



Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Τμήμα Αρχειονομίας Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας (TABM)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

« Διερεύνηση θεωρητικών προσεγγίσεων και βιβλιογραφική επισκόπηση ερευνών για την συμπεριφορά επισκεπτών μουσείων»

Φοιτήτρια

Ευανθία Δημητριάδου

A.M. : B2014060

Επιβλέπων καθηγητής

Πέτρος Κωσταγιόλας

Ακαδημαϊκό έτος 2019-2020

Υπεύθυνη Δήλωση

Βεβαιώνω ότι είμαι η συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας του Α.Ε.Ι. Κερκύρας.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας, η οποία υλοποιήθηκε στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο της Κέρκυρας θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ανθρώπους οι οποίοι μου συμπαραστάθηκαν σε αυτή την προσπάθεια. Κατά κύριο λόγο , οφείλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Πέτρο Κωσταγιόλα ο οποίος με καθοδήγησε για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας. Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου και όλους εκείνους που ήταν δίπλα μου σε όλη αυτή την προσπάθεια παρέχοντας απεριόριστη κατανόηση και ψυχολογική υποστήριξη.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία έγινε προσπάθεια μέσα από ένα εύρη φάσμα θεωρητικών προσεγγίσεων, να εξεταστεί η συμπεριφορά του επισκέπτη στο σύγχρονο μουσείο, ο ρόλος του μέσα σε αυτό και οι προτεραιότητές του. Μέσα λοιπόν, από την ανασκόπηση βιβλιογραφικών πηγών και ερευνών έγινε προσπάθεια κατανόησης της συμπεριφοράς των επισκεπτών εντός του μουσειακού περιβάλλοντος και την γενικότερη στάση τους προς αυτό. Οι ανασκοπημένες έρευνες, προσφέρουν χρήσιμο υλικό για την εμβάθυνση στο συγκεκριμένο φαινόμενο, ενώ τα αποτελέσματα αυτών ενδείκνυνται για κριτικό στοχασμό και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες στο πεδίο.

Συνδυάζοντας το θεωρητικό πλαίσιο με τις ανασκοπημένες έρευνες θα γίνει προσπάθεια προσέγγισης της μουσειακής εμπειρίας, όπως αποτυπώνεται στις υπό διερεύνηση έρευνες. Με λίγα λόγια, έγινε παρουσίαση των αναγκών και των επιθυμιών των επισκεπτών των μουσείων και της συμπεριφοράς που εμφανίζουν κάθε φορά, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Μπορεί λοιπόν να ειπωθεί ότι μέσα από τις θεωρητικές προσεγγίσεις, στις οποίες έγινε προσπάθεια διαμόρφωσης στο χώρο του πολιτισμού γενικότερα και των μουσείων ειδικότερα, αλλά και με το εργαλείο της ανασκόπησης παλαιότερων ερευνών, προέκυψαν ζητήματα τα οποία είναι δυνατό να αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία μπορούν να στηριχθούν μελλοντικές έρευνες.

Λέξεις κλειδιά: μουσείο, εκπαιδευτικά προγράμματα, ψυχολογία επισκέπτη , ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα , ψηφιακός επισκέπτης , ψηφιακή περιήγηση.

Abstract

On this particular assignment, an attempt was made throughout a wide variety of theoretical approaches in order to look into the behavior of the visitors in a modern museum, its role and its priorities. In that sense, through a bibliographical retrospect and research, there was yet another attempt of understanding visitor behavior in a museum environment and its general stance towards it. The reviewed surveys offer valuable information in order to delve deeper in this particular phenomenon even though the results are presented for contemplation and suggestions for future surveys on the field. Combining the theoretical context with the reviewed research, there will be an attempt of approaching the museum's experience as it is stated upon looking into the inquiry. To summarize, a presentation was made to showcase the needs and desires of the visitors in museums and the behavior that they show each time, based on their individual and unique characteristics. It could be said, of course that throughout the theoretical approaches, in which there was an attempt of conformation in the scope of society generally and the scope of museums specifically, but also with the tool of reviewing older research, issues that were possible to be a part of a basis on which future surveys could depend on, came up.

Key-words: museum, educational programs, visitor psychology, anthropocentric trait, digital visitor, digital tour.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	3
Περίληψη	4
Abstract	5
Κατάλογος εικόνων	7
Κεφάλαιο 1. Πλαίσιο Εργασίας	9
1.1 Γενικό πλαίσιο εργασίας	9
1.2. Ερευνητικό ζητούμενο και στόχοι	11
1.3. Επισκόπηση δομής και μεθοδολογία	12
Κεφάλαιο 2 Μουσείο και επισκέπτης στον 21 ^ο αιώνα	14
2.1. Εισαγωγή	14
2.2. Σύντομη ιστορία της έννοιας του Μουσείου	15
2.3. Το Μουσείο στον 21ο αιώνα	16
2.4. Μουσείο, Πολιτισμός και Πολιτιστική Ανάπτυξη	22
2.5. Μουσειακοί Επισκέπτες	24
2.6. Εκπαιδευτικά προγράμματα και Μουσειακές Υπηρεσίες	28
2.7. Θεωρίες συμπεριφοράς στο Μουσείο	32
2.8. Η εμπειρία της ψηφιακής μουσειακής περιήγησης	35
2.9. Συμπεράσματα	37
Κεφάλαιο 3. Συζήτηση Αποτελεσμάτων	39
3.1 Εισαγωγή	39
3.2. Μεθοδολογία – Προφίλ έρευνας	40
3.3. Αποτελέσματα ανασκοπημένων ερευνών	41
3.4 Συζήτηση αποτελεσμάτων	57
3.5. Συμπεράσματα	59
Κεφάλαιο 4. Επίλογος	61
Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	64
Βιβλιογραφικές Αναφορές	65

Κατάλογος εικόνων

Εικόνα 1: Ο Λευκός πύργος της Θεσσαλονίκης.....	17
Εικόνα 2: Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα	18
Εικόνα 3: Μουσείο Ασιατικής Τέχνης στην Κέρκυρα	19

Κεφάλαιο 1. Πλαίσιο Εργασίας

1.1 Γενικό πλαίσιο εργασίας

Σκοπός της εργασίας αποτελεί η διερεύνηση της συμπεριφοράς των επισκεπτών στο μουσείο και ο ρόλος τους μέσα σε αυτό. Μελετώνται, οι προτεραιότητές τους, οι ανάγκες τους και οι εμπειρίες τους κατά την περιήγησή τους.

Η συγκεκριμένη εργασία εκπονήθηκε με στόχο να γίνει κατανοητός ο ρόλος των σύγχρονων μουσείων και πως αντιλαμβάνονται την μουσειακή επίσκεψη τα άτομα. Οι σκέψεις των επισκεπτών και η συμπεριφορά τους κατά την περιήγηση μέσα στο περιβάλλον του μουσείου, προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν από τους ειδικούς του πεδίου.

Οι αντιλήψεις των επισκεπτών σήμερα, η στάση τους κατά την περιήγηση και οι προτεραιότητες που θέτουν αναφορικά με τα ζητήματα τέχνης και πολιτισμού, αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικά στοιχεία στον σχεδιασμό και την εφαρμογή εκθέσεων, προγραμμάτων, ομαδικών περιηγήσεων και λοιπών μουσειακών δραστηριοτήτων.

Πρόκειται λοιπόν, για μία βιβλιογραφική έρευνα μέσα από την οποία γίνεται προσπάθεια να κατανοηθούν και να αναλυθούν οι συμπεριφορές των επισκεπτών μέσα στο περιβάλλον του μουσείου, οι ανάγκες τους και οι εντυπώσεις που αποκόμισαν. Μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης θα εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο συμπεριφέρεται το κοινό στη διάρκεια μία επίσκεψης στο μουσείο, πώς αντιλαμβάνεται την διαδικασία αυτή, τα συναισθήματα πριν από την επίσκεψη και τις εντυπώσεις τους από την αλληλεπίδραση με τα εκθέματα, ως μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Ως εκ τούτου, η εργασία αυτή θα διερευνήσει και θα απαντήσει σε ερωτήματα αναφορικά με τον ρόλο των σύγχρονων μουσείων και την διαδικασία αλληλεπίδρασης μεταξύ των εκθεμάτων και των επισκεπτών, καθώς επίσης και την ικανοποίησή τους από την εμπειρία της επίσκεψης. Δεδομένου, ότι κάθε επισκέπτης έχει συγκεκριμένους λόγους που τον ώθησαν να επισκεφθεί ένα μουσείο, θεωρείται

πως θα αναπτύξει και την ανάλογη συμπεριφορά εντός του πλαισίου. Τα κίνητρα και οι προσδοκίες τους ποικίλουν και αντανακλούν την υιοθέτηση συγκεκριμένων συμπεριφορών. Συνεπώς, κάθε επισκέπτης βάση των ιδιαίτερων εξωτερικών και εσωτερικών χαρακτηριστικών του, παίρνει ανάλογη θέση κατά την επίσκεψή του στο μουσείο. Η μελέτη λοιπόν, σχετικών ερευνών θα αναδείξει ζητήματα που σχετίζονται με τη συμπεριφορά των επισκεπτών αναφορικά με τα διαφορετικά στοιχεία που φέρει κάθε ένας τους.

Μέσα από την μελέτη των σύγχρονων δεδομένων και ερευνών γίνονται γνωστοί οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την συμπεριφορά των επισκεπτών στο μουσειακό περιβάλλον, αλλά και τα στοιχεία εκείνα που μπορούν να συντελέσουν προς την ολοκληρωμένη, πολιτιστική εμπειρία από την αλληλεπίδραση επισκεπτών και εκθεμάτων.

Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται αναλυτική επισκόπηση της βιβλιογραφίας, με έμφαση στην μελέτη του θεωρητικού πλαισίου. Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετώνται ο ρόλος των σύγχρονων μουσείων στην πολιτιστική ανάπτυξη και εξέλιξη καθώς και η συμπεριφορά των επισκεπτών κατά την περιήγησή τους σε αυτό. Έννοιες όπως, «μουσείο», «πολιτισμός», «πολιτιστική ανάπτυξη», διερευνώνται και αποτυπώνονται με κριτικό τρόπο. Στο επόμενο κεφάλαιο, ακολουθεί ενδελεχής επισκόπηση σχετικών ερευνών, μέσω των οποίων διερευνάται η συμπεριφορά του κοινού κατά την επίσκεψή στο μουσειακό περιβάλλον, αλλά και οι εμπειρίες που αποκομίζουν από την περιήγηση σε αυτό. Στο τέταρτο κεφάλαιο της παρούσης πτυχιακής εργασίας, συζητούνται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από της υπό μελέτη έρευνες καθώς και προτάσεις σχετικά με τον ρόλο των σύγχρονων μουσείων και των όσων προσφέρουν στον επισκέπτη. Η εργασία κλείνει με τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από την μελέτη των παραπάνω ζητημάτων.

