συντήρηση των ευρημάτων ώστε να διαφυλαχθεί η ιστορία τους και να εκτεθούν κατάλληλα στο κοινό (Παπαδοπούλου 2004).

Τα τελευταία χρόνια ανέρχεται και έχει γίνει πλέον επίκεντρο των συζητήσεων, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Τονίζεται, όχι μόνο η σημασία των υλικών αγαθών αλλά και των άυλων στοιχείων που αποτελούν μέρη της ιστορίας όπως είναι τα έθιμα και οι παραδόσεις που περνούν από την μια γενιά στην επόμενη (Καραβία, 2013). Το 2003, αναγνωρίστηκε και επισήμως η σημασία της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και της προστασίας της με την σύμβαση της UNESCO. Ο επίσημος ορισμός όπως συντάχθηκε τη σύμβαση, είναι ο ακόλουθος:

«Ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά ορίζεται το σύνολο των πρακτικών, αναπαραστάσεων, εκφράσεων, γνώσεων, ικανοτήτων- αλλά και τα εργαλεία, αντικείμενα, τεχνουργήματα και οι χώροι πολιτισμού με τους οποίους σχετίζονται κοινότητες, ομάδες ατόμων και ορισμένες φορές μεμονωμένα άτομα και τα αναγνωρίζουν ως μέρος της κληρονομιάς τους. Η άυλη πολιτιστική κληρονομιά, μεταφέρεται από γενιά σε γενιά, συνεχώς αναδημιουργείται από τις κοινότητες και τις ομάδες που την διέπουν ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν, το περιβάλλον που τις περικλείει, την σχέση τους με την φύση και την ιστορία τους, δίνοντάς τους μια αίσθηση ταυτότητας και συνέχειας προωθώντας με αυτό τον τρόπο τον σεβασμό προς την πολιτισμική πολυμορφία και ενισχύοντας την ανθρώπινη δημιουργικότητα» (Unesco, 2003).

Κύριο μέλημα, είναι η διαφύλαξη μέσα από την λήψη κατάλληλων μέτρων αλλά και η επιθυμία, να δοθεί νέα πνοή στις ήδη υπάρχουσες παραδόσεις μέσα από την ανθρώπινη δημιουργικότητα. Η κύρια διαφορά μεταξύ υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, εντοπίζεται στην διαφορά ως προς την αντιμετώπισή τους. Από την μια πλευρά η υλική είναι απαραίτητο να συντηρηθεί και να παραμείνει όσο το δυνατό πιο όμοια με την αρχική μορφή της, σε αντίθεση με, την άυλη που ασκοπεί στην συνεχή εξέλιξη και τον εμπλουτισμό των χαρακτηριστικών της (Αλιβιζάτου, 2003).

Σήμερα, η πολιτιστική κληρονομιά βρίσκεται σε κίνδυνο. Η άυλη μεν, διότι λόγω ελλείψεων καταγραφής, αλλοιώνεται και κινδυνεύει να εξαφανιστεί καθώς, δεν διαδίδεται όπως θα έπρεπε ή και καθόλου (Καραβία, 2013). Η υλική δε, πέρα από τους κινδύνους της φύσης, πλημμύρες, πυρκαγιές, σεισμούς κ.ο.κ. (Παπαχαρίσιου, 2008) , πλέον απειλείται και από τον τουρισμό μέσα από αναπτυξιακά έργα ή μέσα από τους ίδιους τους επισκέπτες, αλλά και από την κλιματική αλλαγή και τις επιπτώσεις που έχει επιφέρει τα τελευταία χρόνια (Κράνιας, 2011).

2.2 Η επικοινωνία στη μουσειακή διοίκηση

Η σημασία της επικοινωνίας

Αν και αρχικώς, ο όρος επικοινωνία γίνεται αντιληπτός και είναι γνωστός από όλους, παρατηρείται έντονη δυσκολία στην δημιουργία σαφούς ορισμού, ο οποίος να περικλείει όλα τα απαραίτητα δεδομένα (Fiske, 2010).

Ως επικοινωνία, θα χαρακτηρίζαμε την ανταλλαγή πληροφοριών με τρόπο αποτελεσματικό, έμμεσο ή άμεσο (Ναθαναήλ, 2019). Πρόκειται για μια λειτουργία της κοινωνίας που προωθεί την κοινωνικοποίηση του ανθρώπου. Ασφαλώς, είναι δυνατό να πραγματοποιείται από ένα πομπό σε πολλούς δέκτες ή και το αντίθετο, αλλά και από έναν πομπό σε έναν δέκτη. Στα πλαίσια εξέλιξης της επικοινωνίας, ανά τα χρόνια, κατατάσσεται, η δημιουργία γλωσσών όπως τις γνωρίζουμε σήμερα, καθώς και της γραφής. Χωρίς την επικοινωνία, δε θα ήταν δυνατό να εξελιχθεί ο πολιτισμός με την σημερινή του μορφή (Ψωμαδάκη, 2018). Η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ πομπού και δέκτη, δεν πραγματοποιείται μόνο μέσα από την χρήση της γλώσσας αλλά και μέσα από πληθώρα άλλων συμβόλων που μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές. Τέτοια σύμβολα μπορεί να είναι αριθμητικά, μουσικά ή και διόλου λεκτικά. Επομένως, καθίσταται σαφές πως, το άτομο δύναται να χρησιμοποιήσει όλες του τις αισθήσεις για να επικοινωνήσει (Παπαδοπούλου, 2012). Επιπροσθέτως, η επικοινωνία δεν παρατηρείται μόνο στον άνθρωπο, αλλά σε όλα τα έμβια όντα, στερούμενη όμως σε εκείνες τις περιπτώσεις, το προνόμιο της γλώσσας (Μελιανός, 2020).

Στην αρχαιότητα η επικοινωνία ήταν γνωστή με τον όρο «ρητορική», η προσπάθεια δηλαδή του ατόμου να πείσει κάποιο άλλο άτομο για την ορθότητα των λόγων του, χρησιμοποιώντας ορισμένα μέσα, όπως είναι η γλώσσα (Παπαδοπούλου, 2012). Γνωστότερος για την συσχέτιση του με την έννοια αυτή, υπήρξε ο φιλόσοφος Αριστοτέλης ο οποίος μέσα από το έργο του, «Ρητορική Τέχνη», έδωσε πνοή στην αρχική μορφή της θεωρίας της επικοινωνίας.

Γενικότερα, θα ορίζαμε την επικοινωνία περισσότερο ως ανταπόκριση σε ένα ερέθισμα. Το άτομο, λαμβάνει ένα ερέθισμα από το περιβάλλον του και ανταποκρίνεται σε αυτό με διάφορους τρόπους. Εάν το άτομο δεν ανταποκριθεί, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως, δεν υπήρξε επικοινωνία (Stevens, 1950). Για να κατανοηθεί βαθύτερα η σημασία της, οφείλουμε να αντιληφθούμε πως μια οργανωμένη κοινωνία αποτελείται από αλληλεξαρτώμενα μέλη τα οποία εμφανίζουν την ανάγκη να αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους, επικοινωνώντας, ώστε να προσδώσουν στην ομάδα που ανήκουν ομαλή λειτουργία και οργάνωση. Τα μέλη της κοινωνικής ομάδας που παρουσιάζουν μια υγιή κοινωνική παρουσία, μεταφέρουν μέσω λεκτικών και μη συμβόλων, τις σκέψεις, τις ιδέες και τα συναισθήματά τους επιτυγχάνοντας έτσι την συνεννόηση (Τσιναρέλης, 2004).

Η επικοινωνία διαχωρίζεται σε άμεση και έμμεση. Στην περίπτωση της άμεσης επικοινωνίας μεταξύ δυο μερών, το αντικείμενο είναι σαφές και η λήψη της πληροφορίας πιο ξεκάθαρη. Σε αντίθεση, η έμμεση επικοινωνία προϋποθέτει την συμμετοχή ενός τρίτου ή και περισσότερων ατόμων ώστε να μεταδοθεί το μήνυμα.

Η επικοινωνία διακρίνεται σε πέντε διαφορετικά είδη:

Επικοινωνία της πειθούς: αποστολή μηνυμάτων από τον πομπό στον δέκτη με κύρια χαρακτηριστικά τις έννοιες της παράκλησης και της συμβουλής.

Επικοινωνία των εντολών: αλληλεπίδραση πομπού και δέκτη κατά την οποία ο δέκτης λαμβάνει μια σειρά μηνυμάτων υποχρεωτικού χαρακτήρα, με την μορφή υποδείξεων, παραινέσεων ή εντολών.

Επικοινωνία της πληροφόρησης: απλή μεταφορά μηνύματος προς τον παραλήπτη. Μόνη προϋπόθεση η λήψη και κατανόηση του.

Συνενωτική επικοινωνία: πρωταρχικός της στόχος, η σύναψη ομαλών σχέσεων μεταξύ των ομάδων που αλληλοεπιδρούν και η αμφότερη κατανόηση των πληροφοριών που ανταλλάσσονται.

Επικοινωνία των αποφάσεων: ένωση των μελών μιας ομάδας προκειμένου να καταλήξουν σε μια ομόφωνη απόφαση προς την επίλυση ενός ζητήματος.

(Ζέρβα, Μητροπούλου, Γκούλα, 2016)

Σήμερα, η επικοινωνία επιτυγχάνεται πιο γρήγορα από ποτέ. Χάρη στο διαδίκτυο και την ευρύτατη επέκταση και εξέλιξή του, χάνεται πλέον η έννοια της απόστασης ή του χαμένου χρόνου. Η πρόσβαση στην πληροφορία είναι ελεύθερη, η αποστολή και η λήψη μηνυμάτων συνεχής και προσβάσιμη από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη (Νικολοπούλου, 2020).

Το κομμάτι της πολιτισμικής επικοινωνίας, είναι και ο κλάδος με τον οποίο ενασχολούνται οι περισσότεροι χώροι πολιτισμού, όπως είναι τα μουσεία. Εκμεταλλευόμενοι τον κλάδο αυτό, τα σύγχρονα μουσεία έρχονται σε επαφή με το κοινό τους, διασφαλίζουν την ύπαρξή τους και εξελίσσονται. Στη σημερινή εποχή, η επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων, χαρακτηρίζεται από διάδραση και άμεση επαφή με τους επισκέπτες για την καλύτερη λειτουργία τους. Δεν ακολουθούνται πλέον στατικές και παραδοσιακές μέθοδοι, καθώς δεν αποδίδουν στον ίδιο βαθμό (Μελιανός, 2020). Συνεπώς, επιδιώκεται σθεναρά η αλληλεπίδραση, διαμορφώνοντας μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ κοινού και πολιτιστικού οργανισμού. Έτσι, επίκεντρο πλέον είναι ο επισκέπτης, ο άνθρωπος.

Επιλογικά, αξίζει να τονιστεί πως η επικοινωνία αποτέλεσε καταλυτικό παράγοντα στην εξέλιξη και διαμόρφωση της κοινωνίας όπως την γνωρίζουμε (Μελιανός, 2020). Σήμερα, συνεχίζει να αποτελεί το μέσο έκφρασης του πολιτισμού προς το κοινό, χρησιμοποιώντας ενίοτε μεσάζοντες όπως είναι οι δημοσιογραφικοί κύκλοι ώστε να διευρυνθεί το κοινό που αγγίζει.

Η επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων

Στη σημερινή εποχή, κρίνεται απαραίτητη η υιοθέτηση μιας κοινωνικής πολιτικής για κάθε μουσείο. Ορισμένα σημαντικά σημεία που την χαρακτηρίζουν είναι: η επαφή με το κοινό μέσα από προγράμματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα, η προώθηση της διαφορετικότητας και της ποικιλομορφίας μέσα από την προβολή διαφορετικών πολιτισμών και η οργάνωση δραστηριοτήτων που προωθούν και επικροτούν την διαδραστικότητα (Νικολοπούλου, 2020).

Μια από τις πιο προσφιλείς μεθόδους «κοινωνικοποίησης» ενός μουσείου, αποτελεί η προσφυγή σε δημοσιογραφικά μέσα αλλά και στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με τον τρόπο αυτό οι φορείς πολιτισμού επιτυγχάνουν την προβολή σε όλα τα μέσα.

Πλέον, η πλειοψηφία των μουσείων διαθέτει ιστοσελίδα στο διαδίκτυο από όπου ενημερώνουν το κοινό τους και αλληλεπιδρούν με αυτό. Μέσα από αυτή την δυνατότητα, καταργούνται τα γεωγραφικά εμπόδια και οι επισκέπτες έχουν πρόσβαση σε πληθώρα πληροφοριών, από οπουδήποτε στον κόσμο. Ορισμένες από τις υπηρεσίες που προσφέρονται είναι: η διαδικτυακή περιήγηση, η ενημέρωση για μελλοντικές εκδηλώσεις, η πρόσβαση σε εκπαιδευτικό και επιστημονικό υλικό, διαδικτυακές δραστηριότητες, ηλεκτρονικό κατάστημα δώρων και πολλά άλλα, μόνο από την ασφάλεια του προσωπικού χώρου του επισκέπτη, δίχως να προαπαιτείται η φυσική του παρουσία. Με τον τρόπο αυτό, εξυπηρετούνται όχι μόνο άτομα σε απομακρυσμένα μέρη, αλλά και άτομα τα οποία διαθέτουν κάποια αναπηρία και δεν δύνανται να επισκεφθούν τον φυσικό χώρο του μουσείου.

Ως εκ τούτου, κατά την διάρκεια μιας διαδικτυακής περιήγησης δεν είναι απαραίτητο να περιοριστεί κανείς χρονικά ή να αναλωθεί σε πληροφορίες που δεν βρίσκει ενδιαφέρουσες. Αντιθέτως, δύναται να στραφεί προς τα ενδιαφέροντα και τις κλίσεις του, αφιερώνοντας όσο χρόνο επιθυμεί, ακόμη και διακόπτοντας την περιήγησή του και επιστρέφοντας σε αυτήν αργότερα. Σε κάθε περίπτωση, είναι αδιαμφισβήτητος ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των ψηφιακών μουσείων. Το ψηφιακό μουσείο προσφέρει διαφορετικές εμπειρίες περιήγησης οι οποίες προσαρμόζονται στα ενδιαφέροντα των επισκεπτών. Η αίσθηση της αλληλεπίδρασης ολοκληρώνεται με την αξιολόγηση. Το κοινό αισθάνεται πως μετρά η εμπειρία και η άποψή του μέσα από μια τέτοια διαδικασία και τείνει να την εκτιμά (Νικολοπούλου, 2020).

Στην Ελλάδα, ορισμένα μουσεία που εμφανίζουν έντονο ενδιαφέρον για την διεύρυνση της επικοινωνιακής τους πολιτικής, μέσω του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών είναι: το μουσείο Ακροπόλεως, το Κέντρο Διάδοσης Επιστημών και Μουσείο Τεχνολογίας, το Ίδρυμα Μείζονος Πολιτισμού, το μουσείο Γουλιανδρή Φυσικής Ιστορίας και πολλά άλλα (Νικολοπούλου, 2020).

2.3 Η δημοσιογραφία και ο ρόλος της στην εξωστρέφεια των μουσείων

Ο ορισμός της δημοσιογραφίας

Ως δημοσιογραφία ορίζεται, η συγκέντρωση ειδήσεων και πληροφοριών, τα οποία διαδίδονται μέσω των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας με μοναδικό σκοπό την ενημέρωση των πολιτών (Λιτίνας, 2018). Όπως αναφέρει και η κ. Οργιανέλη Δήμητρα το 2006, σύμφωνα με τον κ. Θεοδωράκη Σταύρο, η δημοσιογραφία ως λέξη ορίζεται ως: « Η γραφή που προορίζεται για το δημόσιο».

Κατά τον Γεώργιο Σκλαβούνη, η δημοσιογραφία οφείλει να υπηρετεί την αλήθεια. Είναι επικοινωνιακή επιστήμη, η οποία εκφράζεται μέσα από την τηλεόραση, τις εφημερίδες, τα περιοδικά και το ραδιόφωνο και στοχεύει στη συλλογή, καταγραφή, ανάρτηση και γνωστοποίηση των ειδήσεων. Συγχρόνως, παρατηρεί, σχολιάζει και ασκεί έλεγχο όπου είναι απαραίτητο (Σκλαβούνης, 2001).

Η επιστήμη της δημοσιογραφίας, θεωρείται σήμερα ως μια από τις δημοφιλέστερες επιστήμες. Κατά κάποιους, ίσως η δημοφιλέστερη του 21^{ου} αιώνα, εφόσον παίζει καταλυτικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Παρά το γεγονός ότι, η ουσία της είναι αμφισβητούμενη πλέον, καθώς αντιμετωπίζει κατηγορίες περί διαπλοκών, παρεμπόδισης και διαπόμπευσης της αλήθειας, στη σημερινή κοινωνία είναι ευρέως αποδεκτή ως η τέταρτη εξουσία για την επιρροή που ασκεί (Αυγέρη et al.). Ο δημοσιογράφος αντιμετωπίζει πολλές προσδοκίες καθώς αναμένεται να μπορεί να διαχειριστεί ορθά, το βήμα που του δίνεται, να υπερασπίζεται τον λαό και να υποστηρίζει το δίκαιο. Ο πραγματικός του σκοπός όμως είναι, η έρευνα, η αναζήτηση και η δημοσιοποίηση της αλήθειας. Η παρακράτηση πληροφοριών ή η παραποίηση τους έχουν οδηγήσει στην έλλειψη εμπιστοσύνης από την πλευρά των πολιτών. Η δημοσιογραφία οφείλει να φανερώνει την αλήθεια αντικειμενικά, αφού πρωτίστως την έχει διασταυρώσει από όλες τις πλευρές. Άλλωστε μοναδικό της μέλημα είναι να εξυπηρετεί τον άνθρωπο (Κοκκίνου, 2016) αλλά και το δημόσιο συμφέρον (Λιτίνας, 2018).

Η δημοσιογραφία, έχει άμεση σχέση με πολλούς κλάδους, όπως είναι η ψυχολογία, η παιδαγωγική, ο πολιτισμός. Οι πληροφορίες που μοιράζεται ένας δημοσιογράφος είναι πολύ σημαντικές. Πρέπει να ενημερώνουν τον ενδιαφερόμενο, χωρίς όμως να επηρεάζουν τη

ψυχοσύνθεση του, ενώ ταυτόχρονα, είναι απαραίτητο να είναι ποιοτικές (Σκλαβούνης, 2001). Πέραν αυτών μια είδηση είναι σημαντικό να είναι κατανοητή και περιεκτική ώστε να ελκύει τους αναγνώστες (Αλεξάνδρη, 2015).

Τα τελευταία χρόνια ο ρόλος της δημοσιογραφίας έχει αλλάξει. Η χρήση του Διαδικτύου εξαπλώνεται ραγδαία. Δεν είναι λίγες οι φορές, που οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι παρακάμπτονται και οι ειδησεογραφικοί πομποί επικοινωνούν άμεσα με τους δέκτες συχνότερα μέσω του διαδικτύου (Κοκκίνου, 2016). Ακόμη, η γνωστή πλέον δημοσιογραφία των πολιτών η οποία έχει λάβει νέες διαστάσεις, ελλοχεύει κινδύνους. Εξαιτίας των πρόσφατων αυτών αλλαγών, ενισχύεται το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων και η παραπληροφόρηση.

Εντούτοις, δεν πρέπει να λησμονούμε πως υποστηρίζεται από μεγάλη μερίδα ανθρώπων, ότι η εξέλιξη αυτή, θα έχει θετικά αποτελέσματα. Προβλέπεται, πως η δημοσιογραφία θα επαναπροσδιοριστεί, θα απελευθερωθεί από παλαιές νόρμες και θα επαναπροσδιοριστεί σε μια καλύτερη μορφή. Άλλωστε, σε κάθε σημαντική τεχνολογική ή κοινωνικοοικονομική αλλαγή μεταλλάσσεται ο τρόπος μετάδοσης των ειδήσεων και η επικοινωνία (Αλεξάνδρη, 2015). Παρά το γεγονός πως η μορφή της αλλάζει, ο σκοπός της παραμένει πάντα ο ίδιος, η ενημέρωση των πολιτών και η διαμόρφωση μιας κοινής γλώσσας επικοινωνίας και μιας κοινής αλήθειας για όλους.

Μ.Μ.Ε. και Πολιτισμός

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει, η σχέση του πολιτισμού με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Από πολλούς αμφισβητείται η ανιδιοτελής ύπαρξη της σχέσης αυτής. Για τον λόγο αυτό θα εξετάσουμε σε τι βαθμό προβάλλεται και από ποια μέσα ο πολιτισμός σε διάφορες εκφάνσεις του. Στα παραδοσιακά μέσα όπως το ραδιόφωνο υπάρχει πληθώρα ραδιοφωνικών σταθμών που διατηρεί σχέση με μουσεία και χώρους πολιτισμού. Παραδείγματα αποτελούν ορισμένοι ραδιοφωνικοί σταθμοί της Θεσσαλονίκης (9.58 ERT3, FM100 Δημοτικό ραδιόφωνο & Πρακτορείο FM) οι οποίοι συνεργάζονται με τοπικά μουσεία και ενημερώνουν σχετικά το κοινό (Ψωμαδάκη, 2018). Αντίστοιχα παραδείγματα στην ίδια πόλη υπάρχουν και στον χώρο της τηλεόρασης (BERGINA TV CHANNEL, ΔΕΠΘΕ- TV 100, ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε., ATLAS TV) και δείχνουν εξαιρετικό ενδιαφέρον ως προς τα πολιτιστικά δρώμενα, την ανάπτυξη σχέσεων με τα μουσεία και την προώθηση του

πολιτισμού. Ασφαλώς και κανάλια με πανελλαδική εμβέλεια παρουσιάζουν ενδιαφέρον ως προς τον πολιτισμό (ΕΡΤ3- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Α.Ε., ANTENNA TV Α.Ε. κ.α) χωρίς όμως, να αφιερώνουν αποκλειστικά το περιεχόμενο τους σε αυτόν. Παρά την ύπαρξη φορέων που επενδύουν στον πολιτισμό, έχει διεξαχθεί το συμπέρασμα (έρευνα που πραγματοποιήθηκε 2014-2017) πως το ενδιαφέρον που εκδηλώνεται δεν είναι αρκετά μεγάλο και για τον λόγο αυτό εκπομπές πολιτιστικού περιεχομένου χρηματοδοτούνται κατά βάση από ιδιωτικούς φορείς (Ψωμαδάκη, 2018).

Ας αναλογιστούμε όμως, πώς έχει μεταφερθεί η διάδοση της γνώσης σχετικά με τον πολιτισμό στην εποχή του διαδικτύου, όπου πέραν των απόψεων των καθημερινών ανθρώπων, συναντούμε και δημοφιλή περιοδικά και εφημερίδες που έχουν πλέον προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα και προσφέρουν το περιεχόμενο τους και ηλεκτρονικά. Αναντίρρητα, κάτι τέτοιο δεν ισχύει μόνο για τον τύπο αλλά και για τα ίδια τα μουσεία τα οποία έχουν επίσης επεκταθεί στον διαδικτυακό χώρο. Ωστόσο, θα αποτελούσε παράλειψη να μην αναφέρουμε πως αντιμετωπίζοντας την έλλειψη ενδιαφέροντος απέναντι στα πολιτιστικά ζητήματα, πολλοί ιστότοποι εντάσσουν στο περιεχόμενο τους ποικιλία άλλων θεμάτων όπως είναι η διασκέδαση, προκειμένου να διατηρήσουν υψηλά τις χορηγίες αλλά και το ενδιαφέρον του κοινού (Ψωμαδάκη, 2018). Αντίστοιχα σε ιστοτόπους όπως το Thesswiki Project όπου αναρτάται υλικό από τον καθένα, υπάρχει ο κίνδυνος της παραπληροφόρησης. Σαφέστατα, στα θετικά στοιχεία καταλογίζονται η αύξηση ενδιαφέροντος του κοινού και η έντονη παρουσία των μουσείων στο διαδίκτυο ως μέσο ενημέρωσης και επικοινωνίας.

Πολιτισμική Δημοσιογραφία

Ένας κλάδος της δημοσιογραφίας, λιγότερο γνωστός από τους υπόλοιπους, είναι αυτός της πολιτισμικής δημοσιογραφίας (cultural journalism) . Ο κλάδος αυτός επικεντρώνεται στις τέχνες και τον πολιτισμό. Παρά τις αρνήσεις για την ύπαρξη και τις επιδόσεις του, ο συγκεκριμένος κλάδος ακμάζει και διευρύνεται. Στις απαρχές της εμφάνισής του, τον 20ο αιώνα, συμπεριλάμβανε κυρίως θεματικές που αφορούσαν τον πολιτισμό και τις τέχνες όπως το θέατρο. Αργότερα, έως και σήμερα, κυρίαρχες θεματικές αποτελούν ο τρόπος ζωής, η μουσική αλλά και οι ζώες διάσημων προσώπων. Διαπιστώνουμε λοιπόν, πως εάν και επιδεικνύεται το ίδιο ενδιαφέρον προς τον πολιτισμό, αυτό έχει

στραφεί κυρίως σε θέματα πιο επικερδή και δημοφιλή προς το κοινό (Kristensen, 2010).

2.4 Τα μέσα επικοινωνίας και πως η δημοσιογραφία υποστηρίζει την επικοινωνία

Μαζική επικοινωνία

Προς το τέλος της δεκαετίας του 1930, εισήχθη στην επικαιρότητα η έννοια της «μαζικής επικοινωνίας» (Νατσιάβα, 2009). Ο επίσημος ορισμός της υποστηρίζει πως, η μαζική επικοινωνία περικλείει κάθε τύπο δημόσιας διάδοσης πληροφοριών και γεγονότων ειδησεογραφικού ενδιαφέροντος , χρησιμοποιώντας μέσα τεχνικού χαρακτήρα (Λαμπροπούλου,1997).

Σκοπός της, είναι η διαμόρφωση των πεποιθήσεων μιας ομάδας ατόμων ή και ολόκληρης της κοινής γνώμης. Τα αποτελέσματα που επιφέρει η μαζική επικοινωνία, διαφοροποιούνται από αυτά της απλοποιημένης ατομικής. Επηρεάζεται ο δέκτης, τα συναισθήματα, οι απόψεις και οι συμπεριφορές του.

Είναι σαφές ωστόσο, πως το κοινό μεταβάλλεται, ανάλογα με το μέσο επικοινωνίας που επιλέγεται αλλά και τις συνθήκες. Για άλλη μια φορά, καταλυτικό ρόλο παίζουν ο μεταδότης, το μέσο και ο δέκτης. Δεν είναι δυνατό, με ένα μέσο, να μεταδοθεί μια πληροφορία σε όλες τις κοινωνικές ομάδες, όπως και ο κάθε πομπός δεν μεταδίδει το ίδιο μήνυμα, αλλά προσαρμόζεται στα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες του κοινού (Νατσιάβα, 2009). Ακόμη, η μετάδοση των ειδήσεων συντελείται σχεδόν αποκλειστικά από άτομα με εξειδικευμένες γνώσεις και χαρακτηρίζεται από μια οργανωτική δομή, κάτι που δεν είναι απαραίτητο για το κοινό που προσλαμβάνει την πληροφορία (Λαμπροπούλου,1997).

Η μαζική επικοινωνία επιτυγχάνεται εμμέσως. Με την χρήση της τεχνολογίας, παρακάμπτονται τα όρια του χώρου και του χρόνου και η πληροφορία μεταδίδεται σε πλήθος ατόμων. Χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας, το κοινό δύναται να αλληλοεπιδράσει σε συνθήκες μη διαπροσωπικού χαρακτήρα, διευρύνοντας τους ορίζοντες του (Νατσιάβα, 2009).

Τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας

Κατά τον 16ο μέχρι και τον 18ο αιώνα, στις κοινωνίες της Φεουδαρχικής Ευρώπης, εμφανίστηκε για πρώτη φορά η πιο σύγχρονη μορφή των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Έως το σημείο εκείνο, η επικοινωνία, ήταν πιο άμεση και διαπροσωπική. Θα μπορούσαμε να την χαρακτηρίσουμε, κατά βάση προφορική. Ο πομπός είχε άμεση σύνδεση με τον δέκτη και μπορούσε να αντιληφθεί τα συναισθήματα και τις αντιδράσεις του κοινού. Συγχρόνως, ο δέκτης, είχε την δυνατότητα να αντιδράσει και να δημιουργηθεί, έτσι, αλληλεπίδραση. Τα αίτια έλλειψης επικοινωνίας δια του γραπτού λόγου, εντοπίζονται, στον έντονο αναλφαριθμητισμό και την ελάχιστα ανεπτυγμένη τεχνολογία (Παπαδάκης & Ιωαννίδης, 1996).