Συνεπώς, στόχος της βιβλιογραφικής και ερευνητικής ανασκόπησης, αποτελεί η μελέτη και ο εντοπισμός πληροφοριών αναφορικά με την συναισθηματική κατάσταση των σύγχρονων επισκεπτών στα μουσεία. Η διερεύνηση των εμπειριών, των αναγκών και των προσδοκιών τους, τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια της μουσειακής περιήγησης, κρίνεται πως θα αποτελέσει αφορμή για κριτικό στοχασμό και περαιτέρω διερεύνηση σχετικών θεμάτων. Δεδομένα αναφορικά, με τις προτιμήσεις και τις προτεραιότητες των επισκεπτών κατά τη διαδικασία της

επίσκεψης στο μουσείο καθώς και οι λόγοι, οι οποίοι τους ώθησαν να επισκεφθούν τα συγκεκριμένα μουσεία, σκιαγραφεί με παραστατικό τρόπο το προφίλ του σύγχρονου επισκέπτη.

Συγκεκριμένα, μελετάται ο τρόπος με τον οποίο λειτουργούν τα άτομα, και τα κίνητρα που τους ωθούν στο να επισκεφθούν ένα μουσειακό χώρο. Διερευνώνται λοιπόν, και παρουσιάζονται οι ανάγκες και οι εμπειρίες των επισκεπτών των μουσείων, καθώς και τα συναισθήματα που τους δημιουργούνται από αυτή τη διαδικασία.

1.2. Ερευνητικό ζητούμενο και στόχοι

Σκοπός της εργασίας είναι η διερεύνηση των όσων αποκομίζουν οι επισκέπτες από την περιήγηση τους στα μουσεία. Τα συναισθήματα, τις αντιλήψεις και τις επιθυμίες τους πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά το πέρας της επίσκεψής τους. Προκειμένου, ωστόσο να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες των διαφόρων μουσείων, καθιστώντας την μουσειακή περιήγηση μία άκρως ενδιαφέρουσα εμπειρία, κρίνεται απαραίτητος ο προσεκτικός σχεδιασμός των εκθέσεων καθώς και οι προσδοκίες των επισκεπτών.

Επιπρόσθετα, γίνεται προσπάθεια μελέτης της συμπεριφοράς των επισκεπτών κατά την μουσειακή περιήγηση. Συνεπακόλουθα, στόχοι είναι η ανίχνευση και η μελέτη των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των ενηλίκων αλλά και μεταξύ εκθεμάτων και επισκεπτών. Άλλος ένας στόχος της παρούσης εργασίας είναι να μελετήσει την νέα εποχή των μουσείων και τις υπηρεσίες που προσφέρουν προς τους επισκέπτες, είτε ενήλικες είτε παιδιά. Επίσης, διερευνάται βιβλιογραφικά το προφίλ των επισκεπτών.

1.3. Επισκόπηση δομής και μεθοδολογία

Τα παραπάνω ζητήματα, διερευνώνται μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης ερευνών που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια και αφορούν την συμπεριφορά και τις ανάγκες των επισκεπτών κατά την μουσειακή περιήγηση και εμπειρία γενικότερα. Πραγματοποιήθηκε λοιπόν, συλλογή επιλεγμένων επιστημονικών άρθρων και εργασιών, σχετικών με το θέμα της εργασίας και το αντικείμενο έρευνας, τα οποία σχολιάζονται κριτικά στην συνέχεια της παρούσης. Γίνεται παρουσίαση των βασικών αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων καθώς, και προτάσεις για περαιτέρω στοχασμό και έρευνα.

Ωστόσο, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί πως, η βιβλιογραφική ανασκόπηση δεν αποτελεί μια απλή και τυχαία παράθεση της διαθέσιμης βιβλιογραφίας, αλλά εμπεριέχει κριτικά στοιχεία των ήδη υπάρχουσών ερευνών. Επιπρόσθετα, μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, δίνεται η δυνατότητα εντοπισμού και καταγραφής των κενών που τυχόν υπάρχουν στη βιβλιογραφία και αφορούν το συγκεκριμένο θέμα.

Συνεπώς, η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που πραγματοποιείται κατά τη διεξαγωγή κάποιας έρευνας έχει ως στόχο να εντοπίσει το διαθέσιμο υλικό, διερευνώντας συνάμα τον τρόπο με τον οποίο το προσέγγισαν άλλοι ερευνητές του πεδίου.

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση, στοχεύει στον συσχετισμό και την σύνθεση των αποτελεσμάτων των διαθέσιμων εμπειρικών ερευνών, προσφέροντας υλικό για κριτική σκέψη και περαιτέρω έρευνα. Επίσης, ως μεθοδολογικό εργαλείο έχει στόχο την καθιέρωση προτύπων για αξιολόγηση και εξαγωγή συμπερασμάτων. Αποτελεί λοιπόν, μια ιδιαίτερα χρήσιμη προσέγγιση μέσω της οποίας μπορούν να επικυρωθούν τα ήδη διαθέσιμα στοιχεία και να ισχυροποιηθεί η αναγκαιότητα ύπαρξής τους για την επιστημονική κοινότητα. Τέλος, η βιβλιογραφική ανασκόπηση αναδεικνύει την

εις βάθος μελέτη των διαθέσιμων ερευνών, από μεριάς του ερευνητή καθώς, και την σύνδεση αυτών με το θεωρητικό πλαίσιο.

Ωστόσο, η διαδικασία διερεύνησης και επιλογής της κατάλληλης βιβλιογραφίας, προϋποθέτει την κριτική αναζήτηση και επιλογή των κατάλληλων πηγών και την εφαρμογή αυστηρών κριτηρίων εισαγωγής και αποκλεισμού, ώστε να αναλυθούν τα κατάλληλα δημοσιεύματα (Colbert, B. A., 2004). Οι ανασκοπημένες έρευνες φιλοξενούνται σε έγκυρα, επιστημονικά περιοδικά καθώς και σχετικά συγγράμματα.

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκε η βάση δεδομένων Google Scholar, η οποία παρέχει πολυάριθμες δωρεάν έρευνες με χρήσιμες κατηγορίες ευρετηρίου (τίτλος, περίληψη, λέξεις-κλειδιά, χρονικός ορίζοντας) και έχει επικυρωθεί από το ISI Web of Science.

Στην παρούσα εργασία, η βιβλιογραφική ανασκόπηση έχει ως σκοπό την παρουσίαση ερευνών και μελετών αναφορικά με τα συναισθήματα των επισκεπτών στα μουσεία και τις ανάγκες αυτών από την μουσειακή εμπειρία. Λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή των δεδομένων είναι: μουσείο, συναισθήματα επισκεπτών μουσείων, ανάγκες επισκεπτών κατά την μουσειακή περιήγηση, μουσειακή εμπειρία.

Κεφάλαιο 2 Μουσείο και επισκέπτης στον 21^ο αιώνα

2.1. Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο, θα αναλυθεί το θεωρητικό πλαίσιο που διέπει τους σκοπούς και τις λειτουργίες των σύγχρονων μουσείων. Θα παρουσιαστεί ο ρόλος των μουσείων στο πολιτισμικό γίγνεσθαι των χωρών καθώς και τα κύρια χαρακτηριστικά τους. Τα μουσεία, ως χώροι καλλιέργειας, ανάδειξης και προάσπισης του πολιτισμού και της πολιτισμικής κουλτούρας, διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην ατομική αλλά, και κοινωνική εξέλιξη.

Βασικός παράγοντας στην διατήρηση και ανάπτυξη των μουσειακών χώρων, αποτελεί η ανθρώπινη επιθυμία για γνώση και μάθηση, γεγονός που θέτει σε πρώτο πλάνο τις επιθυμίες και τις ανάγκες των επισκεπτών, τόσο πριν την επίσκεψη όσο και κατά τη διάρκεια αυτής. Περιγράφεται λοιπόν, αναλυτικά το προφίλ των επισκεπτών που αποφασίζουν να επισκεφθούν κάποιο μουσείο, καθώς και ο τρόπος που προσεγγίζουν τα εκθέματα και την διαδικασία της περιήγησης σε αυτά. Κατά καιρούς, έχουν διατυπωθεί σημαντικές θεωρίες αναφορικά με την συμπεριφορά των επισκεπτών, οι οποίες παρουσιάζονται αναλυτικά, με σκοπό την ολόπλευρη κατανόηση του φαινομένου.

Ωστόσο, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνούν και μεταφέρουν την εμπειρία της διαδικασίας οι ίδιοι οι επισκέπτες, μέσα από σχετικές έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο πεδίο. Οι εμπειρίες, οι σκέψεις, τα συναισθήματα και οι επίτευξη ή μη των αρχικών προσδοκιών των επισκεπτών, κρίνονται ιδιαίτερα βοηθητικές στην εις βάθος κατανόηση του φαινομένου, αποτελώντας χρήσιμο υλικό για κριτικό διάλογο και στοχασμό.

2.2. Σύντομη ιστορία της έννοιας του Μουσείου

Το μουσείο σαν όρος καθιερώνει μια τεράστια ιστορία μέσα στον χρόνο για να καταλήξει στην σύγχρονη μορφή του πολυδιάστατου και πολιτιστικού οργανισμού. Η ιστορία του ορισμού του μουσείου προέρχεται από τις Μούσες οι οποίες ήταν αρχαίες ελληνικές θεές που προάσπιζαν τις Τέχνες και τα Γράμματα , κόρες του Δία και της Μνημοσύνης. Οι αρχαίοι έλληνες ερμήνευσαν το μουσείο ως τέμενος όπου πρόκειται για τον ναό που είναι αφιερωμένος στις Μούσες. Στην Αίγυπτο στην πόλη της Αλεξανδρείας τον 3^ο αιώνα π.Χ. δημιουργήθηκε το πρώτο μουσείο στην ανθρωπότητα από τον Πτολεμαίο Σωτήρα. Ο χώρος στέγαζε αγάλματα , χειρουργικά εργαλεία , φυτά (με την μορφή βοτανολογικού κήπου) καθώς και αστρονομικά όργανα. Έμοιαζε περισσότερο με μια μορφή Ακαδημίας καθώς αποτελούσε χώρο μελέτης και συγκέντρωσης επιστημών. Όταν καταστράφηκε το μουσείο , οι Ρωμαίοι συνέχισαν την λογική του. Εκείνη την εποχή το μουσείο εξελίσσεται και έπειτα παίρνει την λατινική ονομασία « museum » λειτουργώντας σαν χώρος συνάντησης λόγιων. Όμως μετά την κατάρρευση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας η έννοια του μουσείου ουσιαστικά εξαφανίζεται. Κατά τον Μεσαίωνα υπήρχαν κυρίως συλλογές που τα αντικείμενα ήταν αποκλειστικά θρησκευτικού περιεχομένου , τα οποία προέρχονταν από εκκλησίες και μοναστήρια άλλα δεν μοιάζουν πλέον με το μουσείο στην αρχαιότητα. Στην περίοδο της Αναγέννησης άρχισαν να υπάρχουν ιδιωτικές συλλογές αντικείμενων, και ήταν η πρώτη φορά που η έννοια του μουσείου πλησιάζει στην σημερινή έννοια. Το Βρετανικό μουσείο το οποίο βρίσκεται στο Λονδίνο υπήρξε το πρώτο εθνικό και κρατικό μουσείο στην Ευρώπη με πρώτα εκθέματα τα βιβλία. Ιδρύθηκε το 1753 και αποτελούσε ένα μουσείο που ήταν ανοιχτό προς τους διανοούμενους καθώς και προς τους ανθρώπους που αγαπούν την γνώση. Η έρευνα υπήρξε ο δεύτερος απαραίτητος άξονας που αφορά τα μουσεία , όταν εκείνα είχαν αρχίσει να είναι ανοιχτά προς τους επισκέπτες. Αυτή την φορά στόχος ήταν να γίνει παρουσίαση της κάθε έκθεσης στο

κοινό, έτσι ώστε να επιτευχθεί η πλήρης κατανόηση και αποκρυπτογράφηση των πληροφοριών που διαθέτουν οι συλλογές. (Lord and Lord,2018: 4-6).

2.3. Το Μουσείο στον 21ο αιώνα

Σύμφωνα με τον ορισμό του ICOM το 2007, παρουσιάζει το μουσείο ως *«ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοικτό στο κοινό, που έχεις ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία»* Το μουσείο λοιπόν, ως όρος εμπεριέχει ακριβώς τον σκοπό της ύπαρξής του και της λειτουργίας του. Αποτελεί δηλαδή, χώρο ανάδειξης και προάσπισης της τέχνης της ιστορίας και των επιστήμων γενικότερα. Ωστόσο, με το πέρας των ετών οι αρχικοί σκοποί και στόχοι των μουσείων επαναπροσδιορίστηκαν, βάση των σύγχρονων αναγκών και των προσδοκιών των ατόμων και γενικότερα της κοινωνίας. Η εξέλιξη των μουσείων όλων των ειδών υπήρξε αλματώδης καθώς διαιρούνταν σε δύο διαφορετικούς άξονες οι οποίοι υπηρετούν τα μουσεία. Καταρχήν, ο πρώτος άξονας αφορά την ασφάλεια, την προστασία και την τεκμηρίωση οι οποίες είναι λειτουργίες που πραγματοποιούνται ορθότερα σε κλειστούς χώρους διότι λόγω της έλλειψης του κοινού διευκολύνετε ο συντηρητής και ο ερευνητής ώστε να κάνουν καλύτερα την δουλειά τους. Από την άλλη πλευρά, η έκθεση, η παρουσίαση και η ερμηνεία προς το κοινό χρειάζεται ανοιχτούς χώρους ώστε οι άνθρωποι που δεν έχουν εξειδικευτεί πάνω στο θέμα να μπορούν να βγάλουν συμπεράσματα, να αποκτήσουν επιπλέον γνώσεις και πληροφορίες καθώς και να ψυχαγωγηθούν.(Lord and Lord, 2018 :28-29). Τα περισσότερα μουσεία σήμερα έχουν ως στόχο την ενεργητική διάδραση του επισκέπτη με τα αντικείμενα της πολιτιστικής κληρονομιάς, απομακρυνόμενα από την πρακτική του παρελθόντος που ήθελε την απλή παράθεση και αποθήκευση των αντικειμένων αυτών. Για παράδειγμα στο Λευκό Πύργο στην Θεσσαλονίκη ο επισκέπτης πριν ακόμη εισέλθει στους κύριους εκθεσιακούς χώρους, αλληλεπιδρά με την εξωτερική αρχιτεκτονική του κτιρίου. Το ύψος του Πύργου, η διάμετρός του, τα υλικά κατασκευής του. Επιπρόσθετα, τα ενημερωτικά πλαίσια με την ιστορία του Πύργου, τα οποία είναι τοποθετημένα σε εμφανή σημείο στον εξωτερικό χώρο,

προδιαθέτουν τον επισκέπτη για όσα πρόκειται να συναντήσει στο εσωτερικό του. Ακόμη, στο Μουσείο της Ακρόπολης ο περιβάλλοντας χώρος με την πλούσια χλωρίδα δένει αρμονικά με το κτίριο, ενώ το επίπεδο της ανασκαφής που βρίσκεται κάτω από τα πόδια κυριολεκτικά, των επισκεπτών και το οποίο είναι επισκέψιμο δημιουργεί αίσθημα αδημονίας για όσα θα αντικρίσουν στο εσωτερικό του. Επιπλέον το επιβλητικό κτίριο του μουσείου Ασιατικής Τέχνης της Κέρκυρας προσελκύει τον επισκέπτη πριν καν εισέλθει στο μουσειακό χώρο. Καταρχήν, το ανάκτορο αποτελείται από ένα τριώροφο κτίριο το οποίο σχηματίζει το γράμμα “Π” και συνδέει μια σειρά στο έξω μέρος του με δωρικούς κίονες και δύο αψίδες με δύο πλαϊνές πλευρές. Η εξωτερική του διακόσμηση προκαλεί την περιέργεια και τον θαυμασμό ταξιδιωτών και εν δυνάμει επισκεπτών για να το εξερευνήσουν εις βάθος.



Εικόνα 1: Ο Λευκός πύργος της Θεσσαλονίκης



Εικόνα 2: Μουσείο της Ακρόπολης στην Αθήνα



Εικόνα 3: Μουσείο Ασιατικής Τέχνης στην Κέρκυρα

Συνεπώς, οι σύγχρονοι μουσειακοί χώροι, αποτελούν αρχιτεκτονικές δημιουργίες, οι οποίες προϋδεάζουν ήδη από τον εξωτερικό χώρο τους επισκέπτες, για όσα πρόκειται να γνωρίσουν και στο εσωτερικό τμήμα. Η ξενάγηση λοιπόν, ξεκινά πολύ πριν την περιήγηση στους εσωτερικούς χώρους.

Ο Michael Foucault (1967), θεωρεί το μουσείο μέσο διατήρησης της αιωνιότητας. Η ενσωμάτωση και η αρμονική συνύπαρξη μέσα σε αυτό, όλων των χρόνων, των εποχών, των αρχών και των αξιών της κάθε εποχής και κουλτούρας, καθιστά το μουσείο «θεματοφύλακα της αιωνιότητας». Αποτελεί δε, ένα χώρο μέσα στον οποίο διατηρείται η ιστορία χρόνων ενώ με το πέρασμα των εποχών, έχει μεταλλαχθεί σε σύγχρονο φορέα διάχυσης του πολιτισμού, με τρόπο πολυδιάστατο και συχνά ιδιαίτερα ευφάνταστου. Είναι ο χώρος στον οποίο παρελθόν, παρόν και μέλλον αλληλεπιδρούν μέσω της αφήγησης της ιστορίας και της επαφής με τα αντικείμενα του παρελθόντος. Ο μουσειακό χώρος, συνδέει το παρελθόν με την σύγχρονη εποχή, ενδυναμώνει την μνήμη των ανθρώπων, ενώ παράλληλα καλλιεργεί συναισθήματα του «ανήκειν», προωθώντας το κοινό αίσθημα κουλτούρας. Ως εκ

τούτου, το μουσείο σήμερα ως θεσμός αναπτύσσει και προωθεί δράσεις και ενέργειες που αξιολογούν και προάγουν την πολιτισμική εμπειρία και μνήμη.

Η σημασία του μουσείου στην κοινωνική και πολιτισμική ζωή μιας χώρας, ο ρόλος του, το είδος των εκθεμάτων του είναι μερικές έννοιες οι οποίες έχουν αναδιαμορφωθεί με το πέρασμα των χρόνων, γεγονός που προφανώς θα συνεχίσει να συμβαίνει, ανάλογα με τις κοινωνικές μεταβολές και εξελίξεις. Ωστόσο, αποτελούν και θα συνεχίσουν να αποτελούν χώρους, δια βίου μάθησης, μέσα στους οποίους οι επισκέπτες, μπορούν να διερευνήσουν τις παραδοχές τους, τις αντιλήψεις και πεποιθήσεις τους, αλληλοεπιδρώντας με την «πανάρχαια» πραγματικότητα. Η πραγματικότητα, ωστόσο καθορίζεται και στοιχειοθετείται από το πλαίσιο κάθε εποχής, επηρεάζοντας τον τρόπο πρόσληψης, ανάδειξης και τοποθέτησης απέναντι στα μουσειακά εκθέματα.

Επιπρόσθετα, αποτελεί χώρο συνύπαρξης του παρόντος με το παρελθόν και την ιστορία ενός τόπου, κατέχοντας σημαντικό και πολυδιάστατο στοιχείο μέσα στον κοινωνικό ιστό. Ο Gilman (1918: 280), πιστεύει ότι το μουσείο για να υλοποιήσει τον σκοπό του χρειάζεται τα εκθέματα να «παρουσιάζονται» με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να τα κατανοήσει ο κόσμος. Υποχρέωση του είναι να υποστηρίζει και να διευκολύνει τον μέσο επισκέπτη να αντιληφθεί την σημασία των

Σύμφωνα με τον Sandell (2003: 45) Μελέτες αποδεικνύουν ότι τα μουσεία είναι ικανά να έχουν σημαντικό αντίκτυπο και να λειτουργούν ως ένας βασικός παράγοντας στην ψυχολογία των επισκεπτών γεγονός που μπορεί να βοηθήσει την αποδοχή τους από την κοινωνία είτε σε ατομικό είτε σε κοινοτικό καθώς και κοινωνικό ζήτημα. Στο ατομικό θέμα αφορά δηλαδή το ίδιο το άτομο, την προσωπικότητά του, η εμπειρία της μουσειακής επίσκεψης μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις στο άτομο όπως να αυξηθεί η δημιουργικότητά του και να ανακαλύψει κρυφές δεξιότητες και talέντα. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να τονωθεί η αυτοεκτίμηση και ο αυτοσεβασμός του. Σε ότι έχει να κάνει με το κοινοτικό ζήτημα, τα μουσεία έχουν αξιοσημείωτο ρόλο στην ανάπτυξη της κοινωνίας, μπορούν να καθοδηγήσουν στην σταδιακή βελτίωση στις τοπικές κοινωνίες μέχρι να καλλιεργηθούν η αυτοπεποίθηση και οι δυνατότητες τους. Τα μουσεία τελικά μπορούν να προάγουν την υπομονή και τον αλληλοεκτίμηση στα μέλη της κοινότητας και να καταπολεμήσουν τα στερεότυπα και τις αρνητικές προδιαθέσεις.