Κατά γενική ομολογία, ο λόγος ύπαρξης των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι η ενίσχυση της πολιτισμικής και κοινωνικής ενότητας και η εξάπλωση της αλληλεγγύης. Επιπροσθέτως, στοχοποιούν στην προβολή όλων των διαφορετικών απόψεων και ιδεών που κυριαρχούν. Συνδέουν, τις ατομικές απόψεις με την πραγματικότητα που επικρατεί, δίνοντας, έτσι, μια ολιστική εικόνα. Κυρίαρχος σκοπός, παραμένει πάντα, η μετάδοση των γεγονότων (Κωνσταντινίδου, 2002).

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παίρνουν πολλές μορφές: αυτήν της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου, των εφημερίδων, των περιοδικών. Όμως, πρωταρχικός στόχος τους είναι η πληροφόρηση και η επιρροή του κοινού (Κατσιγιάννη, 2018). Δεν πρέπει να εκλαμβάνονται ως ανεξάρτητα και δίχως καμία σύνδεση μεταξύ τους, αλλά ως μέσα που λειτουργούν παράλληλα και συμπληρωματικά (Λαμπροπούλου, 1997).

Από πολλούς, ο Τύπος χαρακτηρίζεται ως η τέταρτη εξουσία. Αρχικώς, η εφημερίδα, πρώτο, για πολλά χρόνια και ένα από τα παραδοσιακότερα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας. Η εφημερίδα, περιέχει ειδησεογραφικό υλικό και το κύριο χαρακτηριστικό της, είναι η καίρια και άμεση ενημέρωση (Κατσιγιάννη, 2018). Αυτή είναι και η κύρια διαφορά της από το περιοδικό. Προσφέρει πληροφορίες και ειδήσεις σε καθημερινή ή εβδομαδιαία βάση (Ζανκοβίτς, 2018).

Πρώτες αναφορές σε αυτή, σημειώνονται την εποχή του Μεγάλου Αλεξάνδρου με τις «βασίλειες εφημερίδες» να ενημερώνουν σχετικά με τα πολιτικά πράγματα, τα δρώμενα και τις ενασχολήσεις του βασιλέως. Αργότερα, στην Αρχαία Ρώμη, τα «acta diurna» και τα «acta senatus» αποτέλεσαν, αντίστοιχου τύπου ενημερωτικές «ειδοποιήσεις» που περιείχαν πληροφορίες, σχετικά με την Σύγκλητο αλλά και τρέχουσες πολιτικές εξελίξεις (Κατσιγιάννη, 2018).

Ωστόσο, η πραγματική διάδοση της πληροφορίας επήλθε με την τυπογραφία και την εγκαθίδρυση της στην Ευρώπη από τον Γουτεμβέργιο. Δεν καθυστέρησε, λοιπόν, η εμφάνιση της πρώτης εβδομαδιαίας εφημερίδας με την μορφή που την γνωρίζουμε σήμερα. Επρόκειτο, για την εφημερίδα «Aviso Relation oder Zeitung» η οποία κυκλοφόρησε το 1609, στην Γερμανία (Κατσίγιαννη, 2018).



(Εικόνα 1, Old Newspaper)

Το ραδιόφωνο, ένα από τα πρώτα μέσα ενημέρωσης που όμως υφίσταται ακόμη, συνδυάζει επιτυχημένα την ενημέρωση με την τέρψη του κοινού. Έχει το χαρακτηριστικό να προσφέρει μεν ενημέρωση, συνεισφέροντας όμως και με τις προσωπικές απόψεις των ομιλητών, δημιουργώντας, με τον τρόπο αυτό, μια νέα εμπειρία. Διαδόθηκε ιδιαίτερα, λόγω της χρηστικότητας του και της δυνατότητας να το ακούσει κανείς, οπουδήποτε. Συνδυάζοντας την μουσική με την πληροφόρηση, έγινε αγαπημένη συνήθεια ανά τα χρόνια και προτιμητέο μέσο μετάδοσης.

Επαληθεύοντας την θεωρία του Maxwell και του Hertz περί ηλεκτρομαγνητισμού, η πρώτη μετάδοση ερτζιανών κυμάτων, πραγματοποιήθηκε το 1895, από τον Guglielmo Marconi, ο οποίος επιχείρησε επιτυχώς την ασύρματη μετάδοση ηχητικών σημάτων. Χάρη στον Marconi, αλλά και άλλους ερευνητές όπως ο R. Fessenden και ο L. de Forest τα ερτζιανά κύματα, άνθισαν κατά την δεκαετία του 1910 στις Ηνωμένες Πολιτείες. Μολαταύτα, μόνο από το 1930 και έπειτα το ραδιόφωνο εδραιώθηκε επισήμως σε Ευρώπη και Ηνωμένες Πολιτείες,

χάρη στην δημιουργία οργανωμένου δικτύου ραδιοφωνικών σταθμών (Ζάνκοβιτς, 2018).

Από την δεκαετία του 1990 και έπειτα, εισήχθη το ψηφιακό ραδιόφωνο. Για την επιτυχή λειτουργία του, είναι απαραίτητη η χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας, όχι μόνο κατά την παραγωγή, αλλά και κατά την επεξεργασία, διαχείριση, καταγραφή και αναπαραγωγή των πληροφοριών που καταγράφονται. Επιπροσθέτως, πλέον γίνεται μετατροπή του αναλογικού ηχητικού κύματος σε ψηφιακό κατά τη διάρκεια της μετάδοσης με τη βοήθεια διάφορων προγραμμάτων. Παράλληλα, τον πιο σημαντικό ρόλο διατηρεί το διαδίκτυο για την μετάδοση προγραμμάτων ραδιοφωνικών σταθμών διότι καταλύει γεωγραφικούς περιορισμούς. Ο χρήστης δύναται να αποκτήσει πρόσβαση σε οποιοδήποτε ραδιοφωνικό πρόγραμμα, χρησιμοποιώντας πληθώρα ηλεκτρονικών συσκευών (Ματσιώλα, 2008).

Αν και πλέον υπάρχει το ψηφιακό και το διαδικτυακό ραδιόφωνο, δημοφιλές παραμένει το αναλογικό το οποίο χρησιμοποιεί συχνότητες και ανήκει στα συμβατικά μέσα μετάδοσης (Ζάνκοβιτς, 2018).



(Εικόνα 2, Canadian Eaton's Viking Tube Radio)

Η πρώτη ουσιαστική μεταβολή στα μέσα ενημέρωσης χάρη στην τεχνολογία, επήλθε με την καινοτόμο εφεύρεση της τηλεόρασης. Η αλλαγή αυτή σημειώθηκε, την δεκαετία του 1960 (Παπαθανασόπουλος, 2017). Ο 18^{ος} αιώνας επέφερε τις πρώτες αλλαγές, μέσα από την

εγκαθίδρυση του μέσου, με την μεγαλύτερη επιρροή και αναγνωρισιμότητα. Οι συνεχείς προσπάθειες, να αναμεταδοθεί οπτικό υλικό, που ακολούθησαν την ανακάλυψη του τηλεφώνου, τελικώς απέδωσαν καρπούς.

Η τηλεόραση πέρασε από πολλά στάδια για να φτάσει στην μορφή με την οποία τη γνωρίζουμε σήμερα. Αρχικώς επρόκειτο απλώς για φιγούρες δίχως την προβολή ολοκληρωμένων εικόνων. Ήταν το 1926, η πρώτη φορά που προβλήθηκαν σε συσκευή κινούμενες εικόνες με πρόσωπα από τον μηχανικό J. Baird (Ζάνκοβιτς, 2018). Ωστόσο, οι επίμονες προσπάθειες για την ποιοτική και ολοκληρωμένη μετάδοση τηλεοπτικού σήματος, δυστυχώς, δεν καθιστούν ξεκάθαρο ποιο ήταν το κράτος το οποίο τα κατάφερε πρώτο. Η ευρεία διάδοση όμως του μέσου και η ταχύτερη ανάπτυξη του, επήλθε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Γεγονότα που σηματοδότησαν την εκτόξευση της τηλεόρασης, ήταν η αναμετάδοση της Ολυμπιάδας το 1936, καθώς και η ομιλία του προέδρου της Αμερικής, Franklin Roosevelt που πραγματοποιήθηκε το 1939. Τα γεγονότα αυτά είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα, διότι, αποτελούν ζωντανές αναμεταδόσεις κάτι το οποίο δεν γινόταν συχνά λόγω της δυσκολίας και της προετοιμασίας που ήταν απαιτούμενες.

Ανά τα χρόνια, ανακαλύψεις όπως: η καλωδιακή μετάδοση σήματος (1950), η διάδοση ειδήσεων ηλεκτρονικά και η χρήση βιντεοκασετών (1970), οι συσκευές λήψης και εγγραφής (1980), η αναμετάδοση προγραμμάτων σε υψηλή ευκρίνεια και η χρήση δορυφορικών συστημάτων (1980), η διαδικτυακή τηλεόραση και γενικότερα η διάδοση της ψηφιακής και της διαδραστικής τηλεόρασης η οποία σχετίζεται άμεσα με την επαυξημένη πραγματικότητα συνετέλεσαν σημαντικά στην μαζική αποδοχή και προτίμηση του κοινού προς το μέσο αυτό (Ματσιώλα, 2008).

Σήμερα η τηλεόραση εξακολουθεί να κυριαρχεί στα μέσα ενημέρωσης και να αποτελεί μια θαυμαστή εφεύρεση, η οποία με την βοήθεια της τεχνολογίας, συνεχώς εξελίσσεται (Ζανκοβιτς, 2018).



(Εικόνα 3, Old portable television)

2.5 Τα νέα μέσα στην επικοινωνία και ο ρόλος του δημοσιογράφου σε αυτά

Τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας

Στις μέρες μας η ανάπτυξη των κοινωνιών επιφέρει ως αποτέλεσμα, την χρήση νέων τεχνολογιών στην καθημερινότητά μας (Ματσιώλα, 2008). Η εφεύρεση του παγκόσμιου ιστού, αποδίδεται στον προγραμματιστή και ερευνητή, Tim Berners-Lee (Ματσιώλα, 2008). Τον παγκόσμιο ιστό απαρτίζουν υπολογιστές διάχυτοι ανά τον πλανήτη οι οποίοι ανταλλάσσουν μεταξύ τους δεδομένα και πληροφορίες. Στο διαδίκτυο υπάρχει πληθώρα πληροφοριών, που μπορεί να σχετίζεται με οποιοδήποτε θέμα. Οι χρήστες του μπορούν να βρίσκονται σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και να αλληλοεπιδρούν, καταρρίπτοντας τα χωροχρονικά εμπόδια (Ζανκοβιτς, 2018).

Τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας εντοπίζονται κυρίως στο διαδίκτυο (Ζανκοβιτς, 2018). Το διαδίκτυο γνώρισε ουσιαστική επέκταση από το 1992 και έπειτα. Ως εκ τούτου το διαδίκτυο, μια υπηρεσία ανύπαρκτη μέχρι πριν μερικά χρόνια, πλέον διατηρεί κοινό εκατομμυρίων χρηστών έχοντας κατακλύσει τις ζωές μας. Το διαδίκτυο, γνωρίζει ολόένα και μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα και ιδίως ως πηγή ειδήσεων και

πληροφοριών. Εύλογα λοιπόν τα δημοσιογραφικά μέσα ενσωματώνονται στις νέες συνθήκες (Ματσιώλα, 2008).

Αρχικώς μέσα από τους διαδικτυακούς ιστοτόπους, οι χρήστες αποκτούν πρόσβαση στην πληροφορία. Εκτενέστερα, θα μπορούσαμε να πούμε πως με την εισαγωγή των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινότητα μας, τα δεδομένα έχουν αλλάξει. Τα λεγόμενα “social media” σηματοδοτούν την δεύτερη γενιά του διαδικτύου. Πλέον, οι χρήστες παύουν να είναι παθητικοί δέκτες της πληροφορίας και συμμετέχουν ενεργά παρέχοντας και οι ίδιοι πληροφορίες, αλληλεπιδρώντας και δίνοντας κριτική πάνω στην πληροφορία που λαμβάνουν (Μανούσου & Χαρτοφύλακα, 2011).

Στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας εντάσσουμε όλα όσα προαπαιτούν τη χρήση του παγκόσμιου ιστού και την χρήση τεχνολογίας γενικότερα. Οι σύγχρονοι φορείς πολιτισμού λοιπόν, συχνά προτιμούν τα σύγχρονα μέσα , εξαιτίας της αμεσότητας και της αλληλεπίδρασης που προσφέρουν (Νικολοπούλου, 2020).

Πιο συγκεκριμένα, το πιο διαδεδομένο μέσο επικοινωνίας στην επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου είναι, ασφαλώς, ο διαδικτυακός ιστότοπος. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός πως, η πλειονότητα των μουσείων σήμερα διατηρεί μια ενημερωμένη ιστοσελίδα με σκοπό να κοινοποιεί τις εκδηλώσεις και τις υπηρεσίες που διαθέτει, να διευκολύνει την εμπειρία του επισκέπτη, να λαμβάνει αξιολόγηση στοχεύοντας στην βελτιστοποίησή του και γενικότερα να έρχεται σε επαφή με το κοινό.

Τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συναντούν μεγάλη αναγνωρισιμότητα και είναι εύκολα στην πρόσβαση και τη χρήση τους. Τα μέσα αυτά είναι ουσιαστικά, ηλεκτρονικές πλατφόρμες χρησιμοποιούμενες από εκατομμύρια χρήστες οι οποίοι μοιράζονται πληροφορίες με την μορφή βίντεο, φωτογραφιών ή υπερσυνδέσμων. Κύριο χαρακτηριστικό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι η διασκέδαση και η διάδραση μεταξύ των χρηστών (Νικολοπούλου, 2020).

Τα μεγαλύτερα μουσεία στις μέρες μας, διατηρούν λογαριασμούς σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες όπως είναι το Facebook, το Instagram, το Twitter, το LinkedIn, το Youtube και το Google+. Το Facebook είναι ίσως το δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, καθώς ξεπερνά τους δυο δισεκατομμύρια χρήστες. Μέσω των εφαρμογών αυτών, οι οργανισμοί γνωστοποιούν τις δράσεις και το περιεχόμενό τους, προσκαλώντας

νέους επισκέπτες να τους γνωρίσουν. Συγχρόνως, παρατηρούν τις προτιμήσεις του κοινού τους και προσαρμόζονται σε αυτές.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αφοσιωμένου μουσείου αποτελεί το Hermitage στη Μόσχα. Το μουσείο αυτό, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί παράδειγμα προς μίμηση, καθώς συμπληρώνει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις ενός σύγχρονου μουσείου. Αρχικά, διαθέτει ιστότοπο στον οποίο ασφαλώς προσφέρονται οι συνήθεις υπηρεσίες όπως η ηλεκτρονική αγορά εισιτηρίου, ηλεκτρονικό κατάστημα και πληροφορίες σχετικά με το μουσείο και τις δράσεις του. Πέραν αυτών όμως, είναι δυνατή και η πρόσβασή σε πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων. Ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε διαδικτυακή περιήγηση, τρισδιάστατα έργα, εκθέσεις και πλήρως ενημερωμένο πληροφοριακό υλικό το οποίο διακρίνεται σε κατηγορίες ανάλογα με την αναζήτηση του χρήστη. Επιπροσθέτως, διατηρεί λογαριασμούς σε Facebook, Twitter και Youtube.

Από όλα τα παραπάνω γίνεται φανερό, πως η έντονη παρουσία στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, είναι προς όφελος των μουσείων. Παρ' όλα αυτά, οι φορείς πολιτισμού στην χώρα μας, φαίνεται να μην επιδίδονται ιδιαίτερα στην ανάπτυξη και εξέλιξη της ηλεκτρονικής τους παρουσίας και να προτιμούν παραδοσιακότερα μέσα επικοινωνίας. Αν και διατηρούν λογαριασμούς σε αρκετές από τις προαναφερθείσες εφαρμογές, δεν τείνουν να ανανεώνουν συχνά το υλικό τους και να αλληλοεπιδρούν με εν δυνάμει επισκέπτες. Έτσι, χάνεται η ουσία των μέσων αυτών και η επιθυμία των πολιτών να γνωρίσουν καλύτερα κομμάτια του πολιτισμού (Νικολοπούλου, 2020).

2.6 Ζητήματα Δεοντολογίας

Δημοσιογραφική δεοντολογία

Η επίσημη ορολογία της έννοιας «δεοντολογία» την ορίζει ως την ομάδα των ηθικών κανόνων που έχουν άμεση συσχέτιση με το επάγγελμα της δημοσιογραφίας (Χρονοπούλου & Καλογεροπούλου, 2018) . Όπως αναφέρει και η κ. Χαριστείδου, ο Ward, τονίζει στο Global Journalism Ethics: Widening the Conceptual Base, πως η ηθική στον τομέα της δημοσιογραφίας λειτουργεί ως ανάλυση της σωστής και θεμιτής συμπεριφοράς, της υπεύθυνης πρακτικής και των ανθρωπίνων αλληλεπιδράσεων υπό το πρίσμα των διαθέσιμων αρχών. Η

δημοσιογραφική ηθική ακολουθεί δυο συλλογιστικές: τη θεωρητική η οποία εστιάζει στην δεοντολογία και την πρακτική η οποία ενασχολείται με την ορθότητα των πράξεων (Χαριστείδου, 2019).

Συχνό γεγονός αποτελεί η αμφισβήτηση της δημοσιογραφίας και της δεοντολογίας ως έννοιες που μπορούν να συνυπάρξουν (Αλεξάνδρη, 2015). Ο δημοσιογράφος δέχεται πιέσεις είτε από την κοινωνία, είτε από το εργασιακό του περιβάλλον είτε ακόμη και από το ίδιο το αναγνωστικό κοινό ώστε να αποδώσει την είδηση με τρόπο επιθυμητό. Εάν όμως περιορίζεται η ελευθερία της σκέψης και της έκφρασης, κατά πόσο εξασφαλίζεται η πρωτοτυπία; Εάν στόχος είναι η ταχύτητα, η γρήγορη παραγωγή ειδήσεων, σε τι βαθμό επιτυγχάνεται η ποιότητα; Η διατήρηση μιας ορθής δεοντολογικής πορείας απαιτεί πρόκληση για τον δημοσιογράφο. Η υιοθέτηση ενός προτύπου επαγγελματικής συμπεριφοράς οδηγεί σε πιο δίκαια και αμερόληπτα αποτελέσματα. Είναι ζήτημα λήψης αποφάσεων. Αποφάσεις που λαμβάνει ο δημοσιογράφος, ως προς τα γεγονότα που εν τέλει θα καλυφθούν και τον τρόπο με τον οποίο θα γίνει αυτό, χωρίς την παρεμπόδιση της αλήθειας έχοντας ωφελιμιστικούς σκοπούς. Ο κάθε δημοσιογράφος είναι προσωπικά υπεύθυνος για τις αποφάσεις που παίρνει και για τη διατήρηση του ήθους του. Μολαταύτα, για να είναι βέβαιη η ομαλή λειτουργία των δημοσιογραφικών κύκλων, έχει θεσπιστεί ο Κώδικας Δεοντολογίας, ο οποίος μεριμνά για την ορθότητα και την αντικειμενικότητα των πληροφοριών που παρέχονται στο κοινό (Λιτίνας, 2018). Μέσω αυτού, έχουν εισαχθεί ορισμένες θεμελιώδεις αρχές, σεβαστές από όλους (Χρονοπούλου & Καλογεροπούλου, 2018). Ειδικότερα, κρίνεται απαραίτητη η τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου σε ότι αφορά την προέλευση των πληροφοριών που κατέχει, η αντιμετώπιση όλων των πολιτών ως ισότιμων μελών της κοινωνίας, η αποφυγή διακρίσεων, ο σεβασμός της προσωπικότητας του ατόμου και ασφαλώς, η διατήρηση της ελευθερίας της έκφρασης και παρουσίασης των πληροφοριών που έχουν συγκεντρωθεί. Στα πλαίσια των προσδοκιών από έναν δημοσιογράφο συγκαταλέγεται και η προβολή και προστασία της εθνικής παράδοσης, του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι κανονισμοί αυτοί προβάλλουν μεν τα δικαιώματα του δημοσιογράφου, υπαγορεύουν δε, τα καθήκοντα και τις υποχρεώσεις του. Σε περίπτωση παραβίασης του κώδικα δεοντολογίας επισύρονται ποινές οι οποίες είναι δυνατό να περιλαμβάνουν και τη μορφή νομικής παρέμβασης (Καρβούννη, 2005).

Εν κατακλείδι, θα λέγαμε πως τα όρια της ελευθερίας του λόγου, της αντικειμενικότητας και της ιδιωτικότητας παρά των προσπαθειών που έχουν καταβληθεί δεν έχουν οριστεί μέσα σε αυστηρά και κατανοητά πλαίσια (Χαριστείδου, 2019). Ο σύγχρονος δημοσιογράφος καλείται να καλύψει πολλούς ρόλους: αυτόν του καθοδηγητή και του επιμορφωτή της κοινής γνώμης, του επαγγελματία που εκπροσωπεί όλους τους πολίτες συμπεριλαμβανομένων και των μειονοτήτων, του ανθρώπου που αντιλαμβάνεται τη κοινωνική και ατομική του ευθύνη και υπηρετεί το δημόσιο καλό διαδίδοντας την πληροφορία, ερμηνεύοντας τα γεγονότα και κατακρίνοντας, όταν χρειάζεται, την εξουσία. Επομένως, είναι περιττό να τονιστεί πως η έννοια της δεοντολογίας μέσα σε αυτά τα πλαίσια είναι αρκετά σχετική και είναι δύσκολο να προσδιοριστεί.

2.7 Συμπεράσματα

Από τα παραπάνω, γίνεται φανερό πως η εξέταση ορισμένων βασικών αλλά και πιο εξειδικευμένων εννοιών, ήταν καταλυτική για την ορθότερη κατανόηση του θέματος προς συζήτηση. Η εξέλιξη του πολιτισμού και ο εμπλουτισμός της πολιτιστικής κληρονομιάς, έχουν δημιουργήσει την ανάγκη για διαφύλαξη, συντήρηση και προβολή της ιστορίας. Το μουσείο αποτελεί το μέσο που επιτυγχάνει να συλλέξει και να προβάλλει τα στοιχεία τα οποία αποτελούν μέρος του πολιτισμού. Ανά τα χρόνια έχει αλλάξει πολλές μορφές όμως πάντα, κύριο μέλημα του, παρέμενε η διαμόρφωση της κοινωνίας και η επιμόρφωση των μελών της. Μέσα από την ανάλυση του όρου της επικοινωνίας και κατ' επέκταση και της δημοσιογραφίας και της σχέσης της με τον πολιτισμό, καθίσταται σαφής η άρρηκτη σχέση τους.

Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία και αποτελέσματα της έρευνας

3.1 Εισαγωγή

Το 3^ο κεφάλαιο διαχωρίζεται σε δυο μέρη. Το πρώτο, αφορά τη δευτερογενή ανάλυση κειμένων, την εύρεση δελτίων Τύπου από μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού, την ποσότητα και συχνότητά τους και την κάλυψη που έλαβαν τα εν λόγω μουσεία από τον Τύπο. Το

δεύτερο μέρος, απαρτίζεται από έρευνα και καταγραφή ήδη υπάρχοντων στοιχείων και ερευνών πάνω σε ζητήματα δημοσιογραφικής δεοντολογίας και μουσειακής επικοινωνιακής πολιτικής καθώς και περιπτώσεις κατά τις οποίες διαφαίνεται να υπήρξαν διακρίσεις ως προς την επιλογή και προβολή μουσείων από τους δημοσιογραφικούς κύκλους ή αμέλεια από πλευράς των μουσείων ως προς την επικοινωνιακή πολιτική τους.

3.2 Μεθοδολογία

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν για το πρώτο μέρος της έρευνας της εν λόγω πτυχιακής εργασίας προήλθαν από τα δελτία τύπου που εξέδωσε κάθε μουσείο καθώς και από τους διαδικτυακούς ιστοτόπους του. Ακολουθούν τα δημοσιεύματα των τοπικών εφημερίδων σε σχέση με τα προαναφερθέντα δελτία τύπου και ανακοινώσεις. Τα μουσεία που μελετήθηκαν περιορίζονται σε οργανισμούς της Ελλάδας, με σκοπό να εντοπιστούν διαφορές ανάμεσα στα έτη προς μελέτη αλλά και τα ίδια τα μουσεία.

Ακολούθως, για το δεύτερο μέρος της μελέτης, συλλέχθηκε μια σειρά από έρευνες και δημοσιεύματα τα οποία έχουν ως κοινό παρονομαστή, την συσχέτιση της δημοσιογραφίας με τα μουσεία. Η καταγραφή επικεντρώνεται στη συλλογή ήδη υπάρχοντων ερευνών και δεδομένων που αφορούν την επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων και την δημοσιογραφική δεοντολογία και συμπεριφορά. Εντοπίζονται πιθανές διακρίσεις απέναντι σε μουσεία και τονίζεται η σχέση του μουσείου με τη δημοσιογραφία και η σημασία των δημοσίων σχέσεων ενός μουσείου.

3.2.1 Δευτερογενής έρευνα στην επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων

Το πρώτο μέρος της έρευνας που ακολουθεί, καταγράφει τα δελτία τύπου που εκδίδονται από ορισμένα μουσεία. Σκοπός είναι να διακριθεί η προσπάθεια του εκάστοτε μουσείου να κοινωνικοποιηθεί και να γίνει μια σύγκριση ανάμεσα στα μουσεία. Η χρονική περίοδος που μας απασχολεί, είναι τα έτη 2019-2020. Τα μουσεία προς ερεύνηση είναι τα εξής: Μουσείο Ακρόπολης, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών και Μουσείο Μπενάκη.

Τα μουσεία αυτά, επιλέχθηκαν λόγω της γεωγραφικής τους τοποθεσίας και της δημοτικότητας τους. Καταγράφονται στοιχεία, από τέσσερα από τα δημοφιλέστερα ελληνικά μουσεία και ενός, λιγότερο δημοφιλούς που βρίσκεται όμως γεωγραφικά κοντά με τα υπόλοιπα και καλύπτεται από τις ίδιες εφημερίδες.

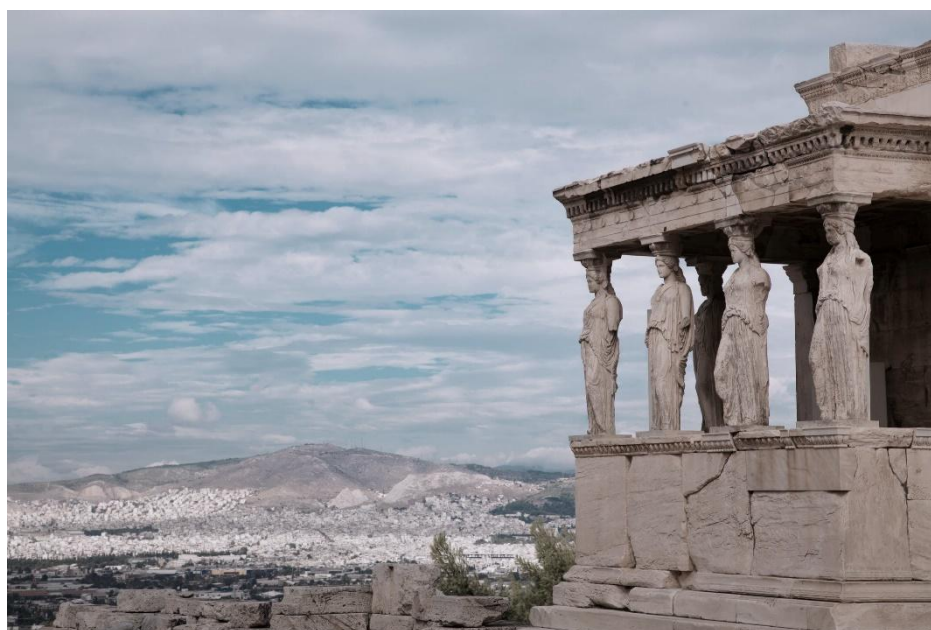
Οι εφημερίδες που ερευνήθηκε εάν έδειξαν ενδιαφέρον προς τις δραστηριότητες των μουσείων είναι: η Καθημερινή, το Βήμα, το Πρώτο Θέμα, το Έθνος και η Ναυτεμπορική.

Το κάθε δελτίο τύπου, έπονται οι εφημερίδες που το αναδημοσίευσαν και επομένως συνέβαλαν στην προβολή του μουσείου.

Μουσείο Ακρόπολης

Το μουσείο Ακροπόλεως, το δημοφιλέστερο στην Ελλάδα είναι το πρώτο που θα μελετήσουμε. Το πρώτο κτίριο του μουσείου κτίστηκε το 1886 και το νέο μουσείο ξεκίνησε το 2003 και άνοιξε προς το κοινό το 2009 (Βικιπαίδεια, 2020). Σήμερα, το μουσείο είναι πλήρως εξοπλισμένο, απαρτίζεται από συλλογές ιστορικής σημασίας που προσελκύουν χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο.

Τα δελτία τύπου που καταγράφηκαν, προέρχονται από την ιστοσελίδα του μουσείου. Το μουσείο της Ακρόπολης, κατά το έτος 2019 εξέδωσε 14 δελτία τύπου και κατά το έτος 2020, 7.