Από την άλλη, ο Matarasso (2000: 6) θεωρεί ότι το μουσείο το οποίο σκέφτεται δεν είναι μια αδιάφορη έκθεση πολύτιμων αντικειμένων αλλά ένα μέρος στο οποίο μπορούμε να κάνουμε έρευνα, να αναζητήσουμε τον βαθύτερο εαυτό μας, να καλλιεργήσουμε το πνεύμα μας, να διευρυνθούν οι ορίζοντες μας, να κουβεντιάσουμε για τις αρχές καθώς και για την καθημερινότητα μας μέσω των μουσειακών αντικειμένων. Πρόκειται για ένα μέρος στο οποίο γίνεται διήγηση ιστοριών όπου οι αμίλητοι, οι αγέλαστοι, οι ήσυχτοι εκείνοι που ζουν στο περιθώριο, στην περιφρόνηση και στην ντροπή μπορούν να πρωταγωνιστήσουν την δική τους διήγηση πάρα να είναι θέμα διήγησης άλλων. Πρόκειται για έναν χώρο που κυριαρχεί η αλλαγή και στον οποίο έννοιες όπως η υπομονή, η μελέτη, η γνώση, η συζήτηση και η πίστη στους άλλους ανθρώπους συνδέουν παρελθόν με παρόν και μέλλον.

Το μουσείο του 21^{ου} αιώνα, αποτελεί χώρο ενεργητικής μάθησης, κατά την οποία ενεργοποιούνται ποικίλα συναισθήματα, που συμβάλλουν στην ολόπλευρη προσέγγιση των εκθεμάτων και την παρατήρηση αυτών βάσει του ιστορικού πλαισίου στο οποίο τοποθετούνται. Συνεπώς, από απλώς τόπος αποθήκευσης και θέασης εξελίσσεται και μετουσιώνεται σε ζωντανό τόπο, με δράσεις που προωθούν τον κριτικό στοχασμό και διάλογο. Άλλωστε, σήμερα το μουσείο αποτελεί τόπο μάθησης και εκπαίδευσης, οργανώνοντας και υλοποιώντας εκπαιδευτικά προγράμματα, τα οποία απευθύνονται σε κάθε ηλικία, καλλιεργώντας πολλαπλές δεξιότητες σε όλους τους τομείς. Επίσης, η σύγχρονη μουσειοπαιδαγωγική εκπαίδευση υποστηρίζει την ανάπτυξη πολιτιστικής κουλτούρας, προωθώντας τον διάλογο και την δια βίου αλληλεπίδραση με το «ζωντανό» κομμάτι της ιστορίας των λαών (Βασιλειάδου, 2009).

Ο 21^{ος} αιώνας, σηματοδοτεί την νέα εποχή του θεσμού των μουσείων σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι νέες κοινωνικοπολιτισμικές συνθήκες, φέρνουν στην επιφάνεια καινούριες ανάγκες, οι οποίες σχετίζονται τόσο με την κτιριακή εικόνα και κατασκευή των μουσείων, όσο και με το περιεχόμενο των συλλογών, την τοποθεσία και το κοινό στο οποίο απευθύνονται. Άλλωστε, δεν είναι τυχαίο το ότι, οι σύγχρονες μουσειολογικές ενέργειες και το μάρκετινγκ, στρέφονται όλο και περισσότερο στην ικανοποίηση των προσδοκιών των επισκεπτών, ώστε να αυξάνεται το ενδιαφέρον αυτών και αντίστοιχα τα κέρδη των μουσείων. Υπάρχει δηλαδή, μία στροφή προς την καθιέρωση της καταναλωτικής κουλτούρας, η οποία καθιστά τον πολιτισμό

καταναλωτικό προϊόν, μιας καταναλωτικής κοινωνίας. Ακόμη, ένα χαρακτηριστικό των μουσείων σήμερα, είναι η χρήση των νέων τεχνολογιών και η ενσωμάτωσή τους στην διαδικασία της περιήγησης. Αν και οι βασικές ενότητες του μουσείου, παραμένουν αμετάβλητες, εντούτοις έχουν γίνει περαιτέρω προσθήκες, με σκοπό την ευχαρίστηση των επισκεπτών. Έχουν, δημιουργηθεί βιβλιοθήκες, πωλητήρια, εστιατόρια και καφέ, χώροι με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, με σκοπό όπως ήδη αναφέρθηκε την ικανοποίηση της καταναλωτικής κουλτούρας των επισκεπτών.

2.4. Μουσείο, Πολιτισμός και Πολιτιστική Ανάπτυξη

Η έννοια του πολιτισμού δεν απαντάται στην βιβλιογραφία με έναν γενικά αποδεκτό ορισμό. Ωστόσο, ο πολιτισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο της ανθρώπινης ύπαρξης καθώς εμπεριέχει και διατηρεί τόσο το παρελθόν, όσο και το παρόν της ανθρώπινης ύπαρξης. Αποτελεί δε, έναν από τους σπουδαιότερους παράγοντες ανάπτυξης και ενδυνάμωσης των σύγχρονων κοινωνιών. Συνεπώς, ο πολιτισμός συνδέεται άμεσα με την οργάνωση και την εξέλιξη κάθε κοινωνίας (Τάτσης, 1999).

Ετυμολογικά η έννοια του πολιτισμού, προέρχεται από την λέξη «πόλις», ενώ σύμφωνα με την UNESCO, ως πολιτισμός ορίζεται *«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, παραδόσεις, αντιλήψεις, τέχνες και γράμματα, καθώς και τα θεμελιώδη Δικαιώματα του Ανθρώπου.*

Περιλαμβάνει τόσο τον επίσημο, όσο και τον λαϊκό πολιτισμό και δεν περιορίζεται στην υπάρχουσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά εμπλουτίζεται συνεχώς από τη μνήμη και τη δημιουργικότητα. Δεν είναι εσωστρεφής αλλά γονιμοποιείται από τις έξωθεν πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις. Ακόμα ο πολιτισμός συνδέεται με μια δυναμική σχέση με την Παιδεία, μέσω της «ελευθερίας της έκφρασης», της ελευθερίας της συμμετοχής και της ελεύθερης διακίνησης προσώπων, επιστημονικών γνώσεων και πολιτισμικών δημιουργημάτων» (Μπαλασά – Φλέγκα :1)

Από την άλλη, η πολιτιστική κληρονομιά ενός λαού αποτελείται από τη συλλογή των αγαθών τα οποία αποκτήθηκαν με την πάροδο του χρόνου και ονομάζονται πολιτιστικά αγαθά. «Σύμφωνα με το Ν.3028/20021 ως πολιτιστικά αγαθά «νοούνται οι μαρτυρίες της ύπαρξης και της ατομικής και συλλογικής δραστηριότητας του ανθρώπου». Ως πολιτιστικά αγαθά, προσδιορίζονται επίσης, όλα όσα έχουν αποκτηθεί μέσω της ανθρώπινης πολιτιστικής δραστηριότητας, και τα οποία έχουν ιδιαίτερη αξία για την πολιτιστική ζωή και την εξέλιξή της (Χριστοφιλόπουλος, 2002). Τα πολιτιστικά αγαθά μπορεί να είναι υλικά ή άυλα. Στα υλικά αγαθά συμπεριλαμβάνονται τα αρχαιολογικά αντικείμενα, οι ιστορικοί μνημεία, τα έργα τέχνης καθώς, και τα έγγραφα κείμενα. Ως άυλα, προσδιορίζονται οι παραδόσεις ενός τόπου, τα ήθη, τα έθιμα, η γλώσσα, η μουσική και ο χορός (Κόνσολα, 1982). Τα πολιτιστικά αγαθά διαφυλάσσονται από εθνικές και διεθνείς συνθήκες, βάση των οποίων καθορίζονται οι αρχές προάσπισης και διατήρησής τους.

Εντούτοις, στις σύγχρονες κοινωνίες βασική προϋπόθεση εξέλιξης και ανάπτυξης τους, αποτελεί η προάσπιση και η παρουσίαση της πολιτιστικής της κληρονομιάς, καθώς το πολιτιστικό προϊόν αντιμετωπίζεται ως μέσο οικονομικής ενίσχυσης και ελάττωσης του κοινωνικού αποκλεισμού (Γασπαρινάτος & Ιωαννίδης, 2009).

Ως πολιτιστική ανάπτυξη ορίζεται η «διαδικασία ποιοτικής αναβάθμισης των κατοίκων μιας συγκεκριμένης περιοχής, η οποία βασίζεται τόσο στη συμμετοχή των πολιτών κατοίκων, όσο και στο υπάρχον πολιτιστικό φαινόμενο της περιοχής» (Μπιτσάνη, 2004). Συνεπώς, ο πολιτισμός αποτελεί σημαντικό εργαλείο των χωρών αλλά και των κοινωνιών γενικότερα, στην διατήρηση και ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων και μπορεί να συμβάλλει αποτελεσματικά στην βελτίωση του επιπέδου ζωής των κατοίκων. Η ύπαρξη λοιπόν, ενός μουσειακού χώρου, εντός της κοινωνίας

αποτελεί μέσω ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και συμβάλλει στην βελτίωσης της οικονομίας και της δια βίου μάθησης.

Εν κατακλείδι, το μουσείο είναι δυνατό να αναδειχθεί σε μέσω ανάπτυξης και εξέλιξης με σημαντικά οφέλη για τις κοινωνίες και τους ανθρώπους της (Σκαλτσά, 1999). Η δημιουργία ενός μουσείου σε μία περιοχή προωθεί όχι μόνο την ανάπτυξη της, αλλά και την διατήρηση της πολιτιστικής μνήμης και ταυτότητας των λαών, παρέχοντας γνώσεις και ψυχαγωγία. Αναμφισβήτητα, το μουσείο μπορεί να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης, συμβάλλοντας στην οικονομική εξέλιξη και στην βελτίωση της καθημερινότητας.