(Εικόνα 4, Μουσείο Ακρόπολης)

Ακολουθούν τα δελτία τύπου που εντοπίστηκαν:

Το έτος 2019:

Οθωμανικά Αρχεία για την Ακρόπολη

«Στο πλαίσιο της έρευνας που πραγματοποιεί για της περιπέτειες των γλυπτών του Παρθενώνα, το Μουσείο Ακρόπολης οργανώνει παρουσίαση δύο έμπειρων μελετητών των Οθωμανικών Αρχείων, της καθηγήτριας κας Zeynep Aygen και του ιστορικού κου Orhan Sakin. Οι δύο επιστήμονες θα μιλήσουν στο αμφιθέατρο στο ισόγειο του Μουσείου την Τρίτη 19 Φεβρουαρίου 2019, της 12 το μεσημέρι και θα αναπτύξουν την έρευνά της στα Οθωμανικά Αρχεία της Κωνσταντινούπολης από τα οποία προκύπτουν εξαιρετικά ενδιαφέροντες πληροφορίες για την ζωή στην Ακρόπολη της αρχές του 19^{ου} αιώνα και για τα έγγραφα, πρωτότυπα και αντίγραφα, που αφορούν στο Λόρδο Έλγιν και στην Οθωμανική Διοίκηση. Η είσοδος στην παρουσίαση είναι ελεύθερη για το κοινό και θα πραγματοποιηθεί στα αγγλικά».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου)

Τσικνοπέμπτη στο εστιατόριο του Μουσείου Ακρόπολης

«Την Πέμπτη 28 Φεβρουαρίου 2019, από της 8 μ.μ. έως τα μεσάνυχτα, το εστιατόριο του Μουσείου Ακρόπολης θα είναι ανοιχτό για μια βραδιά Τσικνοπέμπτης με ζωντανή μουσική και έναν πλούσιο μπουφέ από λαχταριστά ορεκτικά, φρέσκιες σαλάτες, ποικιλίες κρεατικών και σπιτικά γλυκά».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Μειωμένο ωράριο λειτουργίας λόγω εκλογών Την Κυριακή 26 Μαΐου

«2019 και την Κυριακή 2 Ιουνίου 2019 το Μουσείο Ακρόπολης θα είναι ανοιχτό από της 8.00 π.μ. έως της 3.00 μ.μ., λόγω των Ευρωεκλογών και των Δημοτικών και Περιφερειακών εκλογών».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης

Διεθνής Ημέρα & Ευρωπαϊκή Νύχτα Μουσείων

«Το Σάββατο 18 Μαΐου 2019 το Μουσείο Ακρόπολης συμμετέχει στον εορτασμό της Διεθνούς Ημέρας και Ευρωπαϊκής Νύχτας Μουσείων και προσκαλεί της επισκέπτες του σε ένα πρόγραμμα οικογενειακών δραστηριοτήτων με ελεύθερη είσοδο και εκτεταμένο ωράριο από της 8 π.μ. έως τα μεσάνυχτα. Της της ώρες θα λειτουργεί και το εστιατόριο».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Βήμα

25^η Μαρτίου στο Μουσείο Ακρόπολης με περιπάτους της εκθεσιακούς χώρους

«Τη Δευτέρα 25 Μαρτίου 2019 το Μουσείο της Ακρόπολης θα γιορτάσει την Εθνική Επέτειο με ελεύθερη είσοδο για όλους από της 9 το πρωί ως της 6 το απόγευμα. Οι επισκέπτες θα έχουν την δυνατότητα να συμμετέχουν σε περιπάτους μέσα της αίθουσες του Μουσείου με απρόβλεπτους σταθμούς και ποικίλες συζητήσεις με συντροφιά της Αρχαιολόγους-Φροντιστές».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, το Βήμα, το Έθνος, Ναυτεμπορική

Άνοιξη στο Μουσείο Ακρόπολης με μουσική

«Το Μουσείο Ακρόπολης υποδέχεται την άνοιξη με χαρούμενη κλασική μουσική από το Κουαρτέτο Εγχόρδων Tet-Art-One της Κρατικής Ορχήστρας Αθηνών στην Αίθουσα του Παρθενώνα την Κυριακή 31 Μαρτίου 2019, της 6:00 μ.μ. Το μουσικό πρόγραμμα θα περιλαμβάνει έργα των Μότσαρτ, Πάχελμπελ, Χέντελ, Μπάχ, Χαϊντν, Μποτσερίνι και Σκαλκώτα μεταξύ άλλων».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική

Σπάνιες ελληνικές μπίρες στο καφέ του Μουσείου Ακρόπολης

«Ενώ το κρασί στον τόπο της έχει μια ανοδική πορεία εδώ και της δεκαετίες, η τοπική παραγωγή της μπίρας σε μικρές μονάδες εγκαινιάστηκε μόλις της τελευταίες δύο δεκαετίες. Σήμερα, μικροί ζυθοποιοί ευδοκιμούν σε της διαφορετικές γωνιές της χώρας. Το Μουσείο Ακρόπολης αποφάσισε να δώσει την ευκαιρία της επισκέπτες του ν' απολαύσουν στο καφέ του ισογείου μπίρες εξαιρετικής ποιότητας από Έλληνες μικρούς παραγωγούς από την Δευτέρα 8 Απριλίου έως και την Κυριακή 14 Απριλίου. Το καθημερινό μενού του καφέ του ισογείου θα ισχύει κανονικά».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

10 χρόνια

«Το Μουσείο Ακρόπολης κλείνει δέκα χρόνια λειτουργίας και εκφράζει δημόσιατις ευχαριστίες του στα 14.500.000 επισκεπτών, Ελλήνων και ξένων, που πέρασαν το κατώφλι του και χάρηλαν τα εκθέματα του. Με αυτή την ευκαιρία οργανώνει δράσεις για της επισκέπτες του»

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος, Πρώτο Θέμα, η Καθημερινή, το Βήμα

Περπατώντας στην αρχαία γειτονιά του Μουσείου Ακρόπολης

«Την Τρίτη 9 Ιουλίου 2019 το Μουσείο Ακρόπολης ξεκινά νέο κύκλο παρουσιάσεων με τίτλο «Περπατώντας στην αρχαία γειτονιά του Μουσείου Ακρόπολης». Με οδηγούς της αρχαιολόγους του Μουσείου, οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να περιηγηθούν στην αρχαιολογική ανασκαφή που, σαν ένα τεράστιο έκθεμα, απλώνεται στη βάση του Μουσείου. Να βαδίσουν της δρόμους της αρχαίας γειτονιάς, να δουν από κοντά τα σπίτια με της αυλές και τα πηγάδια, να μπουν στην καρδιά των εντυπωσιακών επαύλεων με τα ιδιωτικά λουτρά, να περιεργαστούν τα εργαστήρια με της δεξαμενές νερού, να κάνουν ένα μαγευτικό ταξίδι στον χρόνο και στην καθημερινότητα των ανθρώπων που έζησαν στη σκιά του βράχου της Ακρόπολης για περισσότερο από 4.500 χρόνια».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, η Καθημερινή, το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου)

Αυγουστιάτικη Πανσέληνος με μουσική στο Μουσείο Ακρόπολης

«Την Πέμπτη 15 Αυγούστου 2019, της 9 μ.μ., το Μουσείο Ακρόπολης προσκαλεί της επισκέπτες του στον αύλειο χώρο του σε μια μουσική βραδιά υπό το φως του αυγουσιάτικου φεγγαριού. Οι εξαιρετικοί νέοι τραγουδιστές Ειρήνη Τουμπάκη, Ανδρέας Λάφης, Μαρία Αναματερού και Σωτήρης Καρυστινός και η ορχήστρα της θα ερμηνεύσουν πολυαγαπημένα τραγούδια για το φεγγάρι και όχι μόνο (Μακεδόνας, Μαχαιρίτσας, Νταλάρας, Αλεξίου, Σαββόπουλος, κ.ά.)».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος, Ναυτεμπορική, η Καθημερινή, το Βήμα

Το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου 28^η Οκτωβρίου

«Την φετινή επέτειο της 28^{ης} Οκτωβρίου ζωντανεύει στο Μουσείο Ακρόπολης το άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου, φτιαγμένο από χρυσό και ελεφαντόδοντο, που φιλοτέχνησε ο Φειδίας για τον Παρθενώνα. Το Μουσείο προσκαλεί της επισκέπτες του σε έναν περίπατο γνώσης για τα υλικά και της τεχνικές κατασκευής του, για της μύθους και της αλληγορίες του, για την ακτινοβολία του και της περιπέτειές του».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα, το Έθνος, Ναυτεμπορική, το Βήμα

Με μουσική στην Αίθουσα του Παρθενώνα

«Με το τέλος του καλοκαιριού, το Μουσείο Ακρόπολης θα προσφέρει της επισκέπτες του την Πέμπτη 31 Οκτωβρίου 2019, της 6 μ.μ., μια συναυλία μουσικής δωματίου στην Αίθουσα του Παρθενώνα από το ιδιαίτερα αγαπητό στο κοινό και βραβευμένο Κουαρτέτο Εγχόρδων Αθηνών της Κρατικής Ορχήστρας Αθηνών».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης

Το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου

«Κάθε Σάββατο από 9/11 έως 14/12 Έπειτα από την επιτυχία που γνώρισαν οι παρουσιάσεις για το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου την επέτειο της 28^{ης} Οκτωβρίου, το Μουσείο Ακρόπολης θα συνεχίσει της παρουσιάσεις για της επισκέπτες του κάθε Σάββατο από της 9 Νοεμβρίου έως και της 14 Δεκεμβρίου 2019. Το Μουσείο προσκαλεί της επισκέπτες του σε έναν περίπατο γνώσης για το άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου, ειδικότερα για τα υλικά και της τεχνικές κατασκευής του, για της μύθους και της αλληγορίες του, για την ακτινοβολία του και της περιπέτειές του».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα

Εορταστικό πρόγραμμα Μουσείου Ακρόπολης

«Τον Δεκέμβριο της περιμένουμε στο Μουσείο Ακρόπολης με γιορτινή διάθεση. Παιδικά εργαστήρια, παρουσιάσεις για ενήλικες, χριστουγεννιάτικες μελωδίες από το περίφημο Jazz Octet, μουσική γνωστών μιούζικαλ από το κουαρτέτο σαξοφώνων S.T.A.B. και όμορφα δώρα στα πωλητήρια του Μουσείου, θα χαρίσουν ξεχωριστές στιγμές σε μικρούς και μεγάλους».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα, το Έθνος, Η Καθημερινή.

Το έτος 2020:

Συνεχίζεται και φέτος η παράδοση της Τσικνοπέμπτης στο εστιατόριο του Μουσείου Ακρόπολης

«Το Μουσείο Ακρόπολης συνεχίζει την παράδοση της Τσικνοπέμπτης και προσκαλεί της επισκέπτες του στο εστιατόριο του δευτέρου ορόφου την Πέμπτη 20 Φεβρουαρίου 2020, από της 8 μ.μ. έως τα μεσάνυχτα, σε μια όμορφη βραδιά με νόστιμα εδέσματα και μουσική πιάνο».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Νέες παρουσιάσεις στην έκθεση «Σμίλη και Μνήμη» στο Μουσείο Ακρόπολης

«Με την ευκαιρία της παράτασης της περιοδικής έκθεσης «Σμίλη και Μνήμη. Η συμβολή της μαρμαροτεχνίας στην αναστήλωση των μνημείων της Ακρόπολης» έως της 30 Απριλίου 2020, οι επισκέπτες του Μουσείου Ακρόπολης θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν μία παρουσίαση της φωτογραφικής έκθεσης για το σπουδαίο έργο των μαρμαροτεχνιτών της Ακρόπολης, που έστησαν η Επιτροπή και η Υπηρεσία Συντήρησης των Μνημείων της Ακρόπολης».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Το Μουσείο Ακρόπολης αναβάλλει ορισμένες από της δραστηριότητές του

«Το Μουσείο Ακρόπολης, λαμβάνοντας υπόψη της εξελίξεις στη δημόσια υγεία, για λόγους προληπτικούς που αφορούν στην ασφάλεια επισκεπτών και εργαζομένων, αναβάλλει για της επόμενες δύο εβδομάδες της παρουσιάσεις «Της περίπατος στο Μουσείο με τον αρχαιολόγο», «Το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου» και «Σμίλη και Μνήμη. Η συμβολή της μαρμαροτεχνίας στην αναστήλωση των μνημείων της Ακρόπολης». Οι Αρχαιολόγοι-Φροντιστές του Μουσείου θα επανέλθουν της αίθουσες για το κοινό μετά από δύο εβδομάδες»

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Ναυτεμπορική

Επιστροφή στο Μουσείο Ακρόπολης την Δευτέρα 15 Ιουνίου 2020

«Την Δευτέρα 15 Ιουνίου 2020, το Μουσείο Ακρόπολης της υποδέχεται ανανεωμένο με πολλή χαρά, έχοντας λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την υγειονομική της προστασία».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), η Καθημερινή, το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Τα 11^α γενέθλια του Μουσείου Ακρόπολης

«Το Σάββατο 20 Ιουνίου 2020 το Μουσείο Ακρόπολης κλείνει έντεκα χρόνια λειτουργίας και υποδέχεται ανανεωμένο με πολλή χαρά της επισκέπτες του, έχοντας λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την υγειονομική της

προστασία. Την ημέρα αυτή, η είσοδος σε όλους της εκθεσιακούς χώρους θα είναι μειωμένη (5 ευρώ) από της 8 το πρωί έως της 8 το βράδυ, ενώ η περιοδική έκθεση «Σμίλη και Μνήμη. Η συμβολή της μαρμαροτεχνίας στην αναστήλωση των μνημείων της Ακρόπολης» θα συνεχιστεί ως της 30 Σεπτεμβρίου 2020, με ελεύθερη είσοδο. Το εστιατόριο του δευτέρου ορόφου θα παραμείνει ανοιχτό το Σάββατο 20 Ιουνίου ως τα μεσάνυχτα».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, το Έθνος,

«Συνάντηση με τον Μότσαρτ» στο Μουσείο Ακρόπολης από την Κρατική Ορχήστρα Αθηνών

«Το Μουσείο Ακρόπολης και η Κρατική Ορχήστρα Αθηνών, στο πλαίσιο του θεσμού «Όλη η Ελλάδα, Της Πολιτισμός» του Υπουργείου Πολιτισμού & Αθλητισμού, θα προσφέρουν στο προαύλιο του Μουσείου Ακρόπολης την Παρασκευή 28 Αυγούστου 2020, της 8:30 μ.μ., την συναυλία «Συνάντηση με τον Μότσαρτ» από την Κρατική Ορχήστρα Αθηνών».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Ψηφιακό Μουσείο Ακρόπολης της της κόσμος

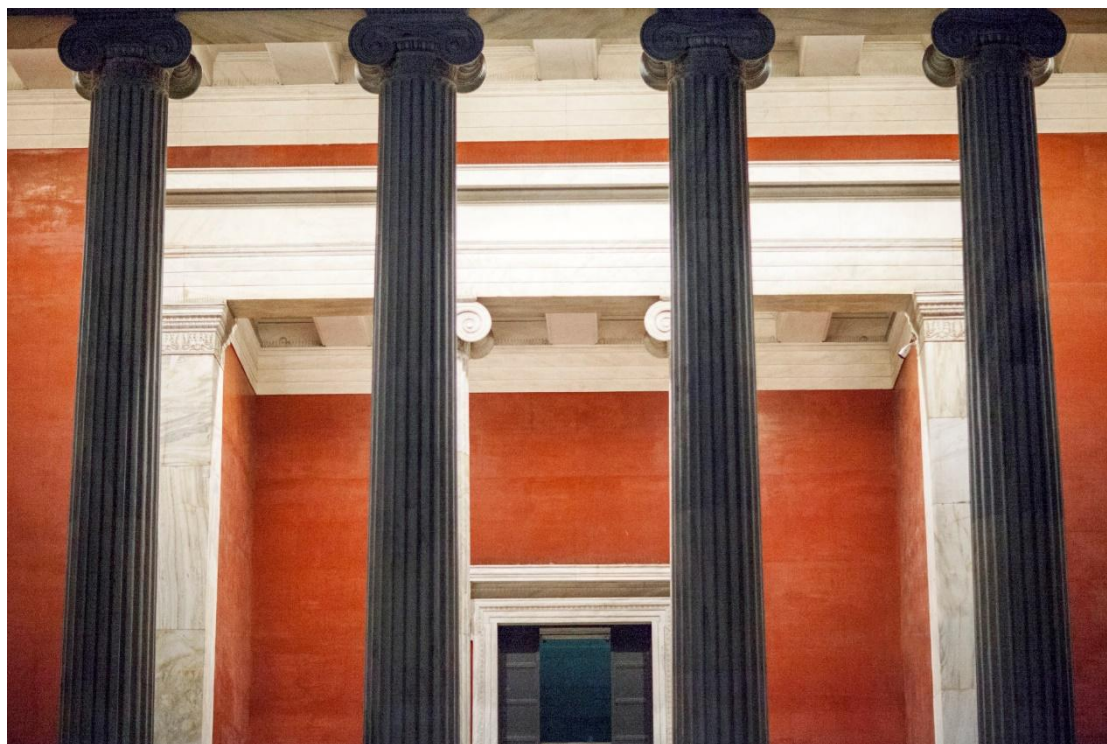
«Το Μουσείο Ακρόπολης μπαίνει δυναμικά στον κόσμο της ψηφιακής τεχνολογίας και ανοίγει νέους δρόμους επικοινωνίας με το κοινό του. Το πρόγραμμα «Δημιουργία Ψηφιακού Μουσείου Ακρόπολης» που μόλις ολοκληρώθηκε, αναδεικνύει της πολύπλευρες πτυχές των εκθεμάτων του, προσφέρει μοναδικές εμπειρίες της μουσειακούς του χώρους και στο διαδίκτυο και δημιουργεί έναν νέο, συναρπαστικό κόσμο για μικρούς και μεγάλους».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, Το Βήμα, η Καθημερινή, Πρώτο Θέμα

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

Το έτος ίδρυσης του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου χρονολογείται το 1829. Πρόκειται για το πρώτο μουσείο που ανεγέρθηκε στην Ελλάδα μετά το πέρας της Ελληνικής Επανάστασης. Τα πρώτα χρόνια διατηρούσε την έδρα του στην Αίγινα, την πρωτότερη

πρωτεύουσα της Ελλάδας και το 1834 υπήρξε η μεταφορά του στην Αθήνα. Η έναρξη λειτουργίας του έγινε μόλις το 1889. Πρόκειται, για το μεγαλύτερο μουσείο της Ελλάδας. Φιλοξενεί αρχαιολογικά ευρήματα από ολόκληρη τη χώρα συγκεντρώνοντας περισσότερα από 11.000 εκθέματα.



(Εικόνα 5, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο)

Για την διετία 2019-2020 το μουσείο εξέδωσε 10 σε αριθμό δελτία τύπου. Τα 4 από αυτά αφορούσαν το έτος 2020 και τα υπόλοιπα 6, το 2019.

2019

Τιμητική βράβευση του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου

«Τη **Δευτέρα 23 Σεπτεμβρίου 2019**, στη δεξίωση που διοργάνωσε η κινεζική πρεσβεία για να γιορτάσει τα 70 χρόνια από την ίδρυση της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο έλαβε το **Βραβείο Φιλίας Ελλάδας-Κίνας**, για την προσφορά του της διμερείς σχέσεις. Της τόνισε η πρεσβευτής της Κίνας κ. Τσιγιουνέ Τσανγκ, η

Ελλάδα και η Κίνα είναι αρχαίες χώρες με μεγάλη ιστορία και πολιτισμό. Η Ελλάδα αποτελεί για την Κίνα έναν έμπιστο και διαχρονικό φίλο, ενώ οι σχέσεις των δύο χωρών βασίζονται σε αμοιβαίο σεβασμό και σε παρόμοιες αξίες, απόψεις, πολιτισμό και παράδοση, δημιουργώντας της καλύτερες προϋποθέσεις για στενή συνεργασία και οικοδόμηση της κοινού μέλλοντος».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Μετά την απελευθέρωση: ανασυνθέτοντας την ιστορία της απόκρυψης μέσα από τα αρχεία του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου

«Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο συμμετέχει της επετειακές εκδηλώσεις **«12 Οκτωβρίου 1944. Η Αθήνα ελεύθερη»**, που συνδιοργανώνουν για Πέμπτη συνεχή χρονιά το Ίδρυμα της Βουλής των Ελλήνων για τον Κοινοβουλευτισμό και τη Δημοκρατία, η Περιφέρεια Αττικής, ο Δήμος Αθηναίων, τα Γενικά Αρχεία του Κράτους και η ΕΡΤ. Πρόκειται για ένα σύνολο δράσεων που στοχεύουν στην ανάδειξη της επετείου της απελευθέρωσης της πρωτεύουσας από της ναζιστικές δυνάμεις κατοχής τον Οκτώβριο του 1944 ως μιας πάνδημης γιορτής της πόλης, στην αποτύπωση των δεινών που υπέστη η χώρα κατά την περίοδο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και της Κατοχής ειδικότερα, αλλά κυρίως στην ανάδειξη του αγώνα του ελληνικού λαού ενάντια στον φασισμό/ναζισμό, την προσήλωσή του στην ιδέα της ελευθερίας και την ανάπτυξη του αντιστασιακού κινήματος».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Ενημερωτική Ημερίδα: Θάνατος στην Αίγυπτο. Από της Φαραώ της Πτολεμαίους

«Με αφορμή την παρουσίαση των επιστημονικών πορισμάτων από την εξέταση πέντε μουμιών της Αιγυπτιακής Συλλογής του ΕΑΜ με τη χρήση αξονικού τομογράφου, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο διοργανώνει ενημερωτική ημερίδα με τίτλο **«Ο Θάνατος στην Αίγυπτο. Από της Φαραώ της Πτολεμαίους»**. Η εξέταση των μουμιών με τη βοήθεια της προηγμένης απεικονιστικής τεχνολογίας πραγματοποιήθηκε με τη συνεργασία του Ελληνικού Ινστιτούτου Αιγυπτιολογίας και χάρη στην ευγενική χορηγία

του Ομίλου Ιατρικού Αθηνών και την αρωγή της μεταφορικής εταιρείας «Ορφέας Βεϊνόγλου».

Η Ημερίδα πρόκειται να πραγματοποιηθεί στο αμφιθέατρο του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου την Πέμπτη 31 Οκτωβρίου 2019 και ώρα 09.00–14.15, με τη συμμετοχή έγκριτων επιστημόνων από τον χώρο της Ιατρικής, της Αιγυπτιολογίας–Αρχαιολογίας, της Συντήρησης Αρχαιοτήτων και της Ιατροδικαστικής. Οι ομιλητές θα φωτίσουν της πτυχές των εθίμων ταφής και των δοξασιών των Αρχαίων Αιγυπτίων, ενώ θα παρουσιασθούν και οι σχέσεις της Αιγύπτου με το Αιγαίο και τη Μέση Ανατολή».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Ενημερωτική Ημερίδα στο πλαίσιο της καμπάνιας «Αγκαλιάζουμε το δέρμα του ασθενούς με καρκίνο» με θέμα «Τι είναι τούτο το ωραίο;» Πλάτων, Ιππίας Μείζων ή περί του καλού, 278d

«Με πηγή έμπνευσης την περιοδική του έκθεση «Οι αμέτρητες όψεις του Ωραίου», το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο μαζί με τον Όμιλο εθελοντών κατά του Καρκίνου – Αγκαλιάζω και με την υποστήριξη της εταιρείας La Roche-Posay διοργανώνουν της 23 Νοεμβρίου 2019 και ώρα 11 π.μ. στο Αμφιθέατρο του Μουσείου ενημερωτική ημερίδα στο πλαίσιο της καμπάνιας «Αγκαλιάζουμε το δέρμα του ασθενούς με καρκίνο» με θέμα «Τι είναι τούτο το ωραίο;».

Ο Όμιλος εθελοντών κατά του Καρκίνου – Αγκαλιάζω, ήδη από το 1976, στηρίζει της ασθενείς με καρκίνο και μετρά 43 χρόνια ενεργούς παρουσίας με όραμα «κανείς να μη μένει μόνος απέναντι στον καρκίνο». Γνωρίζοντας ότι η δύσκολη πορεία της ασθένειας κάνει τον άνθρωπο να αλλάζει, χωρίς της να τον κάνει να ξεχνά της επιθυμίες και τα θέλω του, ο Όμιλος Εθελοντών κατά του Καρκίνου – Αγκαλιάζω επηρεάστηκε έντονα από την περιοδική έκθεση του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου, διότι το ωραίο αποτελεί μια αιώνια, πανανθρώπινη ανάγκη, η οποία δεν θα σταματήσει ποτέ να επιζητεί την έκφρασή του με ευφάνταστους τρόπους.

Η έκθεση υποστηρίζοντας την αισθητική ενατένιση, καλεί της επισκέπτες να διερευνήσουν την πνευματική βάση των αισθητικών επιλογών, ενώ στο κλείσιμό της αποσκοπεί στον αισθητικό αναστοχασμό ως της τη σημασία του ωραίου και την αξία του για τον άνθρωπο. Το «Ωραίο» αποτυπώνοντας τη διαχρονική αναζήτηση του ανθρώπου για

την ομορφιά, ακόμη και αν δεν καταλήγει σε μια απόλυτη αλήθεια, οδηγεί στην αναγνώριση του εαυτού της».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Λήξη Περιοδικής Έκθεσης «Οι αμέτρητες όψεις του Ωραίου» στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

«Η περιοδική έκθεση *«Οι αμέτρητες όψεις του Ωραίου»* ολοκληρώνει την **Κυριακή 8 Δεκεμβρίου** την επιτυχημένη πορεία της. Αποτέλεσε το τελευταίο μέρος της εκθεσιακής τριλογίας που σχεδιάστηκε για να τιμήσει την επέτειο των 150 χρόνων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου από τη θεμελίωση του εμβληματικού κτηρίου που το στέγαζε. Η τριλογία άνοιξε το 2015 με την έκθεση *«Ένα όνειρο ανάμεσα σε υπέροχα ερείπια...»* Περίπατος στην Αθήνα των περιηγητών, 17^{ος}-19^{ος} αιώνας», όπου μεταξύ άλλων αναδείχθηκε το πολιτισμικό περιβάλλον μέσα στο οποίο διαμορφώθηκε η ανάγκη για την ίδρυση του Εθνικού Μουσείου, και συνεχίστηκε με της *«Οδύσσειες»*, μια έκθεση που αποτύπωσε αφαιρετικά και συμβολικά τη διαχρονική προσπάθεια του ανθρώπου για δημιουργία και εξέλιξη. Της *Αμέτρητες Όψεις του Ωραίου* τριακόσιες σαράντα αρχαιότητες από της πλούσιες συλλογές του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου, σε συνδυασμό με σύγχρονα ψηφιακά μέσα, πρόσφεραν ένα αισθαντικό αισθητικό ταξίδι, παρακολουθώντας την έκφραση του ωραίου ως διαχρονική ανθρώπινη ανάγκη από τη νεολιθική περίοδο μέχρι της ιστορικούς χρόνους».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Χριστούγεννα στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

«Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο κατά τη διάρκεια των διακοπών των Χριστουγέννων προσκαλεί μικρούς και μεγάλους να απολαύσουν την ομορφιά της αρχαίας τέχνης μέσα από δημιουργικές δραστηριότητες, αφηγήσεις και κλασικές μελωδίες».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος, Πρώτο Θέμα.

2020

Εκδήλωση για την υποδοχή της της χρονιάς

Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο και η Εταιρεία των Φίλων του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου υποδέχονται τη νέα χρονιά και της προσκαλούν στην εορταστική εκδήλωση που θα πραγματοποιηθεί την Τρίτη 14 Ιανουαρίου 2020 και ώρα 17:30 στην αίθουσα του Βωμού.

Η εκδήλωση πλαισιώνεται με μουσικό πρόγραμμα που περιλαμβάνει έργα των σπουδαίων συνθετών: Jean Sibelius, Sergei Vasilievich Rachmaninoff, Felix Mendelssohn, τα οποία θα παρουσιάσουν διακεκριμένοι μουσικοί: Γαβαλάς Ελευθέριος και Πάυλος Κόρδης στο πιάνο, Μαρία Μιχαηλίδου στο βιολί, Κωνσταντίνος Χίνης στο βιολοντσέλο, Ζαχαρίας Φώτης στο κλαρινέτο.

Στο πλαίσιο της εκδήλωσης θα γίνει παρουσίαση του έργου του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου κατά το 2019 και του προγραμματισμού για το 2020.

Θα ακολουθήσει κοπή πίτας στο Καφέ του Μουσείου.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Εγκαίνια Περιοδικής Έκθεσης Δί' αυτά πολεμήσαμεν...Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση

Η νέα περιοδική έκθεση «Δί' αυτά πολεμήσαμεν...Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση» εντάσσεται στο πρόγραμμα εορτασμού του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου για την επέτειο των 200 χρόνων από την Ελληνική Επανάσταση και εστιάζει στην πολυσήμαντη σχέση του ελληνικού λαού με της αρχαιότητες.