2.5. Μουσειακοί Επισκέπτες

Από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, αποδεικνύεται ο όγκος των ερευνών, που έχουν πραγματοποιηθεί αυτά χρόνια, σχετικά με το προφίλ και τον ρόλο των ατόμων τα οποία αποφασίζουν να επισκεφθούν κάποιο μουσείο. Τα συμπεράσματα και τα πορίσματα των ερευνών αυτών, μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο για περαιτέρω έρευνα στο πεδίο, καθώς και για την χάραξη πολιτικών προς αυτή την κατεύθυνση (Νικονάνου, 2015). Σύμφωνα με την θεωρία του Bourdieu (2002) προκειμένου κάτι να γίνει αρεστό από κάποιον, θα πρέπει πρωτίστως να γίνει κατανοητό ως προς την ουσία του. Υποστήριξε επίσης, ότι η αισθητική ικανοποίηση δεν αποτελεί εκ γενετής χάρισμα, παρά καλλιεργείται και αναπτύσσεται σταδιακά, μέσω εμπειριών και βιωμάτων. Ως επισκέπτης θεωρείται το άτομο που έχει επισκεφθεί κάποιο μουσείο μία ή περισσότερες φορές στη ζωή του. (Merriman, 1999)

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την Ετήσια Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών 2017, στο Μουσείο Μαρμαροτεχνίας Τήνου το προφίλ του δείγματος, αποτελούνταν σε μεγάλο βαθμό από Έλληνες πολίτες, ενώ ο μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών εμφανίζεται στην κατηγορία «Μαθητές». Επιπρόσθετα, οι γυναίκες επισκέφθηκαν σε μεγαλύτερο ποσοστό το συγκεκριμένο μουσειακό χώρο ενώ, περιηγούνταν σε αυτό

για πρώτη φορά. Οι περισσότεροι από τους επισκέπτες ήταν οικογένειες και αποφάσισαν την συγκεκριμένη επίσκεψη λόγω του ιστορικού της ενδιαφέροντος. Οι προσδοκίες των επισκεπτών εκπληρώθηκαν σε ένα αρκετά μεγάλο βαθμό, αφήνοντάς τους «Εξαιρετικά» ικανοποιημένους (Μουσείων Τόπος - T1EΔK-01571). Συνεπώς, οι εμπειρίες των επισκεπτών, ο βαθμός ικανοποίησης τους και το γενικότερο προφίλ των χρηστών αποτελούν σημαντικές πληροφορίες, η αξιοποίηση των οποίων μπορεί να υποστηρίξει ποικιλοτρόπως στην αναβάθμιση και εξέλιξη των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, η κατηγοριοποίηση των ατόμων ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, βοηθά στον σχεδιασμό αποτελεσματικών και με ενδιαφέρον για το κοινό, μουσειακών προγραμμάτων (Hanington & Martin, 2012).

Σε άλλη σχετική Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών του Μουσείου Βιομηχανικής Ελαιουργίας Λέσβου, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι περισσότεροι εκ των επισκεπτών έχουν επισκεφθεί και στο παρελθόν τον συγκεκριμένο χώρο. Η διαπίστωση αυτή, ίσως αποδεικνύει την ύπαρξη «σταθερών» επισκεπτών, γεγονός που συμβάλλει στην ανάπτυξη και περαιτέρω εξέλιξη του τόπου. Επίσης, η διάρκεια της επίσκεψης είναι μεταξύ 30-60 λεπτά, στοιχείο που επιδεικνύει μία προσοχή στην διαδικασία της περιήγησης στα εκθέματα. Οι επικρατέστεροι λόγοι επίσκεψης είναι εκπαιδευτικοί και ιστορικού ενδιαφέροντος (Μουσείων Τόπος - T1EΔK-01571).

Η Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών του Μουσείου Μαστίχας Χίου, έδειξε πως το 2017 το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών ήταν μεταξύ 35-45 ετών, ενώ το 84% δήλωσε ότι επισκέφθηκε το μουσείο για πρώτη φορά, μένοντας «εξαιρετικά» ικανοποιημένο από την εμπειρία του εκεί (Μουσείων Τόπος - T1EΔK-01571). Το 51% αφιέρωσε από 30-60 λεπτά στην περιήγησή του, στοιχείο που αποδεικνύει πως οι επισκέπτες πέρασαν από όλα τα στάδια της επίσκεψης. Το μεγαλύτερο μέρος των χρηστών ήταν οικογένειες και ο συνήθης λόγος ήταν το ιστορικό ενδιαφέρον τους (Μουσείων Τόπος - T1EΔK-01571).

Ως εκ τούτου, η σκιαγράφηση του προφίλ των σύγχρονων επισκεπτών, επιτρέπει στα στελέχη των μουσείων να χαράξουν αποτελεσματικές πολιτικές και δράσεις με απώτερο στόχο την προσφορά θετικής εμπειρίας και ικανοποίησης των αναγκών τους.

Επιπρόσθετα, σχετικά, με την μουσειακή εμπειρία, φαίνεται πως σχετίζεται άμεσα με τις επιλογές που κάνει κάθε επισκέπτης πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας, καθώς επίσης και με τις αρχικές του προσδοκίες για

την επικείμενη επίσκεψη (Κοσμόπουλος, 1994). Κάθε επισκέπτης έχει διαφορετικά ενδιαφέροντα και προσδοκίες από την επίσκεψή του στο μουσείο. Ωστόσο, είναι αδύνατο για το προσωπικό του μουσείου, εξαιτίας της έλλειψης επαρκούς χρόνου να ανταποκριθεί απόλυτα στις αρχικές προσδοκίες και επιθυμίες των επισκεπτών, παρουσιάζοντας το σύνολο των μουσειακών αντικειμένων (Lord & Lord, 2003). Συνεπώς, το προσωπικό και οι συνεργάτες του εκάστοτε μουσείου, κρίνεται σκόπιμο να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν ένα πλάνο περιήγησης, το οποίο θα μπορεί να ανταποκριθεί ως ένα βαθμό στις προσδοκίες και τις επιθυμίες των επισκεπτών.

Οι Lord & Lord (2003), θεώρησαν πως οι επισκέπτες ενός μουσείου, είναι χρήσιμο να κατηγοριοποιούνται με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους αλλά, και τα ενδιαφέροντά τους. Ανάλογες ενέργειες, υποστηρίζουν την οργάνωση και πληρέστερη παρουσίαση του μουσειακού υλικού, ενώ κάθε ομάδα επικεντρώνει το ενδιαφέρον της σε συγκεκριμένη θεματολογία, αξιοποιώντας το διαθέσιμο υλικό κατά την μουσειακή περιήγηση..

Στη σύγχρονη εποχή οι επισκέπτες των μουσείων, έχουν στη διάθεσή τους πολλές επιλογές για περιήγηση και διά βίου μάθηση ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις ανησυχίες τους. Αυτό σημαίνει ότι, η επίσκεψη σε ένα συγκεκριμένο μουσείο, με συγκεκριμένη θεματολογία και ανάλογα εκθέματα, θα προσελκύσει τα άτομα, τα οποία θεωρούν και προσδοκούν ότι θα επωφεληθούν από αυτή. Οι προσδοκίες και οι επιθυμίες του κοινού, αποτελούν συνδυασμό πολλών και διαφορετικών παραγόντων, όπως:

- Επικοινωνιακές δράσεις προβολής και ενημέρωσης από την πλευρά των διοργανωτών.
- Γνώμες άλλων επισκεπτών
- Προτροπές από φίλους, συγγενικά πρόσωπα
- Προηγούμενες εμπειρίες από επισκέψεις σε μουσεία
- Θεματολογία των εκθεμάτων

Κάθε επισκέπτης λοιπόν, μεταφέρει τα προσωπικά του βιώματα, αντιλήψεις και ανάγκες, βάση των οποίων οργανώνει και σχεδιάζει τις προσδοκίες του από μία επικείμενη επίσκεψη σε κάποιο μουσείο. Συνεπώς, οι συνεργάτες του μουσείου και το προσωπικό, κρίνεται απαραίτητο να λαμβάνουν υπόψη τους, στοιχεία και ζητήματα που υποστηρίζουν τον σχεδιασμό αποτελεσματικών προγραμμάτων και δράσεων, εφαρμόζοντας παράλληλα τις αρχές που διέπουν το σύγχρονο μάρκετινγκ.

Ωστόσο, η ικανοποίηση των προσδοκιών αυτών αποτελεί ιδιαίτερα απαιτητικό εγχείρημα, διότι όπως ειπώθηκε παραπάνω, κάθε επισκέπτης έχει τις δικές του αντιλήψεις, εμπειρίες και σύστημα αξιολόγησης, γεγονός που αυξάνει το βαθμό δυσκολίας (Athanassopoulos et. al., 2001). Από την άλλη πλευρά, οι επισκέπτες που περιηγούνται για πρώτη φορά σε ένα μουσείο, δεν δημιουργούν προσδοκίες μέχρι να βιώσουν την συγκεκριμένη εμπειρία (Radder & Han, 2013). Επιπλέον, στην σύγχρονη εποχή με την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να περιηγηθούν στο μουσείο χωρίς να το επισκεφτούν. Μέσω ιστοσελίδων του διαδικτύου έχουν πρόσβαση στο χώρο. Από την μια πλευρά, ο ψηφιακός επισκέπτης μπορεί να ενημερωθεί σχετικά με τα μουσειακά αντικείμενα μέσω μιας βάσης δεδομένων χωρίς να χρειάζεται να καταβάλει ένα χρηματικό πόσο ή να αλληλεπιδράσει με κόσμο. Επιπλέον, θα είναι σε θέση να παρακολουθήσει επιμορφωτικά βίντεο ώστε να ενημερωθεί και να εμπλουτίσει τις γνώσεις του σύμφωνα με τα αντικείμενα και την ιστορία του μουσείου. Εκτός αυτού, σε ορισμένα μουσεία έχει στην διάθεση του πολυμεσικές εφαρμογές για συγκεκριμένο υλικό όπως τα ψηφιακά παιχνίδια σε μορφή πάζλ, ζωγραφικής και παιχνίδια ερωτήσεων. Από την άλλη πλευρά όμως, με τέτοιου είδους περιήγηση, ο επισκέπτης περιορίζεται όσον αφορά την έκθεση μερικών αντικείμενων εφόσον δεν υπάρχει δυνατότητα μετατροπής παραδοσιακών εκθεμάτων σε ψηφιακά. Ύστερα, η ψηφιακή αλληλεπίδραση διαφέρει πολύ από μια επίσκεψη του ιδίου στο μουσείο. Ακόμη, μια ζωντανή περιήγηση στο μουσείο κινητοποιεί τον επισκέπτη ώστε να αλλάξει περιβάλλον και να κοινωνικοποιηθεί με τον περίγυρο του.

Εν κατακλείδι, θα λέγαμε πως οι προσδοκίες των επισκεπτών αποτελούν κρίσιμο στοιχείο, το οποίο θα ήταν πρέπει να χρήζει ιδιαίτερης προσοχής και μελέτης, ώστε να υπάρξει επανάληψη της διαδικασίας και μία θετική εμπειρία η οποία θα οδηγήσει στην υιοθέτηση πολιτιστικής κουλτούρας και μάθησης.

2.6. Εκπαιδευτικά προγράμματα και Μουσειακές Υπηρεσίες

Ένας από τους βασικότερους στόχους των σύγχρονων μουσείων, φαίνεται πως είναι η αλληλεπίδραση και ποιοτική επικοινωνία με τους επισκέπτες, ώστε να υπάρξει ενδιαφέρον από την αρχή έως το τέλος για τα όσα εκτίθενται μέσα σε αυτά. Συνεπώς, οι άνθρωποι του χώρου, επιστήμονες, επαγγελματίες και λοιποί συνεργάτες εργάζονται με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών τόσο ενήλικες, όσο και παιδιά. Πρόκειται για μία ιδιαίτερα δύσκολη και πολύπλοκη διαδικασία, κατά την οποία απαιτείται η προσεκτική διερεύνηση των αναγκών των σύγχρονων επισκεπτών, ώστε να κρατηθεί αμείωτο το ενδιαφέρον τους και συγχρόνως να αποτελέσει μέσο εκπαίδευσης, ψυχαγωγίας και πνευματικής ανάπτυξης (Falk & Dierking, 2000).

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων (ICOM) «σκοπός των εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι να μετατρέψουν την μουσειακή επίσκεψη σε μία ευχάριστη και ψυχαγωγική εμπειρία, καλλιεργώντας την κριτική παρατήρηση και αντίληψη των εκθεμάτων»

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα λοιπόν, θα λέγαμε πως αποτελούν την βασικότερη και ίσως, αποτελεσματικότερη επικοινωνιακή δραστηριότητα των μουσείων ανά τον κόσμο, τα οποία ως επί το πλείστον απευθύνονται σε μαθητές, οικογένειες αλλά και ομάδες μεικτές. Ωστόσο, τα εκπαιδευτικά προγράμματα τα οποία απευθύνονται σε μαθητικές ομάδες, αποτελούν μία «γέφυρα», η οποία έρχεται να συνδέσει με τον πλέον εποικοδομητικό τρόπο δύο θεσμούς. Το σχολείο και το μουσείο. Την εκπαίδευση με τον πολιτισμό. Ως εκ τούτου, ο προσεκτικός και λεπτομερής σχεδιασμός αποτελεσματικών και ελκυστικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, αποτελεί βασικό παράγοντα στην μελλοντική βιωσιμότητα των μουσείων. Σαφώς, και οι παράγοντες που καθιστούν μία ενέργεια ως επιτυχημένη είναι υποκειμενικοί και σχετίζονται με πολλά και διαφορετικά μεταξύ τους στοιχεία.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε αναφορικά με τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρει το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Κρήτης, στο Νομό

Ηρακλείου, διαπιστώθηκε ότι οι μαθητές του δείγματος, έμεινα πάρα πολύ ευχαριστημένοι από τα εκπαιδευτικά προγράμματα στα οποία συμμετείχαν. Συγκεκριμένα, ιδιαίτερα ενδιαφέρον φαίνεται πως ήταν το πρόγραμμα που αναφερόταν στο φαινόμενο του σεισμού, και το οποίο είχε βιωματικό – διαδραστικό χαρακτήρα. Σε σχετική ερώτηση της ίδιας έρευνας, για το τι άλλο θα επιθυμούσαν να δουν ή να κάνουν κατά την μουσειακή τους περιήγηση τα μισά και παραπάνω παιδιά, εξέφρασαν την επιθυμία να αγγίζουν τα εκθέματα. Η διαπίστωση αυτή, συμφωνεί με ευρήματα άλλης έρευνας στο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Κρήτης, βάση της οποίας τα παιδιά διατηρούν το ενδιαφέρον τους και προσλαμβάνουν ευκολότερα τη γνώση όταν αλληλεπιδρούν ενεργά και γίνονται μέρος της εκπαιδευτικής διαδικασίας (Καλεσοπούλου, 2014).

Επίσης, η οργάνωση και υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για άτομα με αναπηρίες ή κοινωνικές και ψυχικές δυσκολίες, μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εργαλείο ψυχικής ενδυνάμωσης και επανένταξης στην κοινωνία των ενεργών πολιτών (Μπούνια, 2015). Μουσεία όπως, το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο στην Αθήνα, το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, υλοποιούν κατά καιρούς εκπαιδευτικά προγράμματα που απευθύνονται σε ειδικές ομάδες κοινού. Συνεπώς, αποδεικνύεται πως η τέχνη και ο πολιτισμός δεν είναι προνόμιο λίγων αλλά αποτελεί δικαίωμα όλων. Συγκεκριμένα, το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, από το 2009 σε συνεργασία με το Φωτογραφικό Εργαστήριο της Μονάδας Απεξάρτησης 18 Άνω οργανώνει και υλοποιεί εκπαιδευτικά προγράμματα, στην διάρκεια των οποίων οι συμμετέχοντες της ομάδας αυτής φωτογραφίζουν ατομικά ή σε ομάδες κάποια εκθέματα του μουσείου και παρουσιάζουν έπειτα την δουλειά τους σε έκθεση εντός των χώρων του μουσείου (Μονάδα Απεξάρτησης 18 Άνω, 2017).

Επιπρόσθετα, μέσω των εκπαιδευτικών μουσειακών προγραμμάτων καλλιεργείται ο διαπολιτισμικός διάλογος και δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για μία συνύπαρξη βασισμένη στην ισότητα και την δικαιοσύνη. Για παράδειγμα, το ευρωπαϊκό πρόγραμμα «MAP for ID- Museums As Places for Intercultural Dialogue: Τα Μουσεία ως Χώροι Διαπολιτισμικού Διαλόγου», το οποίο έλαβε χώρα από τον Δεκέμβρη του 2007 έως το Νοέμβρη του 2009, οργάνωσε και διένειμε έναν ολοκληρωμένο οδηγό καλών ενεργειών σχετικά με την διαπολιτισμική εκπαίδευση. Συγκεκριμένα, εντός του οδηγού αυτού αναφέρεται ότι «τα μουσεία ως χώροι

παραγωγής γνώσης, μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση των πολιτισμών και των πολιτισμικών ταυτοτήτων, ενισχύοντας την αναγνώριση και τον αμοιβαίο σεβασμό» (Gibbs, Siung & Sunderland-Bowe, 2009).

Επιπρόσθετα, η εκπαιδευτική δράση «Περιβάλλον και πολιτισμός, λαμπερές ιστορίες φωτιάς» το οποίο πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2012 στον Αρχαιολογικό Χώρο Ακρόπολης Τίρυνθας (Μυκηναϊκό Ανάκτορο) καθώς και στον Αρχαιολογικό Χώρο Ηραίου Άργους (Βωμός για τις θυσίες προς τιμήν της θεάς Ήρας), στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ναυπλίου και στο Αρχαιολογικό Μουσείο Άργους, είχε ως στόχο την ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού θησαυρού της χώρας αλλά και την ενεργοποίηση των επισκεπτών για την διατήρηση και προστασία του. Υπήρχαν σειρά εκπαιδευτικών δράσεων για τα τέσσερα στοιχεία, ενώ είχε εκδοθεί και σχετικό ενημερωτικό φυλλάδιο (ΥΠΠΟ, 2012).

Επιπλέον, το εκπαιδευτικό πρόγραμμα « ΣΤΟ ΠΑΛΑΤΙ ΤΟΥ ΘΥΜΟΥ» το οποίο πραγματοποιείται στο μουσείο συναισθημάτων στην Αθήνα θα προσέφερε μια ωφέλιμη εμπειρία για τον επισκέπτη ώστε να γνωρίσει τον εαυτό του, να μάθει να διαχειρίζεται το συναίσθημα του θύμου και να ανακαλύψει δημιουργικούς τρόπους για να εκφράζει αυτά τα έντονα συναισθήματα. Κατά την διάρκεια του προγράμματος, ο επισκέπτης ανακαλύπτει ποιες καταστάσεις και συγκυρίες του προκαλούν θύμο, ποια είναι τα αποτελέσματα του θύμου πάνω στο σώμα του όπως και ότι ο θύμος δεν είναι πάντα στην ίδια ένταση σε όλες τις καταστάσεις. Στόχος του συγκεκριμένου προγράμματος είναι να ανακαλύψει ο επισκέπτης τα συναισθήματα πίσω από τον θύμο, να αυξηθεί η αυτοεκτίμηση του, η κριτική του σκέψη καθώς και να του προκληθούν συναισθήματα τα οποία συμβάλουν στην συναισθηματική του καλλιέργεια. Πραγματοποιούνται ακόμη δραστηριότητες έτσι ώστε οι επισκέπτες να έρθουν πιο κοντά και να μάθουν να αποδέχονται ο ένας τον άλλον. (Μουσείο Συναισθημάτων)

Ανά χρονικά διαστήματα, το μουσείο Ασιατικής Τέχνης στην Κέρκυρα διοργανώνει εκπαιδευτικά προγράμματα στο πλαίσιο της Ασιατικής κουλτούρας. Για παράδειγμα, το 2010, διοργανώθηκε ένα διήμερο εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων με θέμα την ιεροτελεστία του τσαγιού και τίτλο « Έβαλες νερό για τσάι; » το οποίο απευθυνόταν τόσο σε παιδιά όσο και σε ενήλικες. Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα, οι επισκέπτες ενημερώθηκαν για την ιαπωνική τελετουργία του πράσινου τσαγιού μέσω του προσωπικού του μουσείου το οποίο ήταν ντυμένο με την παραδοσιακή φορεσιά (

κιμονό) και εναγκαλίασε την κουλτούρα της Ιαπωνίας. Προσφάτως - το 2018 - το μουσείο σε συνεργασία με την Πρεσβεία της Ιαπωνίας στην Ελλάδα προγραμματίισε μια εκδήλωση στο origami (ιαπωνική χαρτοδιπλωτική τέχνη) και ήταν αφιερωμένη στον Ελληνο-Ιρλανδό συγγραφέα Λευκάδιο Χερν. Ο τίτλος του προγράμματος ήταν « Λευκάδιος Χέρν. Η άγνωστη Ιαπωνία » και απαρτιζόταν από εργαστήρια μάθησης της τέχνης του origami. Παρευρέθηκαν πάνω από εκατό άτομα ανεξαρτήτως ηλικίας με ελεύθερη είσοδο.

Ακόμη, αξίζει να αναφερθεί η δράση του Μουσείου Μαρμαροτεχνίας Τήνου, οι συνεργάτες του οποίου σχεδίασαν και υλοποίησαν πρόγραμμα, το οποίο έδινε την δυνατότητα σε παιδιά και εφήβους με τις οικογένειες τους, να παρακολουθήσουν από κοντά επιδείξεις επεξεργασίας μαρμάρου από ντόπιους τεχνίτες. Ακόμη, εντός του μουσειακού χώρου μπορούσε κανείς να παρατηρήσει με την χρήση μεγεθυντικού φακού το χρώμα και τους κρυστάλλους του μαρμάρου, τους όγκους του υλικού, καθώς και να αγγίζουν το προϊόν. Ο ενεργητικός και παράλληλα βιωματικός τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται η περιήγηση, καθιστά την μουσειακή επίσκεψη, αληθινή εμπειρία, με πλείστα οφέλη. Επιπλέον, η παρουσία ψηφιακού υλικού και εφαρμογών, μετατρέπει τον παραδοσιακό χαρακτήρα των μουσείων, σε τόπου πολιτιστικής παιδείας, οι οποίοι μέσω των νέων τεχνολογιών δημιουργούν ανεπανάληπτες αναμνήσεις στους επισκέπτες. Άλλωστε, η ετήσια Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών που διεξάγει το ΠΙΟΠ στα Μουσεία του, έδειξε πως το Μουσείο Μαρμαροτεχνίας της Τήνου δέχεται κάθε χρόνο όλο και περισσότερους επισκέπτες, οι περισσότεροι από τους οποίους είναι Έλληνες. Επίσης, το 62% αξιολογεί την μουσειακή εμπειρία ως «εξαιρετική» (www.piop.gr).

Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός, ότι στα περισσότερα μουσεία της Ελλάδας υλοποιούνται εκπαιδευτικά προγράμματα και δράσεις για παιδιά αλλά και οικογένειες. Το Μουσείο της Ακρόπολης, το Αρχαιολογικό Μουσείο, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, Το Εθνολογικό Μουσείο, το Παιδικό Μουσείο Θεσσαλονίκης και σειρά άλλων έχουν υλοποιήσει και συνεχίζουν τις δράσεις τους, με σκοπό την παροχή πολιτιστικών εμπειριών. Συγκεκριμένα, Το Παιδικό Μουσείο Θεσσαλονίκης, λοιπόν, προσφέρει στο νεαρό κοινό την δυνατότητα πρόσληψης της τέχνης μέσα από δημιουργικές δραστηριότητες και εκπαιδευτικά προγράμματα (www.paidikomouseio.gr). Κάθε Κυριακή υλοποιεί και ένα διαφορετικό, αυτοτελές εκπαιδευτικό εργαστήριο μέσα από το οποίο τα παιδιά επεξεργάζονται ποικίλα

ζητήματα. Επίσης, το παιδικό μουσείο «Please Touch Museum», το οποίο βρίσκεται στη Φιλαδέλφεια των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής από το 1976, είναι το πρώτο παιδικό μουσείο που απευθυνόταν σε οικογένειες με παιδιά προσχολικής ηλικίας και το οποίο υλοποιεί ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα για οικογένειες με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, ώστε ο πολιτισμός και η μουσειακή εμπειρία να καταστούν δικαίωμα όλων. Μέσα από ευφάνταστα εκπαιδευτικά προγράμματα μνεί τα παιδιά στην τέχνη και τον πολιτισμό, αλλά και σε καθημερινά θέματα (www.pleasetouchmuseum.org). Ένα από τα προγράμματα που υλοποιήθηκαν από τους συνεργάτες του μουσείου αυτού ήταν το «Ρυθμική στο δάσος», όπου τα παιδιά είχαν την ευκαιρία να εξερευνήσουν τα όσα υπάρχουν στη ζούγκλα, χτυπώντας τύμπανα και άλλα μουσικά όργανα, μετατρέποντας ραβδιά σε βροχή, ακούγοντας ήχους της ζούγκλας και αλληλεπιδρώντας με ζώα της ζούγκλας. Στο σημείο αυτό, θα ήταν ίσως χρήσιμο να αναφερθεί πως ανάλογα προγράμματα ξεκίνησε να υλοποιεί το Μουσείο Βικτώρια και Αλβέρτου (Victoria and Albert Museum) στην Αγγλία, ήδη από την έναρξη του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου. Τα παιδιά είχαν την ευκαιρία να περιηγηθούν στα εκθέματα, να τα επεξεργαστούν βιωματικά και παίρνοντας έμπνευση να δημιουργήσουν τις δικές τους κατασκευές. Επιπρόσθετα, στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής δημιουργήθηκαν ήδη από το 1913 και έπειτα πολλά παιδικά μουσεία, όπως της Βοστόνης, της Ινδιανάπολης, της Μινεσότα υλοποιώντας σειρά εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Εν κατακλείδι, τα εκπαιδευτικά προγράμματα δεν είναι μόνο ανθρωποκεντρικά άλλα εστιάζουν στην αλληλεπίδραση του επισκέπτη με τον μουσειακό χώρο και στην επιμόρφωση του όσον αφορά την κουλτούρα και τον πολιτισμό που πρεσβεύει κάθε μουσείο. Στόχος τους λοιπόν είναι η ενεργητική διάδραση του επισκέπτη με τα μουσειακά αντικείμενα και όχι η απλή θέαση τους.

2.7. Θεωρίες συμπεριφοράς στο Μουσείο

Οι επισκέπτες των μουσείων σήμερα, φαίνεται να μην αποτελούν μια παθητική μάζα με κοινά ενδιαφέροντα και προσδοκίες, αλλά μία ειδική ομάδα χρηστών, με διαφορετικά ενδιαφέροντα, σκέψεις και ανάγκες. Κάθε επισκέπτης

λοιπόν, αντιλαμβάνεται την διαδικασία της περιήγησης με έναν δικό του, ατομικό τρόπο, βάση των προσωπικών του εμπειριών και προσδοκιών (Hooper – Greenhill, 1999). Με άξονα τα παραπάνω οργανώνουν την συμπεριφορά τους κατά την διαδικασία της περιήγησης στο μουσειακό τόπο.

Ωστόσο, σύμφωνα με την βιβλιογραφική ανασκόπηση στο πεδίο, οι επισκέπτες των μουσείων επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν τις προσδοκίες τους, την επιθυμία τους να επισκεφθούν ένα μουσειακό χώρο καθώς και τη συμπεριφορά και δράση τους μέσα σε αυτό (Σκαλτσά, 1999). Συγκεκριμένα, ένας από τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσει και να διαμορφώσει την συμπεριφορά των επισκεπτών του μουσείου είναι η εθνικότητα αυτών και η πολιτισμική κουλτούρα τους. Οι ευρωπαίοι για παράδειγμα, διαπιστώνεται ότι δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον για τις τέχνες και τους μουσειακούς χώρους σε σχέση με τους Αμερικανούς (Finola, Fraser, Ozbilgin, 2004). Το γεγονός αυτό, μπορεί να οφείλεται στο ότι οι ευρωπαίοι παρουσιάζουν πλουσιότερη πολιτιστική παράδοση σε σχέση με τους Αμερικανούς. Αυτή η παράδοση και η ιστορία θεωρείται ότι, επηρεάζει τη στάση, τη συμπεριφορά, τα ενδιαφέροντα των ευρωπαίων, επισκεπτών.

Επίσης, η συμπεριφορά των περιηγητών σε κάποιο μουσείο μπορεί να είναι αποτέλεσμα των κοινωνικών καταβολών του. Οι κοινωνικές τάξεις, φαίνεται να επηρεάζουν την γενικότερη στάση και συμπεριφορά των ατόμων σε όλες τις δράσεις της ζωής τους (Finola, Fraser, Ozbilgin, 2004). Έρευνες που πραγματοποιήθηκαν αναφορικά με την συμπεριφορά των επισκεπτών στους μουσειακούς χώρους, διαπίστωσαν ότι τα άτομα που επισκέπτονται μουσεία ιστορικού ενδιαφέροντος ή τέχνης και άλλων επιστημών, προέρχονται ως επί το πλείστον από την μεσαία και ανώτερη κοινωνική τάξη (Σαλτσά, 1999). Ακόμη, η ανθρώπινη συμπεριφορά κατά την διαδικασία της περιήγησης αλλά και μετά το πέρας αυτής, εξαρτάται και από την ηλικία των επισκεπτών (Σαλτσά, 1999). Το φιλικό και κοινωνικό περιβάλλον, μπορεί να καθορίσει την συμπεριφορά των επισκεπτών των μουσείων. Σύμφωνα με έρευνες της McManus (1992), οι άνθρωποι τείνουν να συμπεριφέρονται ανάλογα της κοινωνικής ομάδας στην οποία ανήκουν. Κατηγοριοποίησε τους επισκέπτες των μουσείων σε τέσσερις βασικές ομάδες συμπεριφοράς με βάση το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο ανήκουν. Στην πρώτη ομάδα εντάσσει τους μοναχικούς επισκέπτες, των οποίων η περιήγηση είναι σύντομη. Στην δεύτερη ομάδα τοποθετεί τα ζευγάρια, τα

οποία υποστηρίζει πως συμπεριφέρονται ως «ξένοι» κατά την περιήγησή τους στο μουσειακό χώρο. Δεν συζητούν σχεδόν καθόλου μεταξύ τους, ενώ έχουν την τάση να μην ασχολούνται με τα αλληλεπιδραστικά εκθέματα. Στην τρίτη ομάδα, ανήκουν οι ενήλικες επισκέπτες, οι οποίοι ασχολούνται σχετικά λίγο με τις εκθέσεις απ' ότι οι άλλες ομάδες. Στην τελευταία ομάδα, τοποθετούνται οι ομάδες που περιλαμβάνουν παιδιά και αποτελεί την πολυπληθέστερη ομάδα επισκεπτών των μουσείων. Οι επισκέπτες της ομάδας αυτής, αλληλεπιδρούν με τα εκθέματα, αφιερώνοντας χρόνο σε αυτά, ενώ συζητούν μεταξύ τους τα όσα βλέπουν.

Επιπρόσθετα, διαπιστώνεται πως η συμπεριφορά των επισκεπτών επηρεάζεται από την διάταξη των εκθεμάτων και την ευκολία πρόσβασής τους σε αυτά. Ένα από τα προβλήματα ιδιαίτερα στα μεγάλα μουσεία, είναι συνωστισμός, ο οποίος προκαλεί ορισμένες φορές ταραχή, άγχος και ματαίωση. Πολλοί δυσφορούν, διότι δεν μπορούν να περιηγηθούν άνετα, εκνευρίζονται και τελικά εγκαταλείπουν. Οι εκθέσεις λοιπόν, θα ήταν χρήσιμο να σχεδιάζονται και να αξιολογούνται αναφορικά με τον διαθέσιμο χώρο και τον αριθμό επισκεπτών που μπορούν να περιηγηθούν σε αυτές.

Πολλοί άνθρωποι έρχονται στο μουσείο ως μέλη μίας οργανωμένης ομάδας και οι επιθυμίες τους καθορίζονται και επηρεάζονται από αυτές της υπόλοιπης ομάδας. Ανάλογα επηρεάζεται και η συμπεριφορά τους. Φαίνεται, πως σημαντικό ποσοστό επισκεπτών είναι οικογένειες με παιδιά, οργανωμένες ομάδες ενηλίκων και σχολικές ομάδες. Ιδιαίτερα, για τα παιδιά οι σχεδιαστές των εκθέσεων είναι σκόπιμο να τις προσαρμόσουν αναλόγως. Ακόμη, αναφορικά με την συμπεριφορά των παιδιών εντός του μουσειακού χώρου, φαίνεται να επηρεάζεται και να καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό, από τον τρόπο που προσλαμβάνουν όσα παρατηρούν και το κατά πόσο θελκτικά είναι. Θα μπορούσαν ίσως, τα εκθέματα να βρίσκονται σε ύψος ικανό να τα δει ένα παιδί, ενώ τα κείμενα πρέπει να γίνονται κατανοητά από μικρούς και μεγάλους.