Το γνωστό απόφθεγμα του στρατηγού Ιωάννη Μακρυγιάννη προτάσσεται στον τίτλο της έκθεσης, δεδομένου ότι ο αγώνας για την ελευθερία θεμελιώθηκε όχι μόνο στην απαίτηση του ελληνικού λαού για ανεξαρτησία, αλλά και στα ιστορικά του δικαιώματα πάνω στα απaráμιλλα έργα των αρχαίων προγόνων.

Είκοσι έξι επιλεγμένες αρχαιότητες (22 μαρμάρινα γλυπτά και ανάγλυφα, 2 πήλινα αγγεία, 2 χάλκινα ειδώλια) από της συλλογές του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου παρουσιάζονται σε έναν εκλεκτικό «διάλογο» με είκοσι έξι νεότερα έργα του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα, στην πλειονότητά της από Ευρωπαίους δημιουργούς: 8 ζωγραφικά έργα (ελαιογραφίες και υδατογραφίες), 11 λυτά χαρακτηριστικά, 4 εικονογραφημένες εκδόσεις και 3 τέχνηρα των διακοσμητικών τεχνών, προσωρινά δάνεια από τη Βιβλιοθήκη και τη Συλλογή Έργων Τέχνης της Βουλής των Ελλήνων, το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο, το Μουσείο Μπενάκη, το Μουσείο της Πόλεως των Αθηνών-Ίδρυμα Βούρου-Ενταξία, την Εθνική Πινακοθήκη-Μουσείο Αλέξανδρου Σούτσου, τη Συλλογή Stephan Adler καθώς και τη Συλλογή Μιχάλη και Δήμητρας Βαρκαράκη.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, το Έθνος, η Καθημερινή, το Βήμα, Πρώτο Θέμα

Το Αθέατο Μουσείο παρουσιάζει τον «Θησαυρό των Ανδρονιάνων»

Το Αθέατο Μουσείο είναι η επιτυχημένη δράση του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου που προβάλλει επιλεγμένες αρχαιότητες από τον κόσμο των αποθηκών.

Μετά από 20 θαυμάσια αντικείμενα που παρουσιάστηκαν έως τώρα, το Αθέατο Μουσείο υποδέχεται τον «**Θησαυρό των Ανδρονιάνων**». Πρόκειται για ένα αινιγματικό σύνολο χάλκινων όπλων και επαγγελματικών εργαλείων της μυκηναϊκής εποχής, που φέρεται πως εντοπίστηκαν το καλοκαίρι του 1940 στο χωριό Ανδρονιάνοι της κεντρικής Εύβοιας και μεταφέρθηκαν στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Τα πολύτιμα αντικείμενα που φυλάχθηκαν ξεχασμένα και ασφαλή για ογδόντα χρόνια, παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά την Τρίτη 14 Ιανουαρίου στην «Αίθουσα του Βωμού» (αιθ. 34) για να παραμείνουν εκεί ως την Δευτέρα 13 Απριλίου 2020.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική

Για την έκθεση «Δί'αυτά πολεμήσαμεν... Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση»

Τη Δευτέρα 20 Ιουλίου 2020 ολοκληρώνεται η παρουσίαση της περιοδικής έκθεσης «**Δί'αυτά πολεμήσαμεν...Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση**»

στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Η έκθεση εστίασε στην πολυσήμαντη σχέση του ελληνικού λαού με της αρχαιότητες, της αυτή διαμορφώθηκε από τον προχωρημένο 18^ο αιώνα και εξής, με αποκορύφωμα την επαναστατική δεκαετία του 1820-30, φτάνοντας μέχρι την ίδρυση του ελληνικού κράτους και τα μέσα περίπου του 19^{ου} αιώνα.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική, το Έθνος, η Καθημερινή, το Βήμα, Πρώτο Θέμα.

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης βρίσκεται στην Αθήνα και ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1986. Προβάλλει τον πολιτισμό του Αιγαίου και της Κύπρου. Κυρίως, επικεντρώνεται στην Κυκλαδική τέχνη της 3^{ης} π.Χ. χιλιετίας και τα αντικείμενα που φιλοξενεί φτάνουν τα 3.000. Το μουσείο αναπτύσσεται και κοινωνικοποιείται οργανώνοντας δράσεις και φιλοξενώντας περιοδικές εκθέσεις.



(Εικόνα 6, Μουσείο Κυκλαδικής Ιστορίας)

Τα έτη 2019-2020 εκδόθηκαν 21 ανακοινώσεις από το μουσείο. Τα 12 δελτία τύπου δημοσιεύτηκαν το 2019 και τα 9, το 2020.

2019

Νοέμβριος 2018 έως Ιανουάριος 2019

«Στο πλαίσιο του προγράμματος *Cycladic Cafe Art Project*, το Μουσείο φιλοξενεί την εγκατάσταση *design “ARRANGEMENTS”* του Μιχάλη Αναστασιάδη, γεμίζοντας φως το Foyer και το *Cycladic Café*.

Το “ARRANGEMENTS” είναι ένα αρθρωτό σύστημα γεωμετρικών φωτιστικών στοιχείων που μπορούν να συνδυαστούν με ποικίλους τρόπους δημιουργώντας διαφορετικές συνθέσεις-πολυελαίους. Κάθε στοιχείο εφαρμόζει και κρέμεται από το προηγούμενο, ισορροπώντας ως τμήμα μιας φωτεινής αλυσίδας».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος

“Working with light” Μιχάλης Αναστασιάδης

Ο Μιχάλης Αναστασιάδης δημιουργεί έργα με ποιοτική διάρκεια καθώς επικεντρώνεται στις αναλογίες, στην έντιμη χρήση των υλικών και στη φυσική παρουσία ενός αντικειμένου. Μεταξύ έργου τέχνης και βιομηχανικού σχεδιασμού, τα έργα του κινούνται μεταξύ χρηστικού ως προς τη λειτουργία τους και ποιητικού και αινιγματικού ως προς την παρουσία τους.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος

Ένα παιχνίδι για το περιβάλλον

Δυναμική συνεργασία με στόχο την περιβαλλοντική εκπαίδευση και την ευαισθητοποίηση του κοινού για την προστασία του περιβάλλοντος στις Κυκλάδες, ξεκινούν το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και το WWF Ελλάς.

Οι δύο οργανισμοί ενώνουν τις δυνάμεις τους για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας σειράς από καινοτόμες δράσεις που με όχημα τον πολιτισμό και την ιστορία, τοποθετούν στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος το περιβάλλον, τις σύγχρονες απειλές που δέχεται και την ανάγκη για την προστασία του, μέσα από την κινητοποίηση των πολιτών.

Οι δράσεις ξεκινούν με τη δημιουργία ενός παιχνιδιού περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, την «Κυκλαδούπολη», ενώ το 2019-2020 οι δύο φορείς θα συνδιοργανώσουν τον παιδικό διαγωνισμό ζωγραφικής του Μουσείου.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα, η Καθημερινή

Ρεσιτάλ "Innovating Tradition"

«Τσελίστας, λυράρης, αυτοσχεδιαστής και συνθέτης, ο Γιώργος Καλούδης προσαρμοσε την τεχνική του τσέλου πάνω στο αγαπημένο του όργανο, την κρητική λύρα, προσθέτοντας μια τέταρτη χορδή. Έτσι μπόρεσε να συμπεριλάβει την τετράχορδη κρητική λύρα με συμπαθητικές χορδές στις συνθέσεις, τις ηχογραφήσεις και τις συναυλίες του.

Η μουσική του σύνθεση *Orthi Petra* (Necropolis) συνοδεύει τα εκθέματα της Ελεύθερνας στο χώρο της έκθεσης "Κρήτη. Αναδυόμενες πόλεις: Απτερα-Ελεύθερνα-Κνωσός. Τρεις αρχαίες πόλεις ζωντανεύουν"».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή

Cycladic Café Art Project | Αντωνάκης

Φεβρουάριος έως Απρίλιος 2019

«Ο Αντωνάκης (1978) ζει και εργάζεται στην Αθήνα. Η δουλειά του (ζωγραφική, φωτογραφία, κεραμική και κολλάζ) διερευνά την έννοια του μύθου - πώς κατασκευάζεται, πώς συντηρείται και πώς νοσηματοδοτείται. Εξάγει εσωτερικούς και ψυχολογικούς χώρους από τηλεοπτικές σειρές και ταινίες και τις χρησιμοποιεί για να δημιουργήσει νέους χώρους μέσω της αφαίρεσης, της παραμόρφωσης και μιας μοναδικής οπτικής γλώσσας που αναφέρεται στον Ελληνικό μοντερνισμό. Ενδιαφέρεται να παρατηρεί αυτό που απορροφά κανείς χωρίς να συνειδητοποιεί, ποιες εικόνες εισέρχονται στο σαλόνι μέσω της οθόνης και πώς αυτές αποθηκεύονται

στη μνήμη του θεατή και της συλλογικής συνείδησης. Αυτά τα μη αναπαραστικά μοντέλα αναμνήσεων διερευνούν το τρόπο που ο χρόνος μετατρέπει αυτό που θεωρείται ευτελές σε ορόσημο μίας γενιάς».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Museum Learning

Μουσείο και παιδί στη νέα εποχή

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης σε συνεργασία με το E-Learning του ΚΔΒΜ του Πανεπιστημίου Αθηνών προσφέρουν το διαδικτυακό σεμινάριο στο αγγλόφωνο κοινό.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

100 χρόνια ελληνικής κεραμικής

Στο πνεύμα των ημερών του Πάσχα και ενόψει της έκθεσης «Πικάσο και Αρχαιότητα. Γραμμή και πηλός» που ξεκινά στις 20 Ιουνίου, το *Cycladic Shop* παρουσιάζει προς πώληση μοναδικά κεραμικά από την πλούσια συλλογή κεραμικών του Δημήτρη Ξανθούλη.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος, Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Εκπαιδευτικό υλικό

Το εκπαιδευτικό υλικό του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης φέρνει στο σήμερα τα αρχαία αντικείμενα μέσα από σύγχρονες μουσειοπαιδαγωγικές προσεγγίσεις και προσφέρει πλούσιο εκπαιδευτικό υλικό για εκπαιδευτικούς και μαθητές πρωτοβάθμιας και

δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, και για ΑμεΑ. Το εκπαιδευτικό υλικό του Μουσείου προσφέρεται σε διάφορες μορφές, δίνει μια άλλη οπτική στο αναλυτικό πρόγραμμα σπουδών και καλύπτει ευρύ φάσμα θεματικών, μέσα από ιδέες για δράσεις στο σπίτι, στο σχολείο, στο μουσείο.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Cycladic Café Art Project | Αλίκη Παναγιωτοπούλου

Η Αλίκη Παναγιωτοπούλου ζει και εργάζεται στην Αθήνα. Χρησιμοποιεί πολλαπλά μέσα (σχέδιο, φωτογραφία, φιλμ, κείμενο, κεραμικά και αντικείμενα καθημερινής χρήσης) τα οποία στην συνέχεια εκθέτει σε επισφαλείς τοποθετήσεις.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΥΚΛΑΔΙΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ

Το Summer Camp με τίτλο «Φτιάχνοντας τον δικό μας χάρτη» που διοργανώνει φέτος το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, θα κάνει το καλοκαίρι συναρπαστικό για τους μικρούς μας φίλους!

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Έκθεση με έργα παιδιών

Έκθεση με έργα παιδιών με τίτλο «Πικάσο και Αρχαιότητα. Γραμμή και Πηλός» διοργανώνουν το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και το Φεστιβάλ Αθηνών στο Educational Lab του Μουσείου.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

ΑΝΑΒΟΛΗ ΔΙΑΛΕΞΕΩΝ ΜΑΡΤΙΟΥ

Κατόπιν της απόφασης του Υπουργείου Υγείας για αναστολή όλων των συνεδριακών εκδηλώσεων για τις επόμενες 4 εβδομάδες, θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε πως η σημερινή διάλεξη με τίτλο «Η Βρετανική Αρχαιολογική Έρευνα στην Κρήτη - 1894 μέχρι σήμερα» δεν θα πραγματοποιηθεί. Παράλληλα, το πρόγραμμα διαλέξεων για τον μήνα Μάρτιο αναβάλλεται μέχρι νεωτέρας.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

2020

Εικονική Ξενάγηση στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, σε συνεργασία με την *seveneleven* -η οποία ειδικεύεται στην οργάνωση ψυχαγωγικών προγραμμάτων σε άτομα τρίτης ηλικίας μέσω του προγράμματος «θάλλω»- για δεύτερη χρονιά έρχεται κοντά στους ανθρώπους που αδυνατούν να το επισκεφθούν στο πλαίσιο του προγράμματος «Σοφή Παρέα στο Μουσείο».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, Πρώτο Θέμα

Το Μουσείο υποδέχεται ξανά το κοινό του

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης υποδέχεται ξανά το κοινό, έχοντας λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα και ακολουθώντας τις κρατικές οδηγίες για την υγεία και την ασφάλεια των επισκεπτών και του προσωπικού του.

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Ύμνος στην Υγεία

Εξερευνήστε τον κόσμο της Υγείας στην αρχαία Ελλάδα

«Από την αυγή της ύπαρξής του, ο άνθρωπος πασχίζει να βελτιώσει τις συνθήκες της ζωής του. Καθ' όλη τη μακραίωνη πορεία του, και σε όλες τις χρονικές περιόδους του πολιτισμού, αγωνίζεται να διατηρήσει την υγεία του και αναζητά τις αιτίες που προκαλούν τις ασθένειες που τον ταλαιπωρούν, αποδίδοντάς τες άλλοτε σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως στη μαγεία και τη θεϊκή οργή, και άλλες φορές σε εσωτερικές αιτίες, όπως στη διαταραχή της ισορροπίας των στοιχείων του οργανισμού...»

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Κυκλαδική Κοινωνία 5000 χρόνια πριν

Εξερευνήστε την κοινωνία στα νησιά των Κυκλάδων πριν από 5000 χρόνια

«Οι Κυκλάδες είναι ένα πυκνό νησιωτικό σύμπλεγμα, το οποίο εντοπίζεται στο κεντρικό και νότιο τμήμα του Αιγαίου και αποτελείται από 35 μεγάλα νησιά και πολυάριθμα μικρότερα. Μία από τις ερμηνείες της ονομασίας τους δόθηκε από τους αρχαίους Έλληνες συγγραφείς, επειδή πίστευαν ότι τα νησιά δημιουργούσαν έναν νοητό κύκλο γύρω από το ιερό νησί του Απόλλωνα, την Δήλο...».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα, το Έθνος

Τα ειδώλια αλλιώς

«Χρωμάτισέ τα, μεταμόρφωσέ τα σε λουλούδια, μουσικά όργανα, πεταλούδες, γυναίκες με μεγάλα καπέλα και ότι άλλο φαντάζεσαι

- Κόψε το περίγραμμα και κόλλησε πίσω από τις φιγούρες ένα ξυλάκι (από παγωτό ή οτιδήποτε άλλο έχεις στο σπίτι) και φτιάξε τους ήρωες για μια δική σου παράσταση
- Κόψε το περίγραμμα και κόλλησε τα σε χαρτόνι. Χρησιμοποίησε χρωματιστά χαρτιά, κομμάτια ύφασμα, ακόμα και φυλλαράκια ή κουμπιά και φτιάξε το δικό σου κολλάζ
- Μπορείς ακόμα και να φτιάξεις στένσιλ. Κόψε το περίγραμμα από τις μορφές και κόλλησε τις σε ένα χαρτόνι. Με τη βοήθεια ενός από τους γονείς σου, κόψε με ένα κοπίδι το περίγραμμα του ειδωλίου ώστε να μείνει το κενό και έτοιμα τα στένσιλς».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

CYCLADIC PHILOSOPHY

«Μετά την πρόσφατη ανακοίνωση των νέων μέτρων προφύλαξης που ανακοινώθηκαν από το Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη, σας

ενημερώνουμε πως οι προγραμματισμένες διαλέξεις στις 22 & 29/9 αναβάλλονται μέχρι νεότερης ειδοποίησης. Σας ευχαριστούμε για την κατανόηση».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

TAKIS. Γλύπτης του Μαγνητισμού, του Φωτός και του Ήχου

«Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης παρουσιάζει online με ελεύθερη πρόσβαση στα ελληνικά και στα αγγλικά το υλικό του καταλόγου της έκθεσης «TAKIS. Γλύπτης του μαγνητισμού, του φωτός και του ήχου» σε ένα δυναμικό *microsite*. Η έκθεση, μια συμπαραγωγή του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης με την Tate Modern και το MACBA Museu d'Art Contemporani de Barcelona, ήταν προγραμματισμένο να παρουσιαστεί στην Αθήνα από 20 Μαΐου έως 25 Οκτωβρίου 2020, αλλά ακυρώθηκε λόγω των πρωτοφανών επιπτώσεων της πανδημίας».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα, η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Cycladic Virtual Tour

A collaboration with the Hellenic - American Chamber of Commerce

«In collaboration with the Hellenic-American Chamber of Commerce and the Museum of Cycladic Art in Athens, Greece, we invite you to join us for the first virtual tour of the Museum of Cycladic Art with Greek prehistoric archaeologist Metaxia Routsis.

The Museum of Cycladic Art houses one of the most complete private collections of Cycladic art worldwide, with representative examples of figurines and vases, tools, weapons, and pottery from all phases of the distinctive Cycladic island culture that flourished in the central Aegean during the Early Bronze Age (third millennium BC)».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Εορταστικό online εργαστήριο στις 23 & 27 Δεκ.

«Θα είναι ένα εργαστήριο γεμάτο άρωμα Χριστουγέννων που θα πραγματοποιηθεί online την Τετάρτη 23/12 στις 18.00 και θα επαναληφθεί την Κυριακή 27/12 στις 12.00μμ. Ανοίγουμε τα φτερά μας για να πετάξουμε πάνω από την Αθήνα μέχρι το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης που μας υποδέχεται με τις πόρτες ανοιχτές».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών

Η ιστορία του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών, ξεκινά το 1894 και αναβιώνει την βοιωτική ιστορία από τα παλαιολιθικά έως και τα βυζαντινά χρόνια. Αποτελείται από δεκαοκτώ ενότητες και σκοπό έχει να ενημερώσει τον επισκέπτη για τον πολιτισμό και τη ζωή της Βοιωτίας.



(Εικόνα 7, Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών)

Τα χρόνια 2019 και 2020, εκδόθηκαν 6 δελτία τύπου από το μουσείο.

2019

Ιστορική Αναβίωση και Αρχαιολογία

Πολεμική Επιστήμη και Τέχνη στην Αρχαία Ελλάδα

«Η ιστορική αναβίωση αποτελεί ένα από τα «εργαλεία» κατανόησης του παρελθόντος, με σκοπό την ιστορική παρουσίαση – αναπαράσταση και τη διατήρηση όμως ιστορικής μνήμης. Με σκοπό την ενημέρωση – πληροφόρηση του κοινού, η Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας σε συνεργασία με την Επιτροπή Τουρισμού Δήμου Θηβαίων και μέλη του συνδέσμου Αρχαϊκής και Κλασσικής Αναβίωσης «Αμφικτυονία», διοργανώνουν μία πρακτική και βιωματική προσέγγιση για την κατανόηση των αρχαιολογικών ευρημάτων που αφορούν στο θέμα».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

«Όμως ενημερώνουμε ότι την Πέμπτη 15 Αυγούστου, στο πλαίσιο εορτασμού όμως Πανσελήνου 2019, το Αρχαιολογικό Μουσείο Χαιρώνειας θα είναι ανοιχτό για το κοινό, πέραν του ωραρίου και με ελεύθερη είσοδο, από όμως 19:00 έως όμως 22:00».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Η ΕΦΑ Βοιωτίας αποχαιρετά την αρχαιολόγο Αγγελική Ανδρειωμένου

«Η ΕΦΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ ΑΠΟΧΑΙΡΕΤΑ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΟ ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΑΝΔΡΕΙΩΜΕΝΟΥ

Η Προϊσταμένη και το προσωπικό όμως Εφορείας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας αποχαιρετά την αρχαιολόγο και συνεργάτιδα κυρία Αγγελική Κ. Ανδρειωμένου, επίτιμο έφορο αρχαιοτήτων, που έφυγε από κοντά όμως όμως 12 Δεκεμβρίου 2019, πλήρης ημερών».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

2020

ΕΠΑΝΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΩΝ ΕΦΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ

«Η Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας με χαρά ανακοινώνει την εκ νέου έναρξη λειτουργίας του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών, του Αρχαιολογικού Μουσείου Σχηματαρίου, του Αρχαιολογικού Μουσείου Χαιρώνειας και όμως Ιεράς Μονής Οσίου Λουκά από τη Δευτέρα 15-06-2020, με την εφαρμογή θερινού ωραρίου».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Εκδηλώσεις στο Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών στα πλαίσια του θεσμού «Όλη η Ελλάδα – Όμως πολιτισμός»

«Η Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας, συμμετέχοντας στο θεσμό «Όλη η Ελλάδα – Όμως Πολιτισμός», που διοργανώνει το ΥΠ.ΠΟ.Α., ανακοινώνει την πραγματοποίηση των κάτωθι εκδηλώσεων στον αύλειο χώρο του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Πρώτο Θέμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Βήμα (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Μουσική Βραδιά στο Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών στα πλαίσια του θεσμού «ΑΥΓΟΥΣΤΙΑΤΙΚΟ ΦΕΓΓΑΡΙ 2020» Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, Δευτέρα 3 Αυγούστου, ώρα έναρξης 21.30

«Η Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας, συμμετέχοντας στο θεσμό «ΑΥΓΟΥΣΤΙΑΤΙΚΟ ΦΕΓΓΑΡΙ 2020», που διοργανώνει το ΥΠ.ΠΟ.Α., σε συνεργασία με το σύλλογο «Φροντιστήριο Θηβαϊκής Αρχαιογνωσίας», φιλοξενεί στον αύλειο χώρο του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών μία μουσική εκδήλωση αφιερωμένη στα 100 χρόνια από τη γέννηση όμως μεγάλης ηθοποιού και τέως Υπουργού Πολιτισμού Μελίνας Μερκούρη».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Μουσείο Μπενάκη

Το Μουσείο Μπενάκη αποτελείται από, το Μουσείο Ελληνικού Πολιτισμού, Ισλαμικής Τέχνης, Πειραιώς 138, την Πινακοθήκη Γκίκα, το Εργαστήριο Γιάννη Παππά, το Μουσείο Παιχνιδιών, την Οικία Δέλτα, την Νηματουργία Μέντης-Αντωνόπουλος, την Οικία Patrick & Joan Leigh Fermor και την Συλλογή Βαλαδώρου. Ιδρυτής του υπήρξε ο Αντώνης Μπενάκης. Η ιστορία του μουσείου ξεκινά το 1895, με την διαμόρφωση του κτιριακού συγκροτήματος όμως το ίδιο το μουσείο, ιδρύθηκε το 1929. Σήμερα, το μουσείο διατηρεί πέντε ενεργά αρχεία και επτά εργαστήρια συντήρησης έργων τέχνης και σκοπός του είναι να εξάγει τον πολιτισμό και την τέχνη μέσα από μόνιμες συλλογές, περιοδικές και περιοδεύουσες εκθέσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα.



(Εικόνα 8, Μουσείο Μπενάκη)

Τα δελτία τύπου που εντοπίστηκαν για την περίοδο 2019-2020 είναι 9 και καταγράφονται στη συνέχεια.

2019

ΕΠΕΤΕΙΑΚΗ ΕΚΘΕΣΗ «1821 πριν και μετά»

«Το Μουσείο Μπενάκη, με τη σύμπραξη της Τράπεζας της Ελλάδος, της Εθνικής Τράπεζας και της Alpha Bank, διοργανώνει μεγάλη επετειακή έκθεση για τη συμπλήρωση των 200 χρόνων από την Επανάσταση του 1821.

Η έκθεση με τίτλο «1821 πριν και μετά» θα εγκαινιαστεί το Μάρτιο του 2021, θα διαρκέσει έως τον Οκτώβριο του ίδιου χρόνου και θα παρουσιαστεί στο κτήριο του Μουσείου Μπενάκη / Πειραιώς 138, καταλαμβάνοντας το σύνολο των εκθεσιακών του χώρων. Το κτήριο θα καταστεί ένα ζωντανό κύτταρο που θα αφηγείται την ιστορία των νεότερων Ελλήνων από το 1770 έως το 1870.

Για 6 μήνες, 100 χρόνια ιστορίας θα αναπτυχθούν σε 3.500 τετραγωνικά μέτρα».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα.

Διεθνής Ημέρα Μουσείων 2019 στο Μουσείο Μπενάκη

«ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΕΙΣΟΔΟΣ σε όλα τα κτήρια του Μουσείου Μπενάκη (Μουσείο Μπενάκη Ελληνικού Πολιτισμού, Ισλαμικής Τέχνης, Πινακοθήκη Γκίκα, Πειραιώς 138, Μουσείο Παιχνιδιών, Εργαστήρι Γιάννη Παππά) στις μόνιμες και τις περιοδικές εκθέσεις».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Ναυτεμπορική (αναφορά στα πλαίσια άρθρου), το Έθνος (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Η ΟΙΚΙΑ LEIGH FERMOR ΑΝΟΙΓΕΙ ΞΑΝΑ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ

«Ο Patrick και η Joan Leigh Fermor δώρισαν την Οικία Leigh Fermor στο Μουσείο Μπενάκη, εκφράζοντας την επιθυμία να χρησιμοποιείται για τους σκοπούς του Μουσείου αλλά και να φιλοξενεί ερευνητές και να παραμείνει ανοιχτή για το κοινό. Το κληροδότημα συγκαταλέγεται στις σημαντικότερες δωρεές που παρέλαβε το Μουσείο Μπενάκη τις τελευταίες δεκαετίες και η ανάδειξη και η λειτουργία του αποτελούν βασική μέριμνα του Ιδρύματος».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: Δεν πραγματοποιήθηκε κάποια αναφορά στα μέσα ενημέρωσης.

Υφάνσεις. Ζωγραφική και ταπισερί στην Ελλάδα από το 1960 έως σήμερα.

«Την Πέμπτη, 21 Νοεμβρίου 2019, στις 20.00, στο Μουσείο Μπενάκη / Πειραιώς 138, εγκαινιάζεται η έκθεση

με τίτλο «Υφάνσεις. Ζωγραφική και ταπισερί στην Ελλάδα από το 1960 έως σήμερα» που συνδιοργανώνεται

από το Μουσείο Μπενάκη και την Alpha Bank, με την επιμέλεια των Ιστορικών Τέχνης Ειρήνης Οράτη,

Επιμελήτριας της Συλλογής Έργων Τέχνης της Alpha Bank, και Κωνσταντίνου Παπαχρίστου, Επιμελητή του

Μουσείου Μπενάκη / Πινακοθήκης Γκίκα. Η έκθεση θα διαρκέσει έως την Κυριακή, 16 Φεβρουαρίου 2020».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή.

ΜΑΝΩΛΗΣ ΧΑΡΟΣ ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΘΗΣΑΥΡΩΝ

«Την Τρίτη 3 Δεκεμβρίου 2019, στις 20.00, στο κεντρικό κτήριο του Μουσείου Μπενάκη εγκαινιάζεται η έκθεση του Μανώλη Χάρου με τίτλο Το Νησί των Θησαυρών, η οποία θα διαρκέσει έως τις 26 Ιανουαρίου 2020».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, το Βήμα.

2020

Μέτρα προστασίας της δημόσιας υγείας

«Το Μουσείο Μπενάκη σας υποδέχεται στους χώρους του. εφαρμόζοντας όλα τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία της υγείας τόσο των επισκεπτών όσο και των εργαζομένων του».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Βήμα.

Η Ελληνικός Χρυσός στηρίζει το έργο του Μουσείου Μπενάκη

«Το Μουσείο Μπενάκη και η Ελληνικός Χρυσός εγκαινιάζουν μια νέα χορηγική συνεργασία με στόχο την ανάδειξη του ρόλου των μετάλλων στην ελληνική τέχνη και τον ελληνικό πολιτισμό, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: το Έθνος.

The CoMuseum: Διαδικτυακό Συνέδριο και Εργαστήρια

«Από την Τετάρτη 2 έως την Παρασκευή 4 Δεκεμβρίου, η Πρεσβεία των Η.Π.Α. στην Ελλάδα σε συνεργασία με το Μουσείο Μπενάκη, και το *British Council* διοργανώνει το 10ο Διεθνές Συνέδριο *CoMuseum*, το οποίο λόγω των περιοριστικών μέτρων που σχετίζονται με τη νόσο COVID-19 θα πραγματοποιηθεί εξ ολοκλήρου διαδικτυακά. Τη διοργάνωση υποστηρίζουν επίσης το *Goethe-Institut Athen* και η Πρεσβεία της Γαλλίας / *Institut Français de Grèce*. Το Συνέδριο τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού, του Δήμου Αθηναίων και του Δήμου Θεσσαλονίκης. Διοργανώνεται με τις χορηγίες της *Uni Systems* και της *Microsoft*».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή (αναφορά στα πλαίσια άρθρου).

Ξεδιπλώνοντας 100 χρόνια ιστορίας σε μία έκθεση «1821 Πριν και Μετά»

«Δείτε σε πρώτη μετάδοση την παρουσίαση της επετειακής έκθεσης «1821 Πριν & Μετά» για τα 200 χρόνια από την Ελληνική Επανάσταση. Την έκθεση διοργανώνει το Μουσείο Μπενάκη με τη σύμπραξη της Τράπεζας της Ελλάδος, της Εθνικής Τράπεζας και της *Alpha Bank* στο σύνολο των εκθεσιακών χώρων του Μουσείου Μπενάκη / Πειραιώς 138».

Εφημερίδες που ανέφεραν το γεγονός: η Καθημερινή, Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα, το Βήμα.

3.2.2 Δευτερογενής έρευνα στη δημοσιογραφική δεοντολογία

Στον τομέα του πολιτισμού, έχει διεξαχθεί πληθώρα ερευνών προκειμένου να εντοπιστεί ο βαθμός εφαρμογής της δημοσιογραφικής δεοντολογίας σε περιπτώσεις προβολής μουσείων και κάλυψης εκδηλώσεων, εκθέσεων και δραστηριοτήτων που οργανώνονται. Το ερώτημα που τίθεται είναι: ποια η στρατηγική των μέσων ενημέρωσης σε ό,τι αφορά την κάλυψη γεγονότων που αφορούν τον πολιτισμό και την τέχνη.

Η περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής

Σε πρώτο στάδιο θα εξεταστεί η μελέτη της Courtney L. Howard, δημοσιογράφου, η οποία πραγματοποίησε έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής ώστε να εντοπίσει την προώθηση των νέων και περιοδικών εκθέσεων των μουσείων, τα μέσα προώθησης, τη δημοσιογραφική κάλυψη και εάν η προσπάθεια προώθησης επέφερε αποτελέσματα και προσέλευση κοινού.

Σύμφωνα με την Howard, η δημοσιογραφική κάλυψη που αφορά τα μουσεία μπορεί να εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι ο τύπος του μουσείου και η απήχηση που μπορεί να έχει, το είδος σπόνσορα και προώθησης που διαθέτει. Δεν αποτελεί έκπληξη λοιπόν πως ένα σύγχρονο μουσείο βασίζεται στην προβολή των μέσων ενημέρωσης για την αύξηση των εσόδων του και την προσέλευση κοινού. Τα μουσεία αποστέλλουν δελτία τύπου μήνες πριν την έναρξη μιας νέας έκθεσης και καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια ώστε να επηρεάσουν τα μέσα ενημέρωσης σε σχέση με τις συλλογές τους, ώστε και αυτά με τη σειρά τους να ασκήσουν επιρροή στο κοινό.

Η έρευνα επικεντρώθηκε στα μουσεία: Metropolitan Museum of Art, Chicago Art Institute και National Gallery of Art και στις τοπικές εφημερίδες που τα κάλυψαν: New York Times, Chicago Sun-Times και Washington Post.

Οι μουσειακοί οργανισμοί επιλέχθηκαν λόγω του κοινού στοιχείου της τέχνης αλλά και του σημαντικού έργου που έχουν να επιδείξουν. Οι συγκεκριμένες εφημερίδες από την άλλη πλευρά, επιλέχθηκαν εξαιτίας της τάσης δημοσίευσης γεγονότων που αφορούν την τέχνη. Η έρευνα διεξάχθηκε κατά την περίοδο 2004-2008 και προήλθε από τον ηλεκτρονικό ιστότοπο του κάθε μουσείου, τα δημοσιεύματα των εκάστοτε εφημερίδων και τις ανακοινώσεις των μουσείων. Η διπλωματική εργασία της συγγραφέως δημοσιεύθηκε το 2010.

Τα αποτελέσματα της έρευνας, υπέδειξαν πως το Metropolitan Museum of Art της Νέας Υόρκης, έλαβε περισσότερες και μεγαλύτερες σε έκταση αναφορές και κριτικές από την εφημερίδα New York Times, σε σχέση με το Art Institute που έχει τις λιγότερες αναφορές στην εφημερίδα Chicago Sun-Times σε ό,τι αφορά εκθέσεις που διοργανώνονται. Ακόμη, παρατηρήθηκε πως η Washington Post αναφέρεται συχνότερα στην Εθνική Πινακοθήκη, τις εκθέσεις και τις εκδηλώσεις που οργανώνει, σε σχέση με άλλες εφημερίδες. Τα αποτελέσματα της έρευνας της Howard, καταδεικνύουν πως η απήχηση μιας μουσειακής εκδήλωσης και ο τύπος

της προώθησης που υιοθετείται, εξαρτώνται από τον τύπο αναφοράς στην εφημερίδα. Εάν δηλαδή, έγινε μια απλή αναφορά, μεταξύ άλλων γεγονότων, ή εάν αφιερώθηκε περισσότερος «χώρος» και προσοχή στην εφημερίδα για την αναφορά στο γεγονός.

Στη συνέχεια τονίζεται πως σχετίζεται άμεσα και ο τύπος του χορηγού που επιλέχθηκε. Τα αποτελέσματα της έρευνας αποκάλυψαν πως οι οργανισμοί που διέθεταν εταιρικούς χορηγούς ή χορηγούς ιδρύματος, είχαν υψηλότερες πιθανότητες να λάβουν επιθετική προώθηση από τα ίδια τα μουσεία και κατά συνέπεια μεγαλύτερη προβολή στα μέσα ενημέρωσης που εξετάστηκαν. Το συμπέρασμα αυτό αποτελεί απόρροια της γνώσης, πως η πλειοψηφία των σύγχρονων μουσείων, παραμελεί την διαμόρφωση οργανωμένης επικοινωνιακής πολιτικής.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν σαφώς τα ειδικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν τα μουσεία τα οποία προβάλλονται περισσότερο. Παραδείγματος χάριν, το Metropolitan Museum συνδύασε με μεγάλη επιτυχία διαφορετικά μέσα επικοινωνιακής πολιτικής δείχνοντας προτίμηση ωστόσο, στα δελτία τύπου. Εν αντιθέσει, το Art Institute επέλεξε να εκμεταλλευτεί περισσότερο τις διαδικτυακές πλατφόρμες και τον ιστότοπο του. Τα αποτελέσματα μας κατευθύνουν προς το συμπέρασμα, πως, οι εκθέσεις οι οποίες δεν προωθήθηκαν με ένα δελτίο τύπου, είχαν λιγότερες πιθανότητες να δημοσιευτούν στην εφημερίδα.

Συμπερασματικά, οι εκθέσεις που προσέλκυσαν το μεγαλύτερο κοινό ήταν όσες συγκέντρωσαν όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά: ισχυρό χορηγό, έκδοση δελτίου τύπου, ηλεκτρονική ανακοίνωση, εκτενή και όχι σύντομη κάλυψη από τις εφημερίδες.

Η περίπτωση της Κροατίας

Έρευνα που διεξήχθη καθ' όλη την διάρκεια του έτους 2015 (Μάρτιος-Δεκέμβριος) από την Pavelin G. στην Κροατία, ανέδειξε ορισμένα ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Σκοπός της έρευνας ήταν να διακρίνει την ποσότητα και ποιότητα των αναφορών σε μουσεία από δυο μεγάλες Κροατικές εφημερίδες. Οι εφημερίδες αυτές είναι η Jutarnji list και η Večernji list.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, τα προαναφερθέντα μουσεία εκπροσωπήθηκαν πολύ περισσότερο από την Večernji list σε σχέση με την Jutarnji list που δημοσίευσε λιγότερα σχετικά διαδικτυακά άρθρα. Η

Jutarnji list δημοσίευσε μόλις 12 άρθρα σε αντίθεση με την Večernji list, η οποία έφτασε τα 134.

Αντίστοιχα, μελετήθηκαν και τα αποτελέσματα που επέφεραν τα δημοσιεύματα αυτά στους οργανισμούς. Παρατηρήθηκε, πως είναι αδύνατο να εγγυηθεί κανείς ότι ο αναγνώστης θα θυμάται το άρθρο, πόσο μάλλον να επισκεφθεί το μουσείο ή να κάνει κάποια δωρεά. Στη συγκεκριμένη περίπτωση τα εκτενέστερα άρθρα που είχαν αφιέρωμα στο μουσείο ήταν μόνο 26. Αντιθέτως, τα δευτερεύοντα άρθρα ή τα άρθρα με απλές, συμπτωματικές αναφορές, έφταναν τα 120, φανερώνοντας πως υπάρχει μια γενική έλλειψη ενδιαφέροντος προς τα πολιτιστικά ζητήματα. Τα αίτια αυτής της έλλειψης ενδιαφέροντος διαφαίνονται στην άγνοια ή την απουσία προσπάθειας από πλευράς των μουσείων να κοινωνικοποιηθούν. Η συγγραφέας δηλαδή, εντοπίζει την αιτία, στις περιορισμένες γνώσεις πάνω στην κοινωνική πολιτική των μουσείων από τους ίδιους τους πολιτιστικούς οργανισμούς.

Εκτενέστερα, θα λέγαμε πως οι εφημερίδες δείχνουν ενδιαφέρον για τα μουσεία, μόνον σε τοπικό επίπεδο και όχι για παράδειγμα σε εθνικό ή διεθνές. Το 66% των άρθρων που δημοσιεύτηκαν, αφορούσε τοπικές εκδηλώσεις και εκθέσεις με μόνο το 23% να δίνει προσοχή σε διεθνή γεγονότα. Στην δεύτερη περίπτωση, σημαντικό ρόλο φαίνεται να έχει η χρήση του διαδικτύου καθώς συντελεί στην παράκαμψη των συνόρων.

Μολαταύτα, τα άρθρα δεν δημοσιεύονται παρά μόνο στα πλαίσια μιας ειδικής στήλης αφιερωμένης σε πολιτιστικά θέματα με αποτέλεσμα να μην προβάλλονται τόσο όσο άλλες θεματικές ενότητες. Τα άρθρα κριτικού χαρακτήρα, κάλυπταν το 15% ενώ το 85% είχε ενημερωτικό χαρακτήρα.

Επιλογικά, η συγγραφέας προτείνει στους πολιτιστικούς οργανισμούς να διευρύνουν τις δημόσιες σχέσεις τους αποκτώντας επαφές με δημοσιογράφους που διατηρούν κοινό. Με τον τρόπο αυτό, θα δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στα πολιτιστικά κομμάτια του τόπου και θα προσελκυσθεί νέο κοινό.

Η περίπτωση της Ελλάδας

Το έτος 2011, στην Ελλάδα διεξήχθη η έρευνα με τίτλο «Cultural Agenda Setting: Media Attributes and Public Attention of Greek Museums» από τους: Στέλιο Ζυγλιδόπουλο, Παύλο Συμεού, Φιλήμων Βαντιμαρούδη και Ελένη Καμπανέλλου.

Το ερώτημα το οποίο τέθηκε, ήταν το εξής: Μπορεί να επηρεάσει την επισκεψιμότητα ενός μουσείου, η προβολή στα μέσα ενημέρωσης;

Η σύνοψη των στατιστικών στοιχείων, αποκαλύπτει πως η προβολή των μουσείων στα μέσα ενημέρωσης, δεν διατηρεί κάποια συνοχή. Παρατηρείται αύξηση της, κατά τις περιόδους του Φθινοπώρου και της Άνοιξης, δίχως όμως να είναι σταθερή. Περαιτέρω, έγινε ξεκάθαρο πως δεν λαμβάνουν όλα τα μουσεία την ίδια έκταση δημοσιότητας. Το μουσείο Μπενάκη, στην Αθήνα, είχε 54 μηνιαίες αναφορές ενώ το μουσείο Δίου, της Πιερίας, μόλις 0.02, τοποθετώντας το τελευταίο. Συνεπώς υφίσταται μια διάκριση η οποία μπορεί να οφείλεται σε πολλούς τομείς.

Το θετικό χαρακτηριστικό που παρατηρήθηκε, ήταν πως η πλειοψηφία των άρθρων που αναφέρονταν σε μουσεία, είχαν στόχο να πληροφορήσουν ή να δώσουν μια θετική κριτική για μια έκθεση, εκδήλωση ή το ίδιο το μουσείο, με αποτέλεσμα να απουσιάζουν αρνητικές κριτικές. Τα δημοσιεύματα θετικού χαρακτήρα φαίνεται να έχουν άμεση σχέση με την προσέλευση κοινού στους μουσειακούς χώρους. Από την άλλη πλευρά, τα αρνητικά δημοσιεύματα, βλάπτουν το μουσείο και την επιθυμία του κοινού να το επισκεφτεί.

Τα μουσεία που προβλήθηκαν στα μέσα ενημέρωσης διατήρησαν ή παρατήρησαν αύξηση στην επισκεψιμότητά τους. Η έλλειψη προώθησης οδήγησε στη σταθερή μείωση κοινού. Αξίζει επιπλέον να αναφερθούμε, στο γεγονός πως, η τοποθεσία του μουσείου δεν φαίνεται να είναι περιοριστικός παράγοντας, ιδιαίτερα εάν αυτό διαφημίζεται.

Ανακεφαλαιώνοντας, η έρευνα ανέδειξε άμεση σχέση μεταξύ της δημοσιογραφίας και των μουσείων. Οι μουσειακοί οργανισμοί έχουν ανάγκη την προβολή και προώθηση από τα δημοσιογραφικά μέσα, για να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν.

Η περίπτωση της Γλασκόβης

Οι Matthew Reason & Beatriz Garcia σε άρθρο που δημοσιεύτηκε το 2007, στο ακαδημαϊκό περιοδικό, Media, Culture & Society, ασχολήθηκαν με την χρονιά πολιτισμού της Γλασκόβης.

Η έρευνα επικεντρώνεται στην δημοσιογραφική κάλυψη του έτους 1990, κατά το οποίο ως Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πρωτεύουσα, επιλέχθηκε η Γλασκόβη. Συμπεριλήφθηκαν 5.000 αποσπάσματα τα οποία είναι

διασκορπισμένα ανά τα χρόνια. Κάτι τέτοιο, συμβαίνει χάρη στην επιτυχία που είχε το έτος εκείνο, ώστε να γίνεται σημείο αναφοράς, ακόμα και χρόνια αργότερα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η πλειοψηφία των αναφορών στο γεγονός, ήταν θετική. Δεν έλειψαν ωστόσο και τα αρνητικά περιστατικά. Οι τοπικές εφημερίδες επικεντρώθηκαν στις αρνητικές επιπτώσεις και έκαναν λιγότερες αναφορές στην προβολή της τέχνης και του πολιτισμού. Τα αρνητικά στοιχεία που εντοπίστηκαν ήταν η διάκριση που φαίνεται να έγινε απέναντι στους πολίτες. Δηλαδή, ο τρόπος με τον οποίο προωθήθηκαν οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκθέσεις απευθυνόταν μόνο σε μια μερίδα κοινού δημιουργώντας την αίσθηση του απρόσιτου και του αδιάφορου.

Αποτέλεσμα της ανάλυσης των άρθρων προς ερεύνηση ήταν η συνειδητοποίηση πως ενώ ο αρχικός σκοπός οργάνωσης ενός τέτοιου γεγονότος ήταν να έλξει τον κόσμο προς τα μουσεία, την τέχνη και τον πολιτισμό, η κατάληξη δεν ήταν η επιθυμητή. Το κοινό ένιωσε αποκλεισμένο λόγω έλλειψης γνώσεων και εξαιτίας της προώθησης των εκδηλώσεων σε συγκεκριμένες ομάδες. Ένας ακόμη καταλυτικός παράγοντας απόρριψης της διοργάνωσης, υπήρξε η αναρχία που κυριάρχησε στην πόλη και η έλλειψη αίσθησης της ασφάλειας.

Η περίπτωση της Σκανδιναβίας

Το άρθρο των Hanne Strager & Peter C. Kjaergaard, δημοσιευμένο το 2013, επικεντρώνεται στη θεωρία του Δαρβίνου για την εξέλιξη των ειδών και την 200ή επέτειο από την γέννηση του, το 2009.

Το άρθρο επιχειρεί να εξηγήσει πως αντιμετωπίστηκε η επέτειος αυτή από τα μουσεία, αλλά και πως προβλήθηκαν οι εκδηλώσεις των μουσείων στα μέσα ενημέρωσης. Η έρευνα περιορίστηκε σε τρεις χώρες: την Δανία, την Σουηδία και την Νορβηγία.

Η έρευνα εμπεριείχε όλες τις τοπικές και εθνικές εφημερίδες των χωρών και απέδειξε πως υπήρξαν διαφορετικά ποσοστά εκδήλωσης ενδιαφέροντος προς το γεγονός.

Στην Δανία γράφτηκαν 80 άρθρα, αναφερόμενα, σε πρωτοβουλίες του Μουσείου Φυσικής Ιστορίας. Τον μήνα Φεβρουάριο παρουσιάστηκε ιδιαίτερο ενδιαφέρον προς τις εκδηλώσεις και τις δραστηριότητες του μουσείου με 59 άρθρα.

Στη Σουηδία, το σουηδικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, οργάνωσε μόνο μια εκδήλωση σχετική με το γεγονός η οποία δεν συνάντησε ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς αναφέρθηκε 6 φορές από τις εφημερίδες.

Στην Νορβηγία, παρ' ότι δημοσιεύτηκαν περισσότερα άρθρα σχετικά με το γεγονός, η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης της σχετικής έκθεσης του νορβηγικού Μουσείου Φυσικής Ιστορίας ήταν ελάχιστη. Πραγματοποιήθηκαν τρεις μεμονωμένες αναφορές στην έκθεση και το μουσείο. Οι εναπομείνουσες δημοσιεύσεις, δεν περιέκλειαν το όνομα του μουσείου.

Από τα στατιστικά αποτελέσματα διαφαίνεται ξεκάθαρα πώς, ενώ υπήρξε πλήθος άρθρων αναφερόμενων στον Δαρβίνο κατά τη συγκεκριμένη περίοδο, τα ποσοστά αυτών που συμπεριέλαβαν και μια μουσειακή πρωτοβουλία, είναι πρωτοφανώς χαμηλά. Συγκριτικά, οι εφημερίδες της Δανίας προώθησαν εντονότερα τις αντίστοιχες εκθέσεις των μουσείων σε σχέση με την Νορβηγία και την Σουηδία, με την Σουηδία να βρίσκεται στην τελευταία θέση. Πιθανή εξήγηση των συγγραφέων, αποτελεί το ζήτημα της θρησκείας και οι αντιδράσεις του κοινού στα λιγοστά άρθρα που δημοσιεύτηκαν.

Παρά τις ορισμένες διακρίσεις και διαφορές, η μόνιμη έκθεση σχετικά με την εξέλιξη στο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στην Κοπεγχάγη και η αντίστοιχη περιοδική έκθεση στο Όσλο, αποδείχθηκαν δημοφιλείς και προσέλκυσαν νέο κοινό. Ακόμη, φάνηκε πως το χαρακτηριστικό που βοήθησε το νορβηγικό μουσείο στην παρουσίαση της έκθεσης, ήταν η διαδικτυακή προώθηση και η συγκρότηση μιας αρκετά επιτυχημένης συνέντευξης Τύπου από πλευράς του μουσείου.

Ωστόσο, οι προσπάθειες των μουσείων Φυσικής Ιστορίας σε Δανία και Νορβηγία ήταν επίμονες και μεγαλύτερης διάρκειας αποδίδοντας καρπούς. Τα μουσεία αυτά, αναφέρθηκαν πολύ περισσότερο και είχαν ευρεία κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Στην Σουηδία, τα σχετικά άρθρα ήταν και πάλι σε υψηλά ποσοστά, αλλά δεν οφείλονταν στην καταβολή προσπάθειας και την επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου. Η Νορβηγία, ξεχώρισε, διότι το μουσείο αντιμετώπισε την έκθεση και το θέμα της ως ένα ζήτημα αμφιλεγόμενο πυροδοτώντας έτσι συζητήσεις και άρθρα με τις απόψεις των δημοσιογράφων και κεντρίζοντας το ενδιαφέρον του κοινού. Αντιθέτως, τα μουσεία των άλλων δυο χωρών, προσέγγισαν την θεματολογία πιο συντηρητικά, με αποτέλεσμα να μην κερδίσουν στον ίδιο βαθμό το ενδιαφέρον των μέσων ενημέρωσης.

3.3 Αποτελέσματα

Στο κομμάτι αυτό του κεφαλαίου, θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας που προηγήθηκε. Στο πρώτο μέρος της έρευνας, παρατίθενται τα δελτία τύπου πέντε μουσείων στην Ελλάδα. Κάθε δελτίο τύπου, ακολουθεί μια καταγραφή των εφημερίδων που αναφέρθηκαν σε αυτό. Οι αναφορές, διακρίνονται σε δυο τύπους: τα αφιερώματα και τις αναφορές στα πλαίσια ενός άλλου άρθρου. Ακολουθούν, τα αποτελέσματα τα οποία εμφανίζουν το ενδιαφέρον των εφημερίδων προς τα δελτία τύπου που εκδίδουν τα μουσεία.

Μουσείο της Ακρόπολης

Καθ' όλη τη διάρκεια του 2019, το μουσείο της Ακρόπολης, εξέδωσε 14 δελτία τύπου. Από αυτά, αναπαρήχθησαν από τις εφημερίδες τα 10. Τέσσερα δελτία τύπου, δεν βρέθηκαν στα δημοσιεύματα των εφημερίδων προς ανάλυση ούτε με την μορφή αφιερώματος, ούτε με αυτήν της απλής αναφοράς. Οι εφημερίδες Καθημερινή, Πρώτο Θέμα, το Έθνος, το Βήμα και Ναυτεμπορική επέδειξαν ενδιαφέρον για 9 από τα δελτία τύπου, στα οποία και αφιέρωσαν ολοκληρωμένο δημοσίευμα. Εν συνεχεία, στοιχεία από 3 δελτία τύπου εντοπίστηκαν ως απλές αναφορές στα πλαίσια άλλων άρθρων.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 6 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: 6 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 4 σχετικά δημοσιεύματα

Το Βήμα: 6 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 6 σχετικά δημοσιεύματα

Την χρονιά 2020, το μουσείο Ακροπόλεως εξέδωσε 7 δελτία τύπου. Από αυτά και τα 7 γνώρισαν κάποιου είδους δημοσιογραφική κάλυψη. Αποκλειστική αφιέρωση στο θέμα τους, έλαβαν 5. Απλή αναφορά, στα πλαίσια ενός άρθρου με άλλη θεματολογία, έλαβαν 5 από τα δελτία τύπου. Οι εφημερίδες που τα κάλυψαν και προώθησαν το μουσείο Ακροπόλεως, είναι οι εξής:

Ναυτεμπορική: 5 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: 5 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

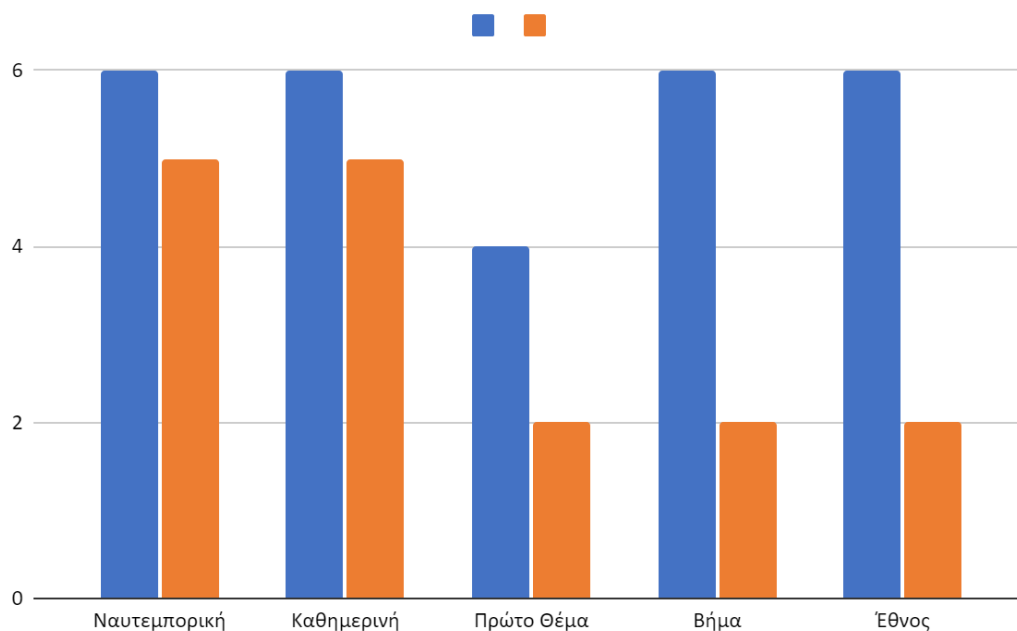
Το Βήμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε, υπάρχουν αρκετές διαφορές μεταξύ των ετών 2019 και 2020. Το 2019, αντιπροσωπεύει τη λειτουργία του μουσείου υπό συνήθεις συνθήκες, ενώ το 2020 καταδεικνύει τους τρόπους με τους οποίους το μουσείο ανταποκρίθηκε σε αντίξοες συνθήκες. Κατά την διάρκεια του 2020, η Ελλάδα αντιμετώπισε τον κορωνοϊό Covid-19 και λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών, ήταν απαραίτητες, προσαρμογές στην λειτουργία του μουσείου. Συγκριτικά, παρατηρούμε πως, τα μέσα ενημέρωσης επέδειξαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον προς τα πολιτισμικά ζητήματα το έτος 2019 σε σχέση το 2020.

Μουσείο Ακρόπολης	Ποσοστά δημοσιεύσεων στο σύνολο των δελτίων τύπου			
	2019	2020	2019	2020
Σύνολο Δελτίων Τύπου	14	7	71,42 %	100 %
Σύνολο Δημοσιευμάτων	10	7		
Ναυτεμπορική	6	5	42,85 %	71,42 %
Καθημερινή	6	5	42,85 %	71,42 %
Πρώτο Θέμα	4	2	28,57 %	28,57 %
Βήμα	6	2	42,85 %	28,57 %
Έθνος	6	2	42,85 %	28,57 %

(Πίνακας 1, Μουσείο Ακρόπολης, Ποσοστά Δημοσιεύσεων)



(Γράφημα 1, Μουσείο Ακρόπολης, Σύγκριση 2019-2020)

Από την στατιστική ανάλυση προκύπτει ότι, το ποσοστό άρθρων που δημοσίευσαν οι εφημερίδες στο σύνολο των δελτίων τύπου παρατηρείται στο 71,42% για το έτος 2019 και στο 100% για το 2020. Από τα δημοσιεύματα αυτά, το 2019, οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Καθημερινή, Βήμα και Έθνος δημοσίευσαν σε άρθρο το 42,85% των δελτίων τύπου ενώ η εφημερίδα το Πρώτο Θέμα το 28,57%. Ακολούθως, για την χρονιά 2020, η Ναυτεμπορική και η Καθημερινή βρίσκονται και πάλι στην πρώτη θέση με ποσοστό 71,42% και ακολουθούν οι υπόλοιπες εφημερίδες με ποσοστό 28,57% (Πίνακας 1).

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

Το 2019, από το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, εκδόθηκαν 6 δελτία τύπου από τα οποία το 1 δεν αναδημοσιεύτηκε σε καμία από τις εφημερίδες που ερευνήθηκαν. Από τα 6 δελτία, τα 2 συνάντησαν αποκλειστική κάλυψη με τη δημιουργία άρθρου και τα 5 αναφέρθηκαν σε άρθρα με άλλη θεματική.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: 3 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Το Βήμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 1 σχετικό δημοσίευμα

Κατά το 2020, τα δελτία τύπου συνάντησαν μείωση κι έφτασαν τα 4. Παρ' όλα αυτά, όλα τα δελτία τύπου αναδημοσιεύτηκαν στις εφημερίδες που μας απασχολούν. Ακόμη, τα 3 δελτία τύπου υπήρξαν κύριο θέμα ενός δημοσιεύματος από τις εφημερίδες. Τέλος, μόνο 1 δελτίο τύπου έγινε γνωστό μέσα από απλή αναφορά σε άρθρο.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 3 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 3 σχετικά δημοσιεύματα

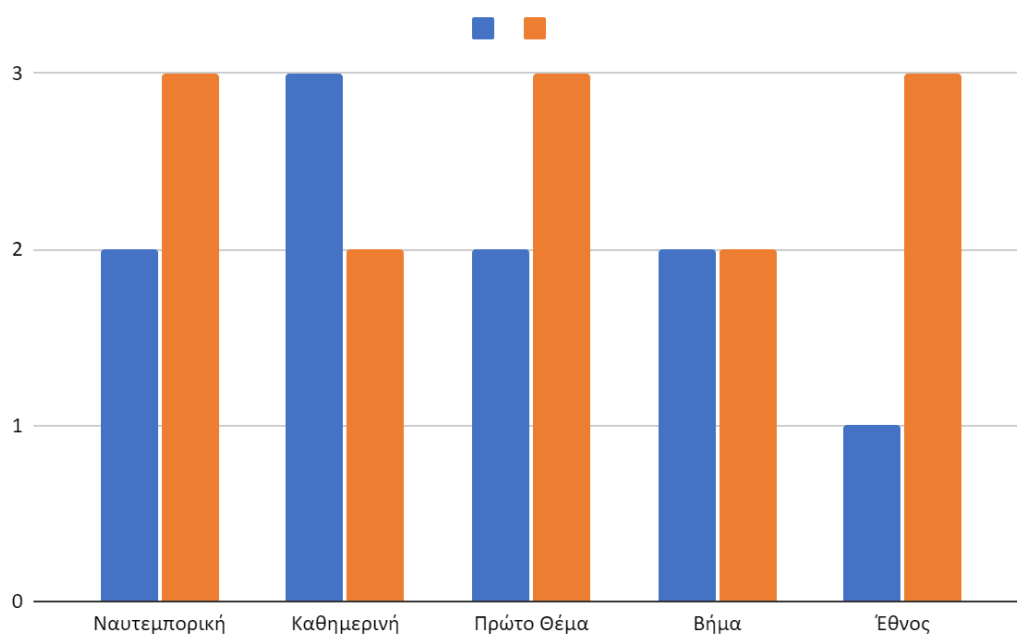
Το Βήμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 3 σχετικά δημοσιεύματα

Από την έρευνα, προκύπτει το συμπέρασμα πως, δεν ήταν σύνηθες, για το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο να προβληθεί στα μέσα ενημέρωσης σε άρθρα αποκλειστικά αφιερωμένα στις δράσεις του. Τα άρθρα τα οποία, απλώς ανέφεραν κάποιο από τα δελτία τύπου ήταν 6, ενώ αυτά με αποκλειστική θεματική το δελτίο τύπου που εκδόθηκε ανέρχονταν στα 5. Από τα 10 δελτία τύπου που εξέδωσε το μουσείο την περίοδο 2019-2020, μόνον ένα δεν αναφέρθηκε σε κάποια από τις εφημερίδες. Το 2020 ωστόσο, δημοσιεύτηκαν περισσότερα άρθρα αφιερωμένα στο μουσείο σε σχέση με το 2019.

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο	Ποσοστά δημοσιεύσεων στο σύνολο των δελτίων τύπου			
	2019	2020	2019	2020
Σύνολο Δελτίων Τύπου	6	4	83,33 %	100 %
Σύνολο Δημοσιευμάτων	5	4		
Ναυτεμπορική	2	5	33,33 %	75 %
Καθημερινή	3	5	50 %	50 %
Πρώτο Θέμα	2	2	33,33 %	75 %
Βήμα	2	2	33,33 %	50 %
Έθνος	1	2	16,66 %	75 %

(Πίνακας 2, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, Ποσοστά Δημοσιεύσεων)



(Γράφημα 2, Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, Σύγκριση 2019-2020)

Οι τιμές από τα δείγματα που εξετάστηκαν, καταδεικνύουν μια σχετικά μικρή διαφορά ανάμεσα στο 2019 και το 2020. Την πρώτη χρονιά δεν δημοσιεύτηκαν όλα τα δελτία τύπου παρά μόνο το 83,33%, ενώ την επόμενη που εκδόθηκαν λιγότερα, οι εφημερίδες ανταποκρίθηκαν

δημοσιεύοντας το 100% των δελτίων τύπου. Αναλυτικότερα, η εφημερίδα Καθημερινή δημοσίευσε σε μορφή άρθρου το 50% των δελτίων τύπου που εξέδωσε το μουσείο. Στη συνέχεια, οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα και Βήμα, ασχολήθηκαν η καθεμία με το 33,3% των δελτίων τύπου που εκδόθηκαν το 2019. Τέλος, για την ίδια χρονιά, το έθνος παρουσίασε τα λιγότερα δημοσιεύματα με ποσοστό 16,66%. Κατά τη διάρκεια του 2020 οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα και Έθνος ανταποκρίθηκαν στα δελτία τύπου με τη δημοσίευση άρθρου σε ποσοστό 75% και οι εφημερίδες Καθημερινή και Έθνος σε ποσοστό 50% (Πίνακας 2).

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

Στην ιστοσελίδα του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης, εντοπίστηκαν 21 δελτία τύπου. Μολαταύτα, το μουσείο δεν είχε την ίδια αναγνωρισιμότητα από τον τύπο, συγκριτικά με τα προηγούμενα. Θετικό στοιχείο, παραμένει το γεγονός, πως όποια ανακοίνωση αναδημοσιεύτηκε ήταν με την μορφή ολοκληρωμένου άρθρου και όχι απλής αναφοράς. Ειδικότερα, το 2019, εκδόθηκαν 12 δελτία τύπου από τα οποία 5 δημοσιεύτηκαν με την μορφή άρθρου και 3 αναφέρθηκαν απλώς στα πλαίσια άλλου δημοσιεύματος. Δυστυχώς, παρατηρούμε ότι ο τύπος δεν έδειξε ενδιαφέρον για 5 ανακοινώσεις.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 1 σχετικό δημοσίευμα

Η Καθημερινή: 3 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 3 σχετικά δημοσιεύματα

Το Βήμα: 0 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 4 σχετικά δημοσιεύματα

Στη συνέχεια, το 2020, το μουσείο παρέμεινε κλειστό για ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα λόγω των συνθηκών πανδημίας που επικρατούσαν. Συνεπώς, περιόρισε τα δελτία τύπου και προσάρμοσε το υλικό, αυξάνοντας την ψηφιακή του παρουσία. Σε αυτή την μεταβολή οι εφημερίδες ανταποκρίθηκαν αναλόγως. Από τις 9 ανακοινώσεις, 3 δεν δημοσιεύτηκαν ενώ 4 απλώς είχαν αναφορές σε άρθρα με διαφορετική

θεματική. Ωστόσο, 3 δημοσιεύτηκαν με την μορφή άρθρου από τις εφημερίδες.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 0 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: 3 σχετικά δημοσιεύματα

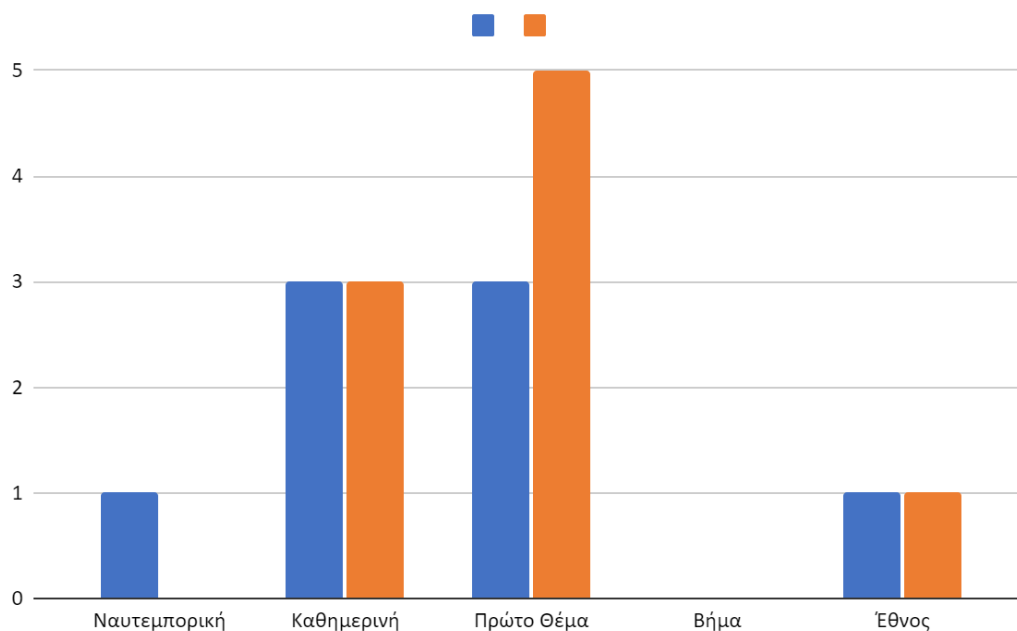
Πρώτο Θέμα: 5 σχετικά δημοσιεύματα

Το Βήμα: 0 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 1 σχετικό δημοσίευμα

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης	Ποσοστά δημοσιεύσεων στο σύνολο των δελτίων τύπου			
	2019	2020	2019	2020
Σύνολο Δελτίων Τύπου	12	9	66,66 %	66 %
Σύνολο Δημοσιευμάτων	8	6		
Ναυτεμπορική	1	0	8,33 %	0 %
Καθημερινή	3	3	25 %	33,33 %
Πρώτο Θέμα	3	5	25 %	55,55 %
Βήμα	0	0	0 %	0 %
Έθνος	1	1	8,33 %	11,11 %

(Πίνακας 3, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Ποσοστά Δημοσιεύσεων)



(Γράφημα 3, Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Σύγκριση 2019-2020)

Το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το 2019, γνώρισε ανταπόκριση για το 66,66% των δελτίων τύπου του ενώ το 2020, το 66% των δελτίων δημοσιεύτηκε με την μορφή άρθρου. Για το έτος 2019, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον επέδειξαν οι εφημερίδες Καθημερινή και Πρώτο Θέμα, με ποσοστό ανταπόκρισης 25%. Ακολουθούν οι εφημερίδες Ναυτεμπορική και το Έθνος με ποσοστά 8,33%. Την χρονιά 2020 από την άλλη, πρώτο σε επίδειξη ενδιαφέροντος φαίνεται να είναι το Πρώτο Θέμα (55,55%) και δεύτερη η Καθημερινή (33,33%). Το Έθνος έδειξε ενδιαφέρον της τάξεως του 11,11% και η Ναυτεμπορική δεν δημοσίευσε κανένα άρθρο που να σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα με τα εκδοθέντα δελτία τύπου. Η εφημερίδα το Βήμα δεν έδειξε ενδιαφέρον τα έτη 2019 και 2020 για κανένα από τα δελτία τύπου (Πίνακας 3).

Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών εξέδωσε συνολικά 9 δελτία τύπου. Το 2019 εκδόθηκαν τα 3 από αυτά. Εντοπίστηκε πως, 2 δεν δημοσιεύτηκαν από τις εφημερίδες που εξετάζονται και μόνο 1 δημοσιεύτηκε με την μορφή της απλής αναφοράς σε άρθρο.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 1 σχετικό δημοσίευμα

Η Καθημερινή: : 0 σχετικά δημοσιεύματα

Πρώτο Θέμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Βήμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Έθνος: 1 σχετικό δημοσίευμα

Καθ' όλη τη διάρκεια του 2020, εκδόθηκαν και πάλι 3 δελτία τύπου με μεγαλύτερη όμως προβολή. Μόνο το 1 δεν δημοσιεύτηκε και τα εναπομείναντα 2, δημοσιεύτηκαν σε άρθρα ως απλή αναφορά.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 1 σχετικό δημοσίευμα

Η Καθημερινή: : 1 σχετικό δημοσίευμα

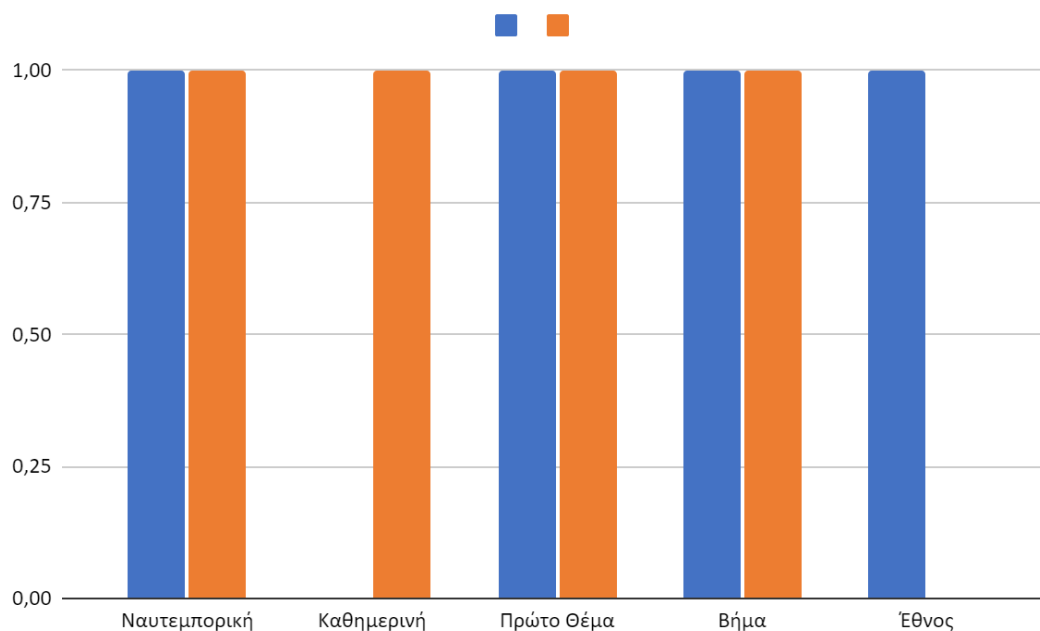
Πρώτο Θέμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Βήμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Έθνος: 0 σχετικά δημοσιεύματα

Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών	Ποσοστά δημοσιεύσεων στο σύνολο των δελτίων τύπου			
	2019	2020	2019	2020
Σύνολο Δελτίων Τύπου	9	3	33,33 %	66,66 %
Σύνολο Δημοσιευμάτων	3	2		
Ναυτεμπορική	1	1	11,11 %	33,33 %
Καθημερινή	0	1	0 %	33,33 %
Πρώτο Θέμα	1	1	11,11 %	33,33 %
Βήμα	1	1	11,11 %	33,33 %
Έθνος	1	0	11,11 %	0 %

(Πίνακας 4, Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, Ποσοστά Δημοσιεύσεων)



(Γράφημα 4, Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, Σύγκριση 2019-2020)

Τα στατιστικά αποτελέσματα φανερώνουν την έλλειψη ενδιαφέροντος προς το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών. Το 2019 εκδηλώθηκε ενδιαφέρον για το 33,33% των δελτίων τύπου, ενώ το 2020 παρατηρήθηκε αύξηση και το ποσοστό ανήλθε στο 66,66%. Το 2019, οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα, Βήμα και Έθνος επέδειξαν δημοσιεύματα που σχετίζονταν με το 11,11% των δελτίων τύπου. Η Καθημερινή διατήρησε το ποσοστό της στο 0% αν και παρατηρήθηκε αύξηση του στο 33,33 για την χρονιά 2020. Για το 33,33% των δελτίων τύπου δημοσίευσαν άρθρα και οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα και Βήμα ενώ αυτή τη φορά το Βήμα ήταν αυτό που κράτησε τα ποσοστά του μηδενικά (Πίνακας 4).

Μουσείο Μπενάκη

Τα δελτία τύπου που εντοπίστηκαν από το Μουσείο Μπενάκη για τα χρόνια 2019 & 2020 είναι 9. Εκδόθηκαν 5 δελτία τύπου κατά τη διάρκεια του 2019 και 4 κατά τη διάρκεια του 2020.

Από τα δελτία τύπου που εξέδωσε το μουσείο για το 2019, τα 3 δημοσιεύτηκαν σε μορφή άρθρου, 1 αναφέρθηκε στα πλαίσια άλλου άρθρου και 1 δεν εντοπίστηκε σε κάποια από τις εφημερίδες που εξετάστηκαν.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Η Καθημερινή: : 1 σχετικό δημοσίευμα

Πρώτο Θέμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Βήμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Έθνος: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το 2020, το μουσείο εξέδωσε 4 δελτία τύπου, τα οποία δημοσιεύτηκαν όλα ανεξαιρέτως. Από τα δελτία τύπου που εντοπίστηκαν, στα 3 οι εφημερίδες αφιέρωσαν κάποιο άρθρο και το 1 απλώς αναφέρθηκε από αυτές.

Οι εφημερίδες αναλυτικά αναδημοσίευσαν:

Ναυτεμπορική: 1 σχετικό δημοσίευμα

Η Καθημερινή: : 2 σχετικά δημοσιεύματα

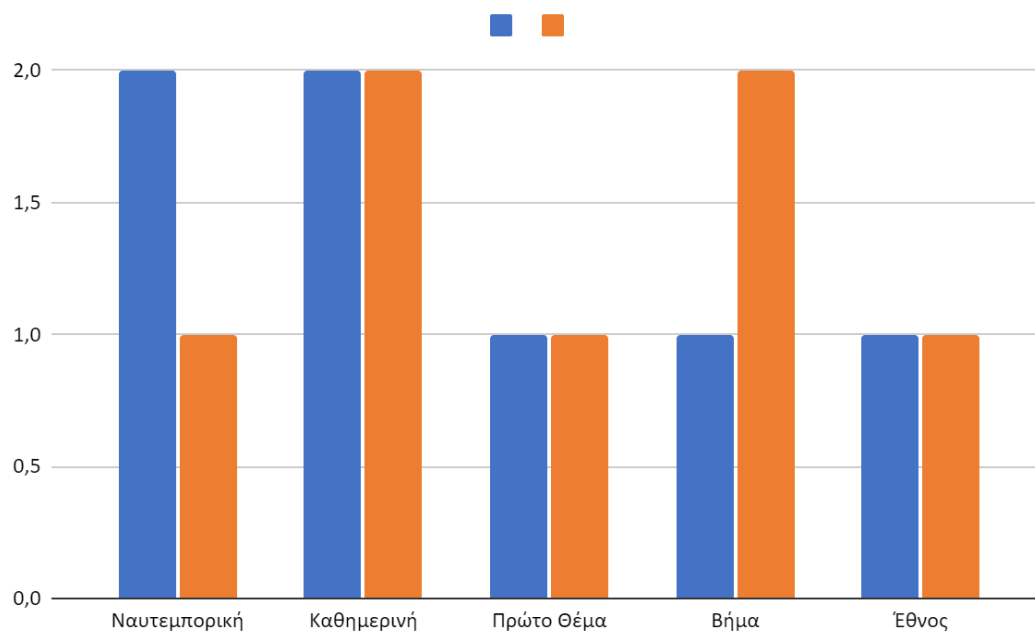
Πρώτο Θέμα: 1 σχετικό δημοσίευμα

Το Βήμα: 2 σχετικά δημοσιεύματα

Το Έθνος: 1 σχετικό δημοσίευμα

Μουσείο Μπενάκη	Ποσοστά δημοσιεύσεων στο σύνολο των δελτίων τύπου			
	2019	2020	2019	2020
Σύνολο Δελτίων Τύπου	5	4	80 %	100 %
Σύνολο Δημοσιευμάτων	4	4		
Ναυτεμπορική	2	1	40 %	25 %
Καθημερινή	2	2	40 %	50 %
Πρώτο Θέμα	1	1	20 %	25 %
Βήμα	1	2	20 %	50 %
Έθνος	1	1	20 %	25 %

(Πίνακας 5, Μουσείο Μπενάκη, Ποσοστά Δημοσιεύσεων)



(Γράφημα 5, Μουσείο Μπενάκη, Σύγκριση 2019-2020)

Τα δελτία τύπου του Μουσείου Μπενάκη αναδημοσιεύτηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό το 2020 (100%) σε σχέση με το 2019 (80%). Το έτος 2019, η Ναυτεμπορική και η Καθημερινή ασχολήθηκαν με το Μουσείο Μπενάκη με την μορφή δημοσιεύματος σε ποσοστό 40%. Ακολουθούν οι εφημερίδες Πρώτο Θέμα, το Βήμα και το Έθνος με ποσοστό ενδιαφέροντος 20%. Καταληκτικά, για την χρονιά 2020, η εφημερίδα Καθημερινή καθώς και το Βήμα δημοσίευσαν άρθρα σχετικά με τα δελτία τύπου του μουσείου που ανταποκρίνονταν στο 50% των δελτίων που εκδόθηκαν. Οι εφημερίδες Ναυτεμπορική, Πρώτο Θέμα και Έθνος δημοσίευσαν σχετικά με το 25% των δελτίων τύπου (Πίνακας 5).

	2019	2020	Ποσοστιαία Μεταβολή Ετών
Συνολικά Δελτία Τύπου	46	27	-41,3 %
Συνολικά Δημοσιευμένα Δελτία	30	23	-23,33 %
Δελτία Τύπου ανά Μουσείο	9,2	5,4	
Δημοσιευμένα Δελτία ανά Μουσείο	6	4,6	
Γενικός Μέσος Όρος Δελτίων Τύπου	7,3		
Γενικός Μέσος Όρος Δελτίων που δημοσιεύονται	5,3		

(Πίνακας 6, Συνολικά Αποτελέσματα και Μέσοι Όροι)

Συνολικά, τα μουσεία εξέδωσαν το 2019, 46 δελτία τύπου και το 2020, 27. Η μείωση ανέρχεται σε ποσοστό 41,3%. Επιπλέον, τα δημοσιευμένα από τις εφημερίδες, δελτία τύπου ήταν 30 για το 2019 και 23 για το 2020 με αποτέλεσμα να μην είναι τόσο μεγάλη η μεταβολή και να ανέρχεται σε ποσοστό της τάξεως του -23,33%. Κατά μέσο όρο το κάθε μουσείο εκδίδει 7,3 δελτία τύπου και οι εφημερίδες δημοσιεύουν άρθρα για τα 5,3 από αυτά (Πίνακας 6).

3.4 Συζήτηση

Το πρώτο μέρος της έρευνας, καταγράφει ορισμένους από τους γνωστότερους οργανισμούς στην Ελλάδα και υπέδειξε την προβολή που λαμβάνουν από τα μέσα ενημέρωσης. Τα μουσεία που μας απασχόλησαν ήταν, το Μουσείο της Ακρόπολης, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών και το Μουσείο Μπενάκη. Εντοπίστηκαν τα δελτία τύπου που είχε εκδώσει το κάθε μουσείο για την περίοδο 2019-2020 και στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε έρευνα ώστε να γίνει διακριτό, το ποσοστό των εφημερίδων που ενδιαφέρεται γενικά για τα τρέχοντα πολιτιστικά ζητήματα και ειδικά για το κάθε μουσείο ξεχωριστά. Η μελέτη, περιορίστηκε σε πέντε από τις δημοφιλέστερες εφημερίδες στην Ελλάδα, την Καθημερινή, το Βήμα, το Πρώτο Θέμα, το Έθνος και την Ναυτεμπορική. Εξετάστηκε ο αριθμός των άρθρων που δημοσίευσαν οι εφημερίδες στις ιστοσελίδες τους και σχετιζόταν με κάποια από τις δραστηριότητες των μουσείων.

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων, διαπιστώθηκε, πως το μουσείο που γνώρισε την μεγαλύτερη ανταπόκριση και προβολή από τα δημοσιογραφικά μέσα, ήταν αυτό της Ακρόπολης. Ακολουθεί, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο και τα μουσεία Κυκλαδικής Τέχνης και Μπενάκη. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, ήταν αυτό το οποίο συνάντησε τον μικρότερο αριθμό δημοσιεύσεων από τις εφημερίδες καθώς οι αναφορές σε αυτό πραγματοποιούνταν σε άρθρα που περιείχαν πληροφορίες σχετικά με εκδηλώσεις σε όλη την Ελλάδα.

Ειδικότερα, το Μουσείο Ακροπόλεως εξέδωσε συνολικά 21 δελτία τύπου, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το ίδιο, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, 10 δελτία τύπου, ενώ το Μουσείο Μπενάκη και το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, 9. Αν και το Μουσείο της Ακρόπολης κοινωνικοποιήθηκε στον ίδιο βαθμό με το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, δεν έτυχαν της ίδιας αναγνωρισιμότητας. Το Μουσείο Ακρόπολης έλαβε μεγαλύτερη προβολή στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και περισσότερες αναφορές σε άρθρα. Αντίστοιχα, τα Μουσεία Μπενάκη και Θήβας, αν και εξέδωσαν τον ίδιο αριθμό δελτίων τύπου, δεν δύναται να συγκριθούν. Το Μουσείο Μπενάκη, δημοσιεύτηκε και σε μορφή άρθρου αλλά και στα πλαίσια απλής αναφοράς σε αντίθεση με το Μουσείο Θηβών το οποίο δημοσιεύτηκε σε λιγότερες εφημερίδες και μάλιστα μόνο στα πλαίσια αναφοράς σε άρθρο με γενικότερη θεματολογία. Οι

διαφορές αυτές, πιθανώς να οφείλονται στον τύπου του μουσείου και στην δημοτικότητα του. Το Μουσείο Μπενάκη, είναι ένας από τους γνωστότερους φορείς πολιτισμού, στην Ελλάδα απασχολώντας το κοινό με το πολυποίκιλο περιεχόμενο και τις δράσεις του. Εντούτοις, το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, αν και ιδιαίτερα δημοφιλές, παραμένει ένα τοπικό μουσείο με συνήθη θεματική, διατηρώντας λιγότερες πιθανότητες επίδειξης ενδιαφέροντος από τα μέσα ενημέρωσης. Καταληκτικά, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο συνάντησε προθυμία δημοσίευσης των δελτίων τύπου του από όλες τις εφημερίδες και με αρκετά διαφορετικά άρθρα.

Τα στατιστικά στοιχεία τα οποία προέκυψαν από την ανάλυση των αποτελεσμάτων δεν μπορούν παρά να είναι ενδεικτικά, διότι το δείγμα που μελετήθηκε δεν ήταν εκτενές και συνεπώς και οι τιμές που προέκυψαν, μικρές. Παρατηρήθηκε ότι, η μείωση των δελτίων τύπου για το 2020 είχε ως αποτέλεσμα την μεγαλύτερη ανταπόκριση των εφημερίδων προς τα μουσεία. Επειδή το 2020 είχαμε λιγότερα δελτία τύπου, είχαμε γενικά και υψηλότερα ποσοστά δημοσιεύσεων. Φαίνεται ότι, στο Μουσείο Ακρόπολης και στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο υπάρχουν υψηλότερα ποσοστά δημοσιεύσεων των δελτίων τύπου κατά το έτος 2019 από όλες σχεδόν τις εφημερίδες. Ακόμη, διακρίνεται ότι η εφημερίδα Ναυτεμπορική τα υψηλότερα ποσοστά δημοσιεύσεων δελτίων τύπου τα εμφανίζει για το Μουσείο της Ακρόπολης. Τέλος, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, παρόλο που είχε αρκετά δελτία τύπου το 2019, παρατήρησε μικρά ποσοστά δημοσιεύσεων. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως, δεν υπάρχει άμεση σύνδεση μεταξύ της έκδοσης περισσότερων δελτίων τύπου και της έντονης αναδημοσίευσης και ανταπόκρισης από τον τύπο. Παρά την οποιαδήποτε προσπάθεια των μουσείων, όλες οι εφημερίδες είχαν μικρά ποσοστά δημοσιεύσεων.

Το δεύτερο μέρος της μελέτης εστιάζει στην σχέση των μέσων μαζικής ενημέρωσης με μουσεία ανά τον κόσμο. Συλλογικά, έγινε φανερό πως υφίσταται πληθώρα παραγόντων με δυνατότητα επιρροής της σχέσης αυτής. Κατά κύριο λόγο, τα μουσεία είναι αυτά από τα οποία εξαρτάται η προβολή στα δημοσιογραφικά μέσα. Η υιοθέτηση στοχευμένης και οργανωμένης επικοινωνιακής πολιτικής, είναι ένα απαραίτητο βοήθημα στην προσπάθεια τους. Ακόμη, η ύπαρξη χορηγού, η έκδοση πολλών δελτίων τύπου, οι συνεντεύξεις τύπου, έντονες προωθητικές πολιτικές, ακόμη και το είδος του μουσείου, φαίνεται να επηρεάζουν την δημοσιογραφική κάλυψη που λαμβάνουν τα εκάστοτε μουσεία.

Τα μουσεία τα οποία μελετήθηκαν, εντοπίζονται σε διαφορετικά μέρη του κόσμου με σκοπό να τονιστεί πως δεν μεταβάλλονται ιδιαίτερα οι συνθήκες και δεν υπάρχει φανερή σύνδεση μεταξύ της γεωγραφικής τοποθεσίας και της επιτυχίας ενός μουσείου. Πιο συγκεκριμένα, οι περιοχές οι οποίες αναλύθηκαν είναι: οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η Κροατία, η Ελλάδα, η Σκωτία, η Νορβηγία, η Σουηδία και η Δανία. Τα αποτελέσματα φανέρωσαν, πως η πλειοψηφία της προβολής των μουσείων από τα μέσα ενημέρωσης, οφείλεται στην προσπάθεια των ίδιων των μουσειακών οργανισμών. Οι σύνθετες στρατηγικές κοινωνικοποίησης επέφεραν και καλύτερα αποτελέσματα. Τα μουσεία τα οποία, συνδύαζαν επιτυχώς δυο ή και περισσότερα στοιχεία, όπως η ύπαρξη χορηγού, η δημιουργία ιστοσελίδας, η ενεργή επαφή με το κοινό, είχαν περισσότερες πιθανότητες να τραβήξουν την προσοχή των δημοσιογράφων, με την ελπίδα πως και αυτοί με τη σειρά τους θα επηρεάσουν ένα δυνητικό κοινό. Μολαταύτα, μια ενδιαφέρουσα σύνδεση παραμένει, τα μουσεία τα οποία ήδη διατηρούν κοινό, έχουν περισσότερες πιθανότητες να εντοπιστούν και να προβληθούν από τους δημοσιογραφικούς κύκλους, διευρύνοντας, κατ' επέκταση, το κοινό τους. Η κατάσταση αυτή, είναι πιθανό να προκαλέσει ζητήματα επιβίωσης σε μικρότερους οργανισμούς, οι οποίοι εναποθέτουν τις ελπίδες τους σε τοπικά μέσα, όπως είναι οι εφημερίδες. Δυστυχώς, τα μέσα αυτά, θα κάνουν μια απλή αναφορά σε περίπτωση νέας έκθεσης ή εκδήλωσης και δεν θα αφιερώσουν εκτενή άρθρα ή έστω συχνές αναφορές.

Μέσα από την έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες, διακρίνουμε την καταλυτική σημασία ενός χορηγού. Ο μουσειακός οργανισμός ο οποίος διαθέτει οργανωμένο πλάνο προώθησης, διατηρεί σαφώς μεγαλύτερες πιθανότητες να το πραγματοποιήσει με την ύπαρξη ενός χορηγού. Το συμπέρασμα αυτό, απορρέει από το γεγονός πως χάρη στον χορηγό το μουσείο αποκτά το οικονομικό υπόβαθρο που είναι απαραίτητο για την διαμόρφωση μιας επιθετικής πολιτικής προώθησης.

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο που φέρνει στο φως η έρευνα της Κροατίας, είναι η έλλειψη ενδιαφέροντος από πλευράς των δημοσιογράφων, προς το κοινό. Η έρευνα που αφορά τα μουσεία της Ελλάδας, συμπληρώνει πως δεν πραγματοποιούνται αφιερώματα ή αναφορές στα μουσεία, παρά μόνο εάν διοργανώνεται κάποια εκδήλωση ή νέα έκθεση. Παρ' όλα αυτά, οι μουσειακοί χώροι έχουν ανάγκη την προβολή και προώθηση των μέσων ενημέρωσης για την ανάπτυξή τους.

Τα στοιχεία που ερευνήθηκαν, διαπιστώνουμε, ότι έχουν κοινό παρονομαστή τη σημασία της επικοινωνιακής πολιτικής και της ανάπτυξης δημοσίων σχέσεων για ένα μουσείο. Ο δημοσιογράφος, είναι ο διαμεσολαβητής ανάμεσα στο κοινό και το μουσείο. Για τον λόγο αυτό είναι απαραίτητο τα μουσεία να διατηρούν επαφές με τα άτομα που διαχειρίζονται τα μηνύματα που θέλουν να μεταφέρουν.

3.5 Συμπεράσματα

Από τα στοιχεία που συλλέχθηκαν συμπεραίνουμε, πως η επικοινωνιακή πολιτική των οργανισμών πολιτισμού, συντελεί σε μεγάλο βαθμό στην δημοτικότητα τους, την προσέλευση κοινού και την επιρροή της κοινής γνώμης. Ελάχιστα σημαντικό ρόλο, φαίνεται να διαδραματίζει, οποιαδήποτε πιθανή διάκριση από τα μέσα ενημέρωσης. Οι δημοσιογράφοι, δεν προβαίνουν σε διακρίσεις ως προς το είδος της δραστηριότητας ή έκθεσης που λαμβάνει χώρα. Απεναντίας, αποδείχθηκε από τα δυο μέρη της μελέτης, πως υφίσταται μια διάκριση ως προς τον τύπο του μουσείου που προβάλλεται. Εφόσον, ένα μουσείο διατηρεί μια σταθερή επικοινωνιακή πολιτική και έχει δημιουργήσει διασυνδέσεις με το κοινό, είναι σαφές πως έχει περισσότερες πιθανότητες προβολής και προώθησης. Ωστόσο, μια επιθετική επικοινωνιακή πολιτική δεν εγγυάται την κάλυψη των μουσείων από τον τύπο, καθώς όπως κατέστη σαφές στο πρώτο μέρος της έρευνας, τα μέσα ενημέρωσης εξακολουθούν να επιδεικνύουν μικρό ενδιαφέρον προς τα πολιτιστικά ζητήματα. Το μουσείο που επιθυμεί να κερδίσει ή και να μονοπωλήσει το ενδιαφέρον του τύπου, οφείλει να συνδυάζει επιτυχώς πολλές διαφορετικές τακτικές επικοινωνιακής πολιτικής, καταβάλλοντας συνεχώς προσπάθεια.

Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα και προτάσεις που προκύπτουν από την έρευνα

4.1 Συμπεράσματα

Το αντικείμενο της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η μελέτη του χώρου του πολιτισμού και ειδικότερα των μουσείων σε σχέση με τη

δημοσιογραφική δεοντολογία, μέσα από επισταμένη θεωρητική έρευνα και ενδελεχή δευτερογενή ανάλυση κειμένων.

Στην παρούσα εργασία, πραγματοποιήθηκε μια παρουσίαση της σχέσης του σύγχρονου μουσείου με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και συγκεκριμένα, με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Στο πρώτο κεφάλαιο, αναπτύχθηκε το θέμα και οι στόχοι της εργασίας καθώς και η δομή της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο επικεντρωθήκαμε στο θεωρητικό υπόβαθρο. Εστίασαμε στην ανάλυση ορισμών και εννοιών. Αφού οριοθετήθηκαν οι όροι που σχετίζονται με το μουσείο, τον πολιτισμό αλλά και την επικοινωνία και την δημοσιογραφία, ακολούθησε η σύζευξη των όρων αυτών με επεξήγηση ορισμών όπως: η επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων και Μ.Μ.Ε. και πολιτισμός. Συγχρόνως, αναλύθηκαν οι τρόποι αξιοποίησης των πόρων ενός μουσείου για την προβολή του. Παρουσιάστηκε, παράλληλα ο ορισμός και η ανάλυση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας και της σημασίας της στην σύγχρονη δημοσιογραφία. Είναι πολύ σημαντικό να γίνει κατανοητή η έννοια του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς ώστε να καταστεί σαφές στη συνέχεια, γιατί οφείλουν τα μέσα ενημέρωσης να συμπεριλαμβάνουν τα πολιτιστικά ζητήματα στα καθημερινά νέα.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύχθηκε η έρευνα η οποία διακρίνεται σε δυο μέρη. Το πρώτο μέρος της έρευνας αποτέλεσε η δευτερογενής ανάλυση κειμένων. Πιο συγκεκριμένα, εντοπίστηκαν και καταγράφηκαν τα δελτία τύπου από πέντε διαφορετικά ελληνικά μουσεία. Έπειτα, ερευνήθηκε η κάλυψη που έλαβαν τα μουσεία αυτά από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η έρευνα περιορίστηκε σε πέντε δημοφιλείς εφημερίδες και στα άρθρα που αυτές αφιέρωσαν στα προαναφερθέντα μουσεία. Αναλύθηκε, η μεθοδολογία και ακολούθησαν τα αποτελέσματα τα οποία προέκυψαν από τα συλλεχθέντα στοιχεία. Από την στατιστική ανάλυση, προέκυψε το συμπέρασμα ότι, όλα τα μουσεία προς μελέτη συνάντησαν μικρό ενδιαφέρον από τον τύπο. Ακόμη, παρατηρήθηκε πως, η μείωση των δελτίων τύπου το 2020 είχε ως αποτέλεσμα, όσα δελτία τύπου εκδόθηκαν να τύχουν μεγαλύτερης δημοσιογραφικής κάλυψης. Το δεύτερο κομμάτι της έρευνας αφιερώθηκε, στην μελέτη και καταγραφή παραδειγμάτων που αναφέρονται στην δημοσιογραφική δεοντολογία καθώς και στη συσχέτιση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης με τα μουσεία σήμερα. Τα μουσεία προς καταγραφή προέρχονταν από ολόκληρο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένου σαφώς και ενός ελληνικού

παραδείγματος. Το δεύτερο κομμάτι της έρευνας κατέδειξε την σημαντικότητα της υιοθέτησης μιας ισχυρής και επιθετικής επικοινωνιακής πολιτικής από τα μουσεία. Περεταίρω, τονίστηκε πως η συμβολή ενός χορηγού είναι καταλυτική στην προσπάθεια του οργανισμού για προβολή και αναγνωρισιμότητα.

Από την μελέτη των αποτελεσμάτων της έρευνας που διεξήχθη, δεν επιβεβαιώθηκε η υπόθεση περί έλλειψης δημοσιογραφικής δεοντολογίας, σε ό,τι αφορά τη διάκριση μεταξύ των μουσείων. Αντίθετα, φανερώθηκε πως τα μουσεία που στοχεύουν στην οργάνωση και προώθηση των δρώμενων τους, συναντούν ανταπόκριση σε ένα ποσοστό. Η έκδοση μεγαλύτερου αριθμού δελτίων τύπου, η ύπαρξη χορηγού, η διοργάνωση νέων μόνιμων ή περιοδικών εκθέσεων και εκδηλώσεων συμβάλλουν στην βελτίωση των δημοσίων σχέσεων τους. Η στοχευμένη και οργανωμένη επικοινωνιακή πολιτική, αποτελεί την λέξη-κλειδί στην προκειμένη περίπτωση.

Ωστόσο, επιβεβαιώθηκε η υπόθεση περι έλλειψης ενδιαφέροντος από πλευράς των δημοσιογραφικών κύκλων στη δημοσίευση θεμάτων που σχετίζονται με τον πολιτισμό, συμπέρασμα το οποίο προκύπτει από την μελέτη των δελτίων τύπου των ελληνικών μουσείων και της ανταπόκρισης που συνάντησαν. Τα αποτελέσματα φανέρωσαν, πως τα μουσεία τα οποία συνδύαζαν επιτυχώς διαφορετικές τακτικές επικοινωνίας με το κοινό, γνώρισαν μεγαλύτερη ανταπόκριση από τις εφημερίδες. Μολαταύτα, αν και οι στρατηγικές κοινωνικοποίησης είναι σημαντικές και από τα δυο μέρη της έρευνας, προέκυψε το συμπέρασμα πως, οι ήδη ανεπτυγμένοι οργανισμοί διατηρούσαν υψηλότερες πιθανότητες προβολής στα μέσα ενημέρωσης. Η ύπαρξη του παράγοντα αυτού, αντανakλά αρνητικά στην προσπάθεια των μικρότερων μουσείων για επιβίωση. Στην διαπίστωση αυτή, το δεύτερο μέρος της έρευνας μας υπέδειξε ότι η συμβολή ενός χορηγού επηρεάζει δραματικά την ανάπτυξη και προβολή του μουσείου.

Ανακεφαλαιώνοντας, η έρευνα αποκάλυψε, ότι η συντριπτική πλειοψηφία των μουσείων που μελετήθηκαν διατηρεί ένα είδος επικοινωνιακής πολιτικής. Τα μουσεία τα οποία είναι περισσότερο ενεργά, έχουν αντίστοιχα αποτελέσματα. Στο τέλος του κεφαλαίου αυτού θα αναπτυχθούν προτάσεις, για περεταίρω έρευνα πάνω στο ζήτημα της προβολής των φορέων πολιτισμού στα δημοσιογραφικά μέσα.

4.2 Προτάσεις

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα στην παρούσα πτυχιακή εργασία έχουν δημιουργήσει την ανάγκη για περεταίρω εξέταση ορισμένων θεμάτων. Σήμερα, τα μουσεία έχουν υιοθετήσει πληθώρα δραστηριοτήτων προκειμένου να προσελκύσουν νέους επισκέπτες. Μια πιθανή πρόταση για μελέτη αποτελεί η εξεύρεση νέων τρόπων κοινωνικοποίησης ενός φορέα πολιτισμού όπως είναι το μουσείο. Θα ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέρον, να μελετηθούν καινοτόμες προσεγγίσεις στην μουσειακή διοίκηση. Η μουσειακή διοίκηση με την σημερινή μορφή της, δεν επενδύει στον κατάλληλο βαθμό, στην επικοινωνιακή πολιτική και την βελτίωση των δημοσίων σχέσεων. Συνεπώς, η επούλωση του συγκεκριμένου τομέα, θα είχε δραστικά αποτελέσματα στην πρόοδο του μουσείου. Το μουσείο σαν οργανισμός, θα διατηρούσε καλύτερες σχέσεις με τους δημοσιογραφικούς κύκλους, θα προωθούσε αποτελεσματικότερα το περιεχόμενο και τις δράσεις του και θα μαγνήτιζε νέο κοινό.

Στις μέρες μας, τα μουσεία εξελίσσονται συνεχώς και λαμβάνουν νέες μορφές. Χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας, υιοθετούν καινοτόμες δράσεις, ενσωματώνουν διαδραστικές περιηγήσεις, προωθούν και συμβάλλουν στην έρευνα και διεξάγουν σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα συμβατικά αλλά και διαδικτυακά.

Το μέσο για την γνωστοποίηση των αλλαγών αυτών παραμένουν τα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας. Μόνο με αυτό τον τρόπο, θα διαμορφωθεί μια νέα άποψη από πλευράς του κοινού περί της οντότητας και των δυνατοτήτων ενός μουσείου. Ένα σύγχρονο μουσείο, επιτρέπει στον επισκέπτη να είναι στο επίκεντρο της έκθεσης μετατρέποντας την εμπειρία του από παθητική, σε διαδραστική. Η παραδοσιακή, μονοδιάστατη έννοια του μουσείου δεν υφίσταται πλέον. Για τον λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικός ο σχεδιασμός τρόπων ενημέρωσης και προσέγγισης των μελλοντικών επισκεπτών.

Συνεπώς, οφείλουμε να ενθαρρύνουμε την έρευνα στον χώρο της κοινωνικοποίησης των μουσείων και της απόκτησης σταθερών σχέσεων με τα μέσα που ασκούν επιρροή στο δυνητικό κοινό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Banks J., (2000), *Cultural Diversity and Education*, Boston, Allyn and Bacon.

Braudel F. (2001), *Γραμματική των Πολιτισμών*, Αθήνα, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης, σελ.60-76

Fiske J. «Εισαγωγή στην Επικοινωνία», μτφρ. Β. Μεσσήνη, εκδ. Αιγόκερως, Αθήνα 2010, σ. 7-8.

Green, M. (n.d.). *old-portable-television*. <https://gr.dreamstime.com/στοκ-φωτογραφίες-old-portable-television-image7731123>

Howard, C. L. (2010). *Special Exhibitions, Media Outreach, and Press Coverage at the Metropolitan Museum of Art, the Chicago Art Institute, and the National Gallery of Art*. Ohio University.

Kristensen, N. N. (2018). *The historical transformation of cultural journalism*. *Northern Lights*, 8(2010), 69–92. <https://doi.org/10.1386/nl.8.69>

Macdonald, S. (2012). *Μουσείο και μουσειακές σπουδές: ένας πλήρης οδηγός*. Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς, Αθήνα.

Modgil, S. & Verma, Gr. Mallick, K. Modgil, C. (1997). *Πολυπολιτισμική Εκπαίδευση (προβληματισμοί - προοπτικές)* (επιμέλεια : Αθηνά Ζώνιου Σιδέρη κ' Παύλος Χαραμή). Αθήνα : Ελληνικά Γράμματα σ. 25.

Online περιήγηση στην έκθεση «Κυκλαδική Κοινωνία. 5000 χρόνια πριν». (2020). Το Έθνος.

Pavelin, G. (2016). *Croatian Archives, Libraries and Museums in Online Edition of Daily Newspapers*. 407–418. <https://doi.org/10.2507/daaam.scibook.2016.36nb>

Polk, T. (1950). *Viking AM Table Radio*.
<http://www.tompolk.com/radios/viking.html>

Reason, M., & García, B. (2007). *Approaches to the newspaper archive: Content analysis and press coverage of Glasgow's Year of Culture*. *Media, Culture and Society*, 29(2), 304–331. <https://doi.org/10.1177/0163443707074261>

Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. *Museum 20*

Social Networks. (n.d.). <https://www.pexels.com/el-gr/photo/apple-facebook-google-instagram-607812/>

Strager, H., & Kjaergaard, P. C. (2013). *Is Darwin dangerous ?* *Nordisk Museologi*, 2, 98–115.

Takis: Ανακαλύψτε στο διαδίκτυο τον μαγικό κόσμο του κορυφαίου γλύπτη. (2020). Πρώτο Θέμα.

<https://www.protothema.gr/culture/article/1047940/takis-anakalupste-sto-diadiktuo-ton-magiko-kosmo-tou-korufaiou-glupti/?fbclid=IwAR0TlqOHmf8yL2vesgEIwEIU80vF-igsVRcvqHwX8FjiI6KfCh22LkRiyLc>

Team, T. (2020). Το Μουσείο Ακρόπολης έγινε ψηφιακό – Δείτε τα εκθέματα online. Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2020/12/26/culture/to-mouseio-akropolis-egine-psifiako-deite-ta-ekthemata-online/?fbclid=IwAR1kxw1829Bja_Lc4Tn5TYp1XQSf9y_GlyeiqYoNtCTtjbGazp3U7LYf1zw

Times, T. (n.d.). Old-Newspapers. <https://www.historic-newspapers.co.uk/original-newspapers/newspaper-titles/>

UNESCO. (2003). CONVENTION FOR THE SAFEGUARDING OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE. October, 14.

Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321–324. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>

Zyglidopoulos, S., Symeou, P. C., Bantimaroudis, P., & Kampanellou, E. (2012). Cultural Agenda Setting: Media Attributes and Public Attention of Greek Museums. *Communication Research*, 39(4), 480–498. <https://doi.org/10.1177/0093650210395747>

Αλεξάνδρη, Χ. (2015). Το προφίλ και ο ρόλος του δημοσιογράφου στην εποχή των κοινωνικών μέσων [ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας]. In *Metrologia* (Vol. 53, Issue 5). <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>

Αλιβιζάτου, Μ., Πούλιος, Ι., & Παπαδάκη, Μ. (2003). Διαχείριση Αυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία Και Βιώσιμη Ανάπτυξη. In *Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη* (pp. 3–19). Εκδόσεις Κάλλιπος. https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2386/1/04_chapter_3.pdf

Αναλυτικά το πρόγραμμα του Φεστιβάλ Αθηνών 2019. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/23854_analytika-programma-toy-festibal-athinon-2019

Ανοίγει το Μουσείο Μπενάκη τη Δευτέρα 15 Ιουνίου. (2020). Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2020/06/14/culture/anoigei-to-mouseio-mpenaki-ti-deytera-15-iouniou/?fbclid=IwAR2J43pVcH0-6H8-vC441NHYLsYwZKJqvj->

OZd3pF4KcqY24JBEwSJYlLk0

Απόψε η πανσέληνος Αυγούστου - Εκδηλώσεις με ελεύθερη είσοδο σε μουσεία και μνημεία. (2019). Πρώτο Θέμα. https://www.protothema.gr/greece/article/916706/apopse-i-panselinos-augoustou-ekdiloseis-me-eleutheri-eisodo-se-mouseia-kai-mnimeia/?fbclid=IwAR0y_PlkOsTRhYDwZWsx12_EtPqY-v_av-VVWPJcynhoIQ2ehrL_PvWsrJU

Αρχαιολογικό Μουσείο: Περιοδική έκθεση «Οι αμέτρητες όψεις του ωραίου». (2018). Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2018/06/21/culture/arxaiologiko-mouseio-periodiki-ekthesi-oi-ametrates-opesis-toy-wraioy/?fbclid=IwAR2l_nJD2yVOyoHUFNNR6YQ_M6TRI5HXkYZOXUAAtjVwdkrgrwiELrGiLH4bE

Αρχαιολογικό Μουσείο: Το ωράριο λειτουργίας για τις γιορτές. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/culture/article/957875/arhaiologiko-mouseio-to-orario-leitourgias-gia-tis-giortes/?fbclid=IwAR20II0FGaiGfgzb9J92T1FEmgEbtNQboAKclFT88jKjzz2--FINI8-ljLY>

Αστραπέλλου, Μ. (2019). Το «νησί των Θησαυρών» του Μανώλη Χάρου. Το Βήμα. https://www.tovima.gr/printed_post/to-nisi-ton-thisayron-tou-manoli-xaroul/?fbclid=IwAR1-7fzDI4jX5cQ3pxbn1rX1YBFfmihmvTEydAlygrfij19GREP2alJsNm8

Αυγέρη, Θ., Μανδραβέλης, Π., Χαλεπλίδου, Χ., & Χατζηδημητρίου, Τ. (n.d.). Εικόνα και Λόγος στα Media. Ο Ρόλος Των Δημοσιογράφων Ανάμεσα Στο Γεγονός Και Στην Είδηση. <https://www.medium.gr/e-70/1678-2009-01-15-09-23-31.html>

Αυγουστιάτικη πανσέληνος με μουσική στο Μουσείο Ακρόπολης. (2019). Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/agenda/1035683/aygoystiatiki-panselinos-memousiki-sto-mouseio-akropolis/>

Βαϊλάκης, Γ. (2019). Η γοητεία των κεραμικών και η σπάνια συλλογή Ξανθούλη. Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/31819_i-goiteia-ton-keramikon-kai-i-spania-syllogi-xanthoyli

Βαϊλάκης, Γ. (2019). Παυλόπουλος: Μακρύς και αδιάλειπτος ο αγώνας για την επιστροφή των Γλυπτών του Παρθενώνα. Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/33195_paylopylos-makrys-kai-adialeiptos-o

agonas-gia-tin-epistrofi-ton-glypton-toy

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Δέκα «κεράκια» για το Μουσείο Ακρόπολης. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/society/1027883/deka-kerakia-gia-to-moyseio-akropolis/>

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Μια αρχαία γειτονιά «ζωντανεύει». Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/life/city/1032872/mia-archaia-geitonia-zontaneyei/>

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Όλες οι Κυκλάδες σε ένα επιτραπέζιο παιχνίδι. Η Καθημερινή. https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1005028/oles-oi-kyklades-se-ena-epitrapezio-paichnidi/?fbclid=IwAR3RfLpo9hQ7dXdTkUpBeMY1uUe_S2WsdGWECMpKX XpQ12M2Ws-Z8M-sLtM

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Τα μάρμαρα που πληγώσανε. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1020344/ta-marmara-poy-pligosane/>

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Τα Χριστούγεννα πάνε στο μουσείο. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1055171/ta-christoygenna-pane-sto-moyseio/>

Βασιλειάδου, Μ. (2019). Ζωγραφική... στον αργαλειό. Η Καθημερινή. https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1051496/zografiki-ston-argaleio/?fbclid=IwAR0y_PlkOsTRhYDwZWsx12_EtPqY-v_av-VVWPJcynhoIQ2ehrL_PvWsrJU

Βατόπουλος, Ν. (2019). Απτερα, Ελεύθερνα, Κνωσός, τρεις πόλεις της Κρήτης βγαίνουν από τη λήθη. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1003171/aptera-eleytherna-knosos-treis-poleis-tis-kritis-vgainouyn-apo-ti-lithi/?fbclid=IwAR3Nj5COuDtTbYPkSYUj6Sz3dMMC47rV4seElo5Djvo0WAx5yEqNzzbuIc>

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΠΑΝΣΕΛΗΝΟΣ 2019. (2019). Ναυτεμπορική.

Γιανναράς Χ. (2001). Πολιτιστική Διπλωματία. Προθεωρία ελληνικού σχεδιασμού, Αθήνα: Εκδόσεις Ίκαρος

Δαλακούρα, Ν. (2011). Πολιτισμός- τέχνες- διαχείριση ελεύθερου χρόνου: Μουσεία. Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ).

Δέκα χρόνια λειτουργίας γιορτάζει το Μουσείο Ακρόπολης. (2019). Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2019/06/05/inbox/deka-xronia-leitourgias-giortazei->

to-mouseio-akropolis/

Δέκα χρόνια Μουσείο Ακρόπολης: Οι εκδηλώσεις για τα γενέθλιά του. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/45735_deka-hronia-moyseio-akropolis-oi-ekdiloseis-gia-ta-genethlia-toy

Δελτία Τύπου. (n.d.). Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. https://www.namuseum.gr/new_category/deltia-typoy/?fbclid=IwAR3NNgVHscFFbir5ziGlu-ZP1Yhv8cNfAaGxBER1LqlohnzQmnVF3_sU3Jo

ΔΕΛΤΙΑ ΤΥΠΟΥ. (n.d.). Μουσείο Ακρόπολης. https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.theacropolismuseum.gr%2Fdeltia-typoy%3Ffield_kategoria_anazitisis_value%3D%26field_enilikoi_from_value%3D%26field_date_value%3D%26field_date_to_value%3D%26field_drastiriotites_oloi_date%3D%26field_drastiriotites_oloi_eos_value%3D%26field_periodic_date_from_value%3D%26field_periodic_date_to_value_1%3D%26field_exhibit_category_value%3D%26field_exhibit_period_value%3D%26field_exhibit_material_value%3D%26field_exhibit_position_value%3D%26field_image_type_value%3D%26field_etos_value%3D%26field_dialexeis_imerominia_apo_value%3D%26field_imerominia_apo_value%3D%26field_imerominia_eos_value%3D%26sort_order%3D%26sort_by%3D%26field_drastiriotites_oloi_date_value%3D%26field_moyseio_taxideyei_eos_value%3D%26page%3D0%26fbclid%3DIwAR2JED8y23-GtssmXLaTyNoyxokZsqL_pFGxMkKIJeB-u_kQrJ3Ef4fZLVM&h=AT3rNwLt_Sldyl0E8WqzXJqrgO5Kq2TXPfr2c430y4KdyxOEtJeQp-e2jjV_BVl3vEBpFQMisdncOAOBM4t51p5c5d7Hk9-ekTjksiwOfjNqTePhiJs7_D3Od0llxO_Vi7Zg9Q

«Δι' αυτά πολεμήσαμεν... Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση» στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. (2020). Ναυτεμπορική. https://www.naftemporiki.gr/story/1557914/di-auta-polemisamen-arxaiotites-kai-elliniki-epanastasi-sto-ethniko-arxaiologiko-mouseio?fbclid=IwAR38AP_qw69bK1YZ97w9cGjzKh_KIAySouNZ-x84O19yz_Z4P4kqF5KCB0g

«Δι' αυτά πολεμήσαμεν... Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση» στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. (2020). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/86635_di-ayta-polemisamen-arhaiotites-kai-elliniki-epanastasi-sto-ethniko-arhaiologiko

Διεθνής Ημέρα & Ευρωπαϊκή Νύχτα Μουσείων στο Μουσείο Ακρόπολης. (2019). Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2019/05/09/culture/diethnis-imera->

eyropaiki-nyxta-mouseion-sto-mouseio-akropolis/

Διεθνής Ημέρα Μουσείων 2019: Όλες οι εκδηλώσεις – Αναλυτικό πρόγραμμα. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/politismos/38744_diethnis-imera-moyseion-2019-oles-oi-ekdiloseis-analytiko-programma

Διεθνής Ημέρα Μουσείων, με ελεύθερη είσοδο. (2019). Ναυτεμπορική. https://m.naftemporiki.gr/story/1476466?fbclid=IwAR0TrBktLTLWZ2H5KpAn_0mb_gcxmk8Yf5QcK_ZkARMrL0Hd2_mPMvBJplc

Δόνος, Γ. (2019). Τα πολιτιστικά κέντρα ως μέσο ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στον τουρισμό. Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Εγκαινία της έκθεσης «Δι’ αυτά πολεμήσαμεν... Αρχαιότητες και Ελληνική Επανάσταση» από τον πρωθυπουργό. (2020). Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2020/02/11/politics/egkainia-tis-ekthesis-di-ayta-polemisamen-arxaiotites-kai-elliniki-epanastasi-apo-ton-prothypourgol/?fbclid=IwAR1ahs7K7YlHmxUU6F6Xqt1B_-zCu_6NQx8AwoQnY_arCyJUQJt-oazdX_0

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο: Απολογισμός του 2019 και προγραμματισμός για το 2020. (2020). Ναυτεμπορική. https://www.naftemporiki.gr/story/1550851/ethniko-arxaiologiko-mouseio-apologismos-tou-2019-kai-programmatismos-gia-to-2020?fbclid=IwAR2l_nJD2yVOyoHUFNNR6YQ_M6TRI5HXkYZOXUAtjVwdkrqwiELrGiLH4bE

Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο: Το γιορτινό ωράριο λειτουργίας του. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/ellada/78962_ethniko-arhaiologiko-moyseio-giortino-orario-leitoyrgias-toy

Εκρυσαν τα αρχαία για να τα σώσουν. (2019). Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2019/10/12/culture/ekrypsan-ta-arxaia-gia-na-ta-sosoun/?fbclid=IwAR2OKRWc1kb-e0n_nE62oSSEMQtEDSHxmLzjYdVzduLvVojXouOW4SNDGn4

«Ελλάδα 2021»: Η έκθεση «1821 Πριν και Μετά» στο επίσημο πρόγραμμα εθνικού εορτασμού. (2020). Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2020/12/28/society/ellada-2021-i-ekthesi-1821-prin-kai-meta-sto-episimo-programma-ethnikou-eortasmoul/?fbclid=IwAR3SeAmgEtyd7pk3FNCxjwFv2oLFuRqpUEecXD6ztTDf7leEDS_whKUAve4

Ελεύθερη είσοδος στο Μουσείο της Ακρόπολης την 25η Μαρτίου. (2019).

Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/society/1014309/eleytheri-eisodos-sto-moyseio-tis-akropolis-tin-25i-martiou/>

Ελεύθερη η είσοδος στο Μουσείο της Ακρόπολης την 25η Μαρτίου. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/ellada/26547_eleytheri-i-eisodos-sto-moyseio-tis-akropolis-tin-25i-martiou

Εμβληματική έκθεση του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης υποψήφια για Διεθνές βραβείο. (2020). Ναυτεμπορική. https://m.naftemporiki.gr/story/1597035/emblimatiki-ekthesi-tou-mouseiou-kukladikis-texnis-upopsifia-gia-diethnes-brabeio?fbclid=IwAR276TX4A90rUDrESvOzDR2h1dKXMJr9gbNKIdPGbCILpeEXDTzFRH_Z0rg

Ζανκοβιτς, Κ. (2018). « ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΠΑΙΔΑΓΩΓΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ». Τ.Ε.Ι Δυτικής Ελλάδας.

Ζωγραφική και ταπισερί στην Ελλάδα από το 1960 έως σήμερα. (2019). Μουσείο Μπενάκη.

Η αυγουστιάτικη πανσέληνος στα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας. (2019). Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2019/08/13/culture/i-aygoustiatiki-panselinos-sta-mouseia-kai-tous-arxaiologikous-xorous-tis-elladas/>

Η εγκατάσταση του Μιχάλη Αναστασιάδη φωτίζει το café του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης. (2019). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/living-city/13933_i-egkatastasi-toy-mihali-anastasiadi-fotizei-cafe-toy-moyseioy-kykladikis-tehnis

Η Θέα της Ακρόπολης και τα τσικνίσματα. (2020). Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/opinion/readers/1066351/i-thea-tis-akropolis-kai-ta-tsiknismata/>

Η μεγάλη σύμπραξη για το «1821». (2019). Πρώτο Θέμα. https://www.protothema.gr/city-stories/article/871771/i-megali-subraxi-gia-to-1821/?fbclid=IwAR0D8fTVUP4V2kI3zD9gRqrh4WFM9_MsR79hjClYikL0ZfNHXZv64vmpg0Y

Η Ελληνικός Χρυσός στηρίζει το έργο του Μουσείου Μπενάκη. (2020). Το Έθνος. https://www.ethnos.gr/ellada/117581_i-ellinikos-hrysos-stirizei-ergo-toy-moyseioy-mpenaki

Ιωαννίδης, Σ. (2018). Αφροδίτη... μυρωδάτη. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/arts/965996/afroditi->

myrodati/?fbclid=IwAR076wwI1SPb4je5xSi5VRQoC5rQETZ7qp6VYk_5GpZc67QFnSfGECcLaMw

Ιωαννίδης, Σ. (2020). Εκθέσεις στην οθόνη. Η Καθημερινή.
https://www.kathimerini.gr/culture/561176260/ektheseis-stin-othoni/?fbclid=IwAR0YlEpkWBIv02iAw6K_VTUROrP7j1Wdm2UuR5fisyLTXcLK1aFeEqGClws

Ιωαννίδης, Σ. (2020). Στόχος, οι ψηφιακοί επισκέπτες. Η Καθημερινή.
<https://www.kathimerini.gr/culture/561197473/stochos-oi-psifiakoi-episkeptes/?fbclid=IwAR2vAbn-Oc7m3-5Xv6PeC2JJ34UI6qo6fcKlBEwsEOFGb8Z71V-Mam7oydI>

Καραβία, Δ. (2013). Η Αυλή Πολιτιστική Κληρονομιά και ο Τόπος: Ανάπτυξη Μεθοδολογίας για τη Διερεύνηση της Επίδρασης του Τόπου στη Διαμόρφωση της Αυλής Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Εθνικό Μετσόβειο Πολυτεχνείο.

Καρβούνη, Ε. (2005). Κώδικες Δεοντολογίας Δημοσιογράφων (Εργασία στα πλαίσια των Συνταγματικών Δικαιωμάτων). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα.

Κατηγορία νέου: Δελτία Τύπου. (n.d.). Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο.
https://www.namuseum.gr/new_category/deltia-typou/?fbclid=IwAR3NNgVHscFFbir5ziGlu-ZP1Yhv8cNfAaGxBER1LqlohnzQmnVF3_sU3Jo

Κατσιγιαννή, Σ. (2018). Η εξελίξη των μμε απο τα παραδοσιακα στα νεα μεσα : η περιπτωση της ελλαδασ. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας.

Κοκκίνου, Γ. (2016). Η ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΩΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ. Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, σελ. 20-25

Κοροναϊός: Αναστολή παραστάσεων σε Μέγαρο, ΚΠΙΣΝ, Στέγη και Θεατρικές σκηνές. (2020). Το Έθνος.
https://www.ethnos.gr/politismos/theatro/93835_koronaivos-anastoli-parastaseon-se-megaro-kpissn-stegi-kai-theatrikes-skines

Κοσμέτος, Ε. (2012). Εκπαίδευση και Πολιτισμός: Η πρόταση του «Προγράμματος Μελίνα». Πανεπιστήμιο Πατρών.

Κουκά, Α. (2020). «1821 Πριν και Μετά»: Οι εντυπωσιακές πρώτες εικόνες από την μεγάλη έκθεση του Μουσείου Μπενάκη. Πρώτο Θέμα.

<https://www.protothema.gr/culture/article/1076482/1821-prin-kai-meta-eduposiakes-oi-eikones-apo-tin-megali-ekthesi-tou-mouseiou-benaki/?fbclid=IwAR1HU-blEYMSuH0QzM1P6CNxi-vTQkQPBHm6dtvTzLeFGda5q3u-u04L9SY>

Κουκά, Α. (2020). «Όλη η Ελλάδα ένας Πολιτισμός»: 270 εκδηλώσεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Το Πρώτο Θέμα.
<https://www.protothema.gr/culture/article/1026551/oli-i-ellada-enas-politismos-270-ekdiloseis-se-mouseia-kai-arhaiologikous-horous/>

Κουκά, Α. (2020). Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο ανοίγει με μια έκθεση τους εορτασμούς για την Ελληνική Επανάσταση. Πρώτο Θέμα.
https://www.protothema.gr/culture/article/971796/to-ethniko-arhaiologiko-mouseio-anoigei-me-mia-ekthesi-tous-eortasmous-gia-tin-elliniki-epanastasi/?fbclid=IwAR1F8ZRG01i_CRaXj2uCbTCTdQ5NjCwWU_ty9yyUqf2JP3RnoJZEdPjOi0s

Κουκά, Α. (2020). Το Μουσείο της Ακρόπολης μπαίνει στη νέα, ψηφιακή εποχή του. Πρώτο Θέμα.
<https://www.protothema.gr/culture/article/1077317/to-mouseio-tis-akropolis-bainei-stin-nea-psifiaki-epohi-tou/>

Κρανιάς, Γ. (2011). Το Ισχύον Διεθνές Νομικό Πλαίσιο Για Την Προστασία Της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Κωνσταντινίδου, Χ. (2002). ΤΑ ΜΜΕ ΚΑΙ Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΟΗΜΑΤΟΣ. ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ (ΜΕΡΟΣ Α'). 108, 139–188.

Λαμπροπούλου, Έ. (1997). Η κατασκευή της κοινωνικής πραγματικότητας και τα μ'σα μαζικής επικοινωνίας: η περίπτωση της Βίας και της Εγκληματικότητας. Ελληνικά Γράμματα.

Λιτινας, Α. (2018). Mobile Journalism και νέες τάσεις στη δημοσιογραφία. [ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας]. <http://nickgarnett.co.uk/>

Μανούσου, Χ., & Χαρτοφύλακα, Τ. (2011). Κοινωνικά δίκτυα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εξ αποστάσεως τριτοβάθμια εκπαίδευση. 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο, 3–14.

ΜΑΝΩΛΗΣ ΧΑΡΟΣ ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΘΗΣΑΥΡΩΝ. (2019). Μουσείο Μπενάκη.

Ματσιώλα, Μ. (2008). Μελέτη της χρήσης τους από τους Έλληνες δημοσιογράφους σε συνδυασμό με τη χρήση του διαδικτύου ως ΜΜΕ.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Μελιανός, Χ. (2020). Πολιτιστική Επικοινωνία και Σεμινάρια: Η περίπτωση της Λαμπρινής Γιώτη [Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων]. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>

Μενδώνη: Το 2020 θα είναι η χρονιά του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου. (2020). Πρώτο Θέμα. https://www.protothema.gr/politics/article/964885/mendoni-to-2020-tha-einai-i-hronia-tou-ethnikou-arhaiologikou-mouseiou/?fbclid=IwAR3U_kZkYcS_Yw9-vgzU1YpOTxyOTw7zJoC2YRMnK6H7Q1eB5vEiwPosL0

«Μένουμε Σπίτι»: Διαδικτυακές δραστηριότητες για ενήλικες από το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης. (2020). Πρώτο Θέμα. https://www.protothema.gr/culture/article/988350/menoume-spiti-diadiktuakes-drastiriotites-gia-enilikes-apo-to-mouseio-kukladikis-tehnis/?fbclid=IwAR3Nc1bjK7n683eJOmgm7ekGFzbxuBgeBGklw_0FTNEaXPrVR_vGGiMtrU

Μουσείο Ακρόπολης: Αναλυτικά το εορταστικό πρόγραμμα. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/culture/article/951699/mouseio-akropolis-analutika-to-eortastiko-programma/>

Μουσείο Ακρόπολης: Από 9/11 έως 14/12 οι παρουσιάσεις για το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/culture/article/942925/mouseio-akropolis-apo-911-eos-1412-oi-parousiaseis-gia-to-hameno-agalma-tis-athinas-parthenou/>

Μουσείο Ακρόπολης: Αυγουστιάτικη Πανσέληνος με μουσική. (2019). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1502023/mouseio-akropolis-augoustiatiki-panselinos-me-mousiki>

Μουσείο Ακρόπολης: Γιορτάζει την 28η Οκτωβρίου «ζωντανεύοντας» το χρυσελεφάντινο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/culture/article/936865/mouseio-akropolis-giortazei-tin-28i-oktovriou-zodaneuodas-to-hruselefadino-agalma-tis-athinas-parthenou/>

Μουσείο Ακρόπολης: Καλωσορίζοντας την Άνοιξη με μουσική και ελεύθερη είσοδο. (2019). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1459427>

Μουσείο της Ακρόπολης: Κλείνει τα 10 και το «γιορτάζει» με δωρεάν είσοδο. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/greece/article/901170/mouseio-tis-akropolis-kleinei-ta-10-kai-to-giortazei-me-dorean-eisodo/>

Μουσείο Ακρόπολης: Νέες παρουσιάσεις στην έκθεση «Σμίλη και Μνήμη». (2020). Ναυτεμπορική.
<https://m.naftemporiki.gr/story/1561073/mouseio-akropolis-nees-parousiaseis-stin-ekthesi-smili-kai-mnimi>

Μουσείο Ακρόπολης: Το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου «ζωντανεύει» για την 28η Οκτωβρίου. (2019). Ναυτεμπορική.
<https://m.naftemporiki.gr/story/1527026>

Μουσείο Ακρόπολης : Το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς Παρθένου «ζωντανεύει» για την 28η Οκτωβρίου. (2019). Το Βήμα.
<https://www.tovima.gr/2019/10/19/culture/mouseio-akropolis-to-xameno-agalmatis-athinas-parthenou-zontaneyei-gia-tin-28i-oktovriou/>

Μουσείο Ακρόπολης: Χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις - Το εορταστικό πρόγραμμα. (2019). Το Έθνος.
https://www.ethnos.gr/politismos/75512_moyseio-akropolis-hristoygenniatikes-ekdiloseis-eortastiko-programma

Μουσείο Ακρόπολης: 25η Μαρτίου με ελεύθερη είσοδο. (2019). Ναυτεμπορική. <https://www.naftemporiki.gr/story/1454040>

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης: Η εικονική πραγματικότητα στα γηροκομεία. (2020). Πρώτο Θέμα.
<https://www.protothema.gr/culture/article/978925/mouseio-kukladikis-tehnis-h-eikoniki-pragmatikotita-sta-girokeimeia/?fbclid=IwAR2Xs-C3xZcRVPk2A76gkL3wS6bmyp1vbDjblEV8qRT5y4zPLTAEJb0qBSQ>

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης: Πρόσφέρει ένα μαγευτικό ταξίδι στις Κυκλάδες του παρελθόντος. (2020). Πρώτο Θέμα.
<https://www.protothema.gr/culture/article/999455/mouseio-kukladikis-tehnis-prosferei-ena-mageutiko-taxidi-stis-kyklades-tou-parelthodos/?fbclid=IwAR1-7fzDI4jX5cQ3pxbn1rX1YBFfmihmvTEydAlygrfij19GREP2alJsNm8>

Ναθαναήλ, Μ. (2019). Πολιτιστική Επικοινωνία και Πολιτιστική Διπλωματία. Η περίπτωση της UNESCO και του Ελληνικού Ινστιτούτου Πολιτιστικής Κληρονομιάς (Vol. 5, Issue 564) [Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης]. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>

Νατσιαβα, Μ. (2009). «ΠΑΡΑΔΟΣΗ» ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΚΡΑΤΙΚΗΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΠΟΜΠΗ ΜΟΥΣΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ. Τ.Ε.Ι ΗΠΕΙΡΟΥ.

Νέα & Ανακοινώσεις. (n.d.). Μουσείο Μπενάκη.
https://www.benaki.org/index.php?option=com_content&view=category&id=14&Itemid=333&lang=el&fbclid=IwAR2dqL4Nv4lVCGgSq97x0GirS6Qw1fd4Nmj1ZcmfTxBZyih5kmhbpQ7jfyg

Νικολοπούλου, Π. (2020). Ψηφιακός Πολιτισμός, Έξυπνες Πόλεις, IoT και Προηγμένες Ψηφιακές Τεχνολογίες. Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

«Ξεδιπλώνοντας 100 χρόνια ιστορίας σε μια έκθεση», από το Μουσείο Μπενάκη. (2020). Η Καθημερινή.

https://www.kathimerini.com.cy/gr/politismos/eikastika/xediplwnontas-100-xronia-istorias-se-mia-ekthesi-apo-to-moyseio-mpenaki?fbclid=IwAR3aWDve_ZkcsCkSU-__mqGrd50WNwhsoKWUblCT1Tn9ZpnAPeVJnJq2mIY

Ο Έλγιν δεν είχε οθωμανικό φερμάνι για τη λεηλασία των Γλυπτών του Παρθενώνα. (2019). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1447055>

Ο «Θησαυρός των Ανδρονιάνων» στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. (2020). Ναυτεμπορική. https://www.naftemporiki.gr/story/1566368/o-thisauros-ton-andronianon-sto-ethniko-arxaiologiko-mouseio?fbclid=IwAR2K4t2layImhPbi4cb4XF8KzNQWoH3HUzNSIEzVU1doEN1XvWIjx_aLMYk

«Οι αμέτρητες όψεις του Ωραίου». (2018). Πρώτο Θέμα. https://www.protothema.gr/culture/arts/article/761933/oi-ametrites-opseis-tou-oraiou?fbclid=IwAR3U_kZkYcS_Yw9-vgzU1YpOTxyOTw7zJoC2YRMnK6H7Q1eB5vEiwPosL0

Ο Κυρ. Μητσοτάκης εγκαινίασε την έκθεση «Δι' αυτά πολεμήσαμεν». (2020). Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/society/1064395/o-kyr-mitsotakis-egkainiase-tin-ekthesi-di-ayta-polemismen/?fbclid=IwAR24JGq3XcbBB7Vt9My9e4i8-FOdUcGhLxGMC1GQQZ1FP3cX2XBB11wlibE>

Όλη η Ελλάδα ένας πολιτισμός: Οι δωρεάν εκδηλώσεις του τριημέρου 4-6 Σεπτεμβρίου. (2020). Το Βήμα. https://www.tovima.gr/2020/09/04/culture/oli-i-ellada-enas-politismos-oi-dorean-ekdiloseis-tou-triimerou-4-6-septemvriou/?fbclid=IwAR3aWDve_ZkcsCkSU-__mqGrd50WNwhsoKWUblCT1Tn9ZpnAPeVJnJq2mIY

Ομιλος Eurolife ERB: Με συνέπεια δίπλα στον άνθρωπο. (2019). Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/economy/article/949619/omilos-eurolife-erb-me-sunepeia-dipla-ston>

anthropol/?fbclid=IwAR3Opg8r_iFkpTRuU7mtzLo4zjtHlf_132_gALhQbTnCm0GB8D4drfI2YkY

Οργιανέλη, Δ. (2006). Θέμα : « Διαδικτυακή Δημοσιογραφία . Νέες Προοπτικές Στην Ενημέρωση Αλλά Και Νέοι Κίνδυνοι ;». 10-12.

Πανέτας, Γ. (2014). Πολιτισμός και Ετερότητα. Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Πανσέληνος Αυγούστου: Το ένα και μοναδικό χαρακτηριστικό που την κάνει να ξεχωρίζει. (2019). Το Βήμα.

https://www.tovima.gr/2019/08/12/science/panselinos-avgoustou-to-ena-kai-monadiko-xarakteristiko-pou-tin-kanei-na-ksexorizei/?fbclid=IwAR3aWDve_ZkcsCkSU-__mqGrd50WNwhsoKWUblCT1Tn9ZpnAPeVJnJq2mIY

Πανσέληνος - Δεκαπενταύγουστος: Εκδηλώσεις σε 100 αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία (πρόγραμμα). (2019). Το Έθνος.

https://www.ethnos.gr/living-city/55212_panselinos-dekapentaygoystos-ekdiloseis-se-100-arhaiologikoys-horoys-kai-moyseia

Παντερμαλής : Δεν υπήρξε φιρμάνι για μεταφορά των γλυπτών του Παρθενώνα. (2019). Το Βήμα.

<https://www.tovima.gr/2019/04/15/culture/pantermalis-den-ypirkse-firmani-gia-metafora-ton-glypton-tou-parthenona/>

Παπαδάκης, Ε., & Ιωαννίδης, Δ. (1996). ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΑΒΑΛΑΣ.

Παπαδοπούλου, Ε. (2004). Η Πολιτιστική Κληρονομιά και η Προστασία της. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας.

Παπαδοπούλου, Ο. (2012). Διοίκηση Συγκρούσεων, Επικοινωνία. Πανεπιστήμιο Πατρών.

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2017). Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης. 11–33.

Παπαχαρισίου, Σ. (2008). Φυσικοί Κίνδυνοι - Διαχείριση Φυσικών Κινδύνων - Εφαρμογή Εκτίμησης Κατολισθητικής Επικινδυνότητας. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Περπατώντας στην αρχαία γειτονιά του Μουσείου Ακρόπολης. (2019). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1494385>

Πουρνάρα, Μ. (2019). Η γοητεία των ταπεινών κεραμικών στο πωλητήριο

του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης. Η Καθημερινή.
https://www.kathimerini.gr/culture/arts/1018796/h-goiteia-ton-tapeinon-keramikon-sto-politirio-toy-moyseioy-kykladikis-technis/?fbclid=IwAR0ZJQWAυPw74UPγw_YwrUuQdqPxHUmEouF3JiPKdn4cmFA-Em_3HnQcO1I

Ριτζαλέου, Μ. (2020). Στα γενέθλια του Μουσείου Ακρόπολης το χρυσελεφάντινο άγαλμα της Αθηνάς. Το Έθνος.
https://www.ethnos.gr/politismos/110796_sta-genethlia-toy-moyseioy-akropolis-hryselefantino-agalma-tis-athinas

Σακκελαρόπουλος, Τ., & Δημητριάδου, Μ. (2019). «Με αφορμή» την προετοιμασία μιας έκθεσης για το 1821. Η Καθημερινή.
https://www.kathimerini.gr/society/1057343/me-aformi-tin-proetoimasia-mias-ekthesis-gia-to-1821/?fbclid=IwAR3aWDve_ZkcsCkSU-__mqGrd50WNwhsoKWUblCT1Tn9ZpnAPeVJnJq2mIY

Σαρατζίδου, Σ. (2018). Εικονικό Μουσείο : Ορισμός και προοπτικές. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Σκλαβούνης, Γ. Ν. (2001) . « Εισαγωγή στην επιστήμη της Δημοσιογραφίας ». Εκδόσεις Ελλην , Αθήνα, 2001: σελ.27-29

Στο Μουσείο της Ακρόπολης το χαμένο άγαλμα της Αθηνάς που φιλοτέχνησε ο Φειδίας. (2019). Το Έθνος.
https://www.ethnos.gr/politismos/67385_sto-moyseio-tis-akropolis-hameno-agalma-tis-athinas-poy-filotehnise-o-feidias

Στραπέλλου Μ. (2020). Το Μουσείο Ακρόπολης στη μετά-COVID εποχή. Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2020/06/14/vimagazino/to-mouseio-akropolis-sti-meta-covid-epoxi/>

Συκκά, Γ. (2020). Πανσέληνος Αυγούστου με... απόσταση. Η Καθημερινή.
https://www.kathimerini.gr/society/1089808/panselinos-aygoystoy-me-apostasi/?fbclid=IwAR1pFsJcxJM2UvsYY8BmQE0VXYQDAxQGo_MbXYJRX1tnpyCfYL5jSM4da1k

Συκκά, Γ. (2019). Περισσότεροι επισκέπτες το 2018 για το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Η Καθημερινή.
https://www.kathimerini.gr/life/city/1004830/perissoteroi-episkeptes-to-2018-gia-to-ethniko-archaiologiko-moyseio/?fbclid=IwAR0hJp9lCO6h4JO1GROaOxcR1JXnKMo33_k4ZeWz4-WmVrIJWsC45t5UPRI

Συκκά, Γ. (2020). Το δύσκολο καλοκαίρι της αιωνιότητας. Η Καθημερινή.

<https://www.kathimerini.gr/society/1078326/to-dyskolo-kalokairi-tis-aioniotitas/>

Τα άμεσα σχέδια του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου - Ανακοίνωσε δύο σημαντικές εκθέσεις. (2020). Το Έθνος.

https://www.ethnos.gr/politismos/82918_ta-amesa-shedia-toy-ethnikoy-arhaiologikoy-moyseiou-anakoinose-dyo-simantikes

Τα Μουσεία ετοιμάζονται να υποδεχτούν ξανά το κοινό, τη Δευτέρα 15 Ιουνίου. (2020). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1607490/ta-mouseia-etoimazontai-na-upodextoun-ksana-to-koino-ti-deutera-15-iouniou>

Τα 11α γενέθλια του Μουσείου Ακρόπολης. (2020). Η Καθημερινή. https://www.kathimerini.gr/culture/agenda/1083152/ta-11a-genethlia-toy-moyseiou-akropolis/?fbclid=IwAR18nDyAkYMb8X-ZQnHa4wTm7ub_9Nh4r6pWLYroot-7406xZG9iNSX4q6w

Τι συμβαίνει στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης. (n.d.). Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης. <https://cycladic.gr/?page=1&fbclid=IwAR2Xs-C3xZcRVPk2A76gkL3wS6bmyp1vbDjblEV8qRT5y4zPLTAEJb0qBSQ>

Το Μουσείο Ακρόπολης αναβάλλει ορισμένες δραστηριότητές του. (2020). Ναυτεμπορική. <https://www.naftemporiki.gr/story/1571089/to-mouseio-akropolis-anaballei-orismenes-drastiriotites-tou>

Το Μουσείο Ακρόπολης συμπληρώνει 11 χρόνια λειτουργίας. (2020). Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/society/1083013/to-moyseio-akropolis-symplironei-11-chronia-leitourgias>

Το Νησί των Θησαυρών: Έκθεση του Μανώλη Χάρου στο Μουσείο Μπενάκη. (2019). Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/culture/agenda/1052796/to-nisi-ton-thisayron-ekthesi-toy-manoli-charoy-sto-moyseio-mpenaki/?fbclid=IwAR1-7fzDI4jX5cQ3pxbn1rX1YBFfmihmvTEydAlygrfij19GREP2alJsNm8>

Το πρόγραμμα των εκδηλώσεων ανά μήνα - «Όλη η Ελλάδα ένας Πολιτισμός». (2020). Ναυτεμπορική. <https://www.naftemporiki.gr/documents/1619079/to-programma-ton-ekdiloseon-ana-mina-oli-i-ellada-enas-politismos>

Τσιναρέλης, Γ. (2004). Γλώσσα και επικοινωνία: Ακουστική μειονεξία και επικοινωνία (p. 47). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ).

Φωτίου, Ε. (2019). Κυκλαδούπολη. Πρώτο Θέμα. <https://www.protothema.gr/city-stories/article/857359/kukladoupoli/?fbclid=IwAR1t6VHKkJBeB9Tc95S2TNdPBk>

fjXa_7VyUtnmBmrBFlk-glNhC-fQjyP_8

Χαριστείδου, Α. (2019). Ηθική και δεοντολογία στη δημοσιογραφία μέσα από την τέχνη του Αμερικάνικου κινηματογράφου. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Χρονοπούλου, Σ., & Καλογεροπούλου, Α. (2018). Η δημοσιογραφική δεοντολογία στο διαδικτυο. ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Ψηφιακό Μουσείο Ακρόπολης. Ένας νέος κόσμος. (2020). Η Καθημερινή. https://www.kathimerini.com.cy/gr/politismos/psifiako-moyseio-akropolis-enas-neos-kosmos?fbclid=IwAR3bqmFoptYcJzMVry-QG0F_RlQ7MeaQwsu4thfW1lGJ9FfjLBKqqN3DGKw

Ψηφιακό Μουσείο Ακρόπολης ένας νέος κόσμος. (2020). Ναυτεμπορική. <https://m.naftemporiki.gr/story/1672778>

Ψωμαδάκη, Ο. (2018). Τεχνολογίες μη γραμμικών μέσων επικοινωνίας για τη διαχείριση του πολιτισμού: Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης [Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης]. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-2099>

Ζώης, Ν. (2020). Εικονικές ξεναγήσεις: Τεχνολογία για ένα μουσείο πιο δημοκρατικό. Η Καθημερινή. <https://www.kathimerini.gr/society/1066663/eikonikes-xenagiseis-technologia-gia-ena-mouseio-pio-dimokratiko/?fbclid=IwAR2TovieBVrIZby011kdpUMlaOx5ZilAfzHoGx-IU-CTrhxDtSpe5pJ6P4c>

«1821, Πριν και μετά»: Επετειακή έκθεση στο Μουσείο Μπενάκη. (2019). Ναυτεμπορική. <https://www.naftemporiki.gr/story/1451132/1821-prin-kai-meta-epeteiaki-ekthesi-sto-mouseio-mpenaki?fbclid=IwAR2CGc50Uq71nmS8sSeAtE17FDSX9gHwZ37OC5AIW3vnX-DzmeE-7AEhSqY>

«1821, Πριν και μετά»: Επετειακή έκθεση στο Μουσείο Μπενάκη. (2019). Ναυτεμπορική. <https://www.naftemporiki.gr/story/1451132/1821-prin-kai-meta-epeteiaki-ekthesi-sto-mouseio-mpenaki?fbclid=IwAR2CGc50Uq71nmS8sSeAtE17FDSX9gHwZ37OC5AIW3vnX-DzmeE-7AEhSqY>

25η Μαρτίου: Ξεχωριστές δράσεις στο Μουσείο Ακρόπολης με ελεύθερη είσοδο. (2019). Το Βήμα. <https://www.tovima.gr/2019/03/14/culture/25i-martiou-ksexoristes-draseis-sto-mouseio-akropolis-me-eleytheri-eisodos/>

270 εκδηλώσεις θεάτρου , μουσικής , χορού και εικαστικών 122

αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία 43 περιφερειακές ενότητες ΕΘΝΙΚΟ
ΘΕΑΤΡΟ. (2020). Ναυτεμπορική.

Διαδικτυακοί Ιστότοποι:

<https://www.pexels.com/el-gr/photo/951531/>

<https://www.namuseum.gr/episkepsi/>

<https://cycladic.gr/page/ta-ktiria>

<https://www.mthv.gr/el/to-mouseio/genika/#image-2>

https://www.benaki.org/index.php?option=com_buildings&view=landing&Itemid=168&lang=el