Ο Falk και οι συνεργάτες του υποστήριξαν ότι, παρατηρούνται τρεις «τυπικές» συμπεριφορές επισκεπτών (Falk, 1991· Falk, Koran, Dierking & Dreblow, 1985). Η συμπεριφορά όσων επισκέπτονται περιστασιακά ή για πρώτη φορά κάποιο μουσειακό χώρο, φαίνεται να διακρίνεται από καχυποψία. Δυσκολεύονται να συγκεντρωθούν στην αρχή, έπειτα από μερικά λεπτά όμως, ξεκινούν την προσεκτική παρατήρηση των εκθεμάτων. Εξετάζουν τα μουσειακά αντικείμενα, χωρίς ωστόσο

αυτό να προσδιορίζει απόλυτα το προσωπικό τους ενδιαφέρον. Επιπρόσθετα, οι επισκέπτες αυτής της ομάδας, φαίνεται ότι δεν παρακολουθούν όλα τα εκθέματα με συνέπεια και προσοχή, παρά μόνο όσα τους κεντρίζουν το ενδιαφέρον. Τέλος οι επισκέπτες αυτοί, φαίνεται ότι νοιώθουν κούραση και ατονία κατά την μουσειακή περιήγηση. Κατά την αποχώρησή τους, το ενδιαφέρον τους μετατοπίζεται από τα αντικείμενα στους ανθρώπους, αναζητώντας τρόπους να απομακρυνθούν από τον χώρο. Η συμπεριφορά από την άλλη, αυτών που επισκέπτονται σε τακτά χρονικά διαστήματα τα μουσεία είναι στερεοτυπική, ακολουθώντας ίδιες ρουτίνες κατά την διάρκεια της μουσειακής εμπειρίας. Οι επισκέπτες που συχνάζουν σε μουσειακούς χώρους, διαπιστώνεται ότι αφιερώνουν λιγότερο χρόνο στην περιήγησή τους, απ' ότι άλλοι. Παρατηρούνται δε, ποιοτικές διαφορές, αναφορικά με τον τρόπο που οι τακτικοί επισκέπτες περνούν το χρόνο τους μέσα στο μουσείο. Επίσης, δεν νοιώθουν αναγκασμένοι να δουν όλα τα εκθέματα από την πρώτη φορά, γεγονός που δεν προκαλεί κόπωση και άγχος. Αφιερώνουν τον χρόνο του στα τμήματα του μουσείου που τους ενδιαφέρουν περισσότερο, ενώ έχουν την δυνατότητα αξιοποίηση προηγούμενων μουσειακών εμπειριών, ώστε να αποφύγουν σημεία που δεν τους ενδιαφέρουν (Falk, 1991· Falk, Koran, Dierking & Dreblow, 1985). Τέλος, η συμπεριφορά αυτών που επισκέφθηκαν το μουσείο ως μέλη κάποιας οργανωμένης ομάδας είναι διαφορετική από των υπολοίπων. Είναι πιθανό τα μέλη της ομάδας να έχουν αντικρουόμενα ενδιαφέροντα, γεγονός που προκαλεί εκνευρισμό και κόπωση.

Συνεπώς, η συμπεριφορά των ατόμων που επισκέπτονται κάποιο μουσείο αποτελεί αποτέλεσμα πολλών και διαφορετικών παραγόντων, οι οποίοι συνολικά συνθέτουν και καθορίζουν την μετέπειτα συμπεριφορά και στάση του.

2.8. Η εμπειρία της ψηφιακής μουσειακής περιήγησης

Σε αυτή την ενότητα θα γίνει αναφορά στη συμβολή και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην μουσειακή εμπειρία. Τα μουσεία στη νέα εποχή της τεχνολογίας και του εικονικού κόσμου, φαίνεται ότι διαθέτουν σειρά εργαλείων και εξελιγμένων προγραμμάτων, τα οποία καθιστούν την μουσειακή περιήγηση,

μοναδική εμπειρία. Το διαδίκτυο και οι ηλεκτρονικές σελίδες που διαθέτουν τα περισσότερα μουσεία τόσο του εξωτερικού, όσο και της Ελλάδας δίνουν την δυνατότητα στον εν δυνάμει επισκέπτη να περιηγηθεί σε αυτά, ακόμη και από την ασφάλεια του σπιτιού του. Η υπηρεσία αυτή, φαίνεται ιδιαίτερα υποστηρικτική εν μέσω καταστάσεων κρίσης, όπως αυτή που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα σήμερα, λόγω την υγειονομικής κατάστασης που προκάλεσε ο νέος κορονοϊός, covid-19. Συνεπώς, η τεχνολογία επιτρέπει στα άτομα να περιηγηθούν σε μουσεία ανά τον κόσμο, θαυμάζοντας τις συλλογές τους, χωρίς την φυσική τους παρουσία σε αυτά.

Τέτοιες εφαρμογές, δίνουν την δυνατότητα σε σχολεία αλλά και άλλες δομές εκπαίδευσης να οργανώσουν εύκολα και γρήγορα μια περιήγηση, με την βοήθεια της τεχνολογίας σε σημαντικούς μουσειακούς χώρους, θαυμάζοντας εκθέματα που σε άλλη περίπτωση δεν θα είχαν την δυνατότητα. Επιπρόσθετα, οι εφαρμογές αυτές μπορούν να αξιοποιηθούν από οικογένειες, αλλά και ενήλικες, σπουδαστές και κάθε άτομο με σχετικά ενδιαφέροντα. Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό, η ενέργεια του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων, μέσω της οποίας έδωσε την δυνατότητα σε όλους τους μαθητές και τις οικογένειες αυτών να περιηγηθούν εικονικά σε δεκάδες μουσεία ανά τον κόσμο, θαυμάζοντας αριστουργήματα, για όσο διάστημα ήταν κλειστά τα σχολεία λόγω της υγειονομικής κρίσης. Ενδεικτικά, αναφέρεται η εικονική περιήγηση στο μουσείο του Λούβρου σε συγκεκριμένες συλλογές του, καθώς και στο Μουσείο της Ακρόπολης, το Βυζαντινό Μουσείο, το Αρχαιολογικό Μουσείο Αθηνών και άλλα. Επιπρόσθετα, το Museum of Modern Art στη Νέα Υόρκη, διαθέτει ψηφιοποιημένο υλικό, με 61.000 περίπου εκθέματα από τα 200.000 που έχει στη συλλογή του.

Ακόμη, υπάρχει η δυνατότητα σε πολλά μουσεία να χρησιμοποιηθούν από τους επισκέπτες, σύγχρονες εφαρμογές που έχουν σχεδιαστεί για χρήση παράλληλα με την φυσική περιήγηση στα μουσειακά εκθέματα, εμπλουτίζοντας έτσι την περιήγηση και παρέχοντας την ευκαιρία ενεργητικής αλληλεπίδρασης. Για παράδειγμα, μία τέτοια εφαρμογή η οποία έχει χαρακτηριστικά παιχνιδιού, είναι το κυνήγι ιστοριών που έχει σχεδιαστεί για το Εθνικό Πάρκο των Τζουμέρκων. Η εφαρμογή αυτή δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη, να συλλέξει όσους περισσότερους πόντους μπορεί συσχετίζοντας επεισόδια από τρεις διαφορετικές ιστορίες με τα σημεία στα οποία έλαβαν χώρα. Ο επισκέπτης καλείται να αναζητήσει την συγκεκριμένη τοποθεσία, ψάχνοντας παράλληλα να βρει την ετικέτα QR, στην

οποία θα διαβάσει χρήσιμες πληροφορίες για την τοποθεσία. Στην συνέχεια, σκανάροντας την ετικέτα με το κινητό του, θα μπει στην εφαρμογή και θα έχει διαθέσιμα όλα τα στοιχεία που χρειάζεται.

Συνεπώς, οι ψηφιακές τεχνολογίες παρέχουν στους επισκέπτες του μουσείου ένα πλούσιο ρεπερτόριο εργαλείων και υπηρεσιών που μετατρέπουν την μουσειακή περιήγηση σε ανεπανάληπτη εμπειρία. Η ενεργητική συμμετοχή των επισκεπτών και η βιωματική αλληλεπίδραση με τα μουσειακά εκθέματα, καθιστούν τους χρήστες πραγματικούς κοινωνούς νέων εμπειριών, οι οποίες τους ενδυναμώνουν πολιτιστικά και κοινωνικά (Fischer, 2009).

Αξίζει να αναφερθεί, πως στην Ελλάδα το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης στην Αθήνα ήταν το πρώτο μουσείο που στην δεκαετία του '90, δημιούργησε την πρώτη βάση δεδομένων, με όλες τις μόνιμες συλλογές του (Παπαδημητρίου, 2007). Επίσης, το παρόν μουσείο, ήδη από το 2005 αξιοποιεί το σύστημα συλλογών «*The Museum System- Light*, ενώ η τεκμηρίωση πραγματοποιήθηκε και στα ελληνικά και στα αγγλικά ώστε να είναι προσβάσιμο σε μεγάλη μερίδα του κοινού (Παπαδημητρίου, 2007).

Σε κάθε περίπτωση, οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία και στην επιστήμη βοήθησαν πολύ στην ανάπτυξη και την εξωστρέφεια των σύγχρονων μουσειακών χώρων, επιτρέποντας την προσέγγισή τους από πολλές και διαφορετικές κοινωνικές ομάδες. Οι νέες τεχνολογίες, έδωσαν την δυνατότητα στον επισκέπτη, όχι μόνο να εμπλουτίσει με τρόπο ευχάριστο και διασκεδαστικό τις γνώσεις του, αλλά να γίνει κοινωνός μίας πραγματικά ξεχωριστής εμπειρίας.

2.9. Συμπεράσματα

Συμπερασματικά, η έρευνα της έννοιας του μουσείου είναι σημαντική για το παρόν και για το μέλλον όσο εξελίσσεται σε πολυδιάστατο , πολιτισμικό όργανο. Σαν ανθρωποκεντρικός οργανισμός , εξετάζει περισσότερο στον ίδιο τον επισκέπτη και τις ανάγκες του ώστε να τον βοηθήσει να επαναδιαμορφώσει την ιδέα του μουσείου στο μυαλό του ως έναν οργανισμό ψυχαγωγίας και μάθησης δίχως να τον εξαντλεί και να τον δυσανασχετεί. Διαφυλάσσοντας την πολιτιστική κληρονομία , παίζει συνάμα

ρόλο καταλύτη όσον αφορά την έκθεση και την ερμηνεία των εκθεμάτων που όμως θα ήταν εξίσου πρέπον να καλλιεργούν συναισθήματα στους επισκέπτες εφόσον είναι άρρητα συνδεδεμένα με το παρελθόν και την ιστορία της Ελλάδας. Μέσω τη ψηφιακής και παραδοσιακής περιήγησης , ο μουσειακός χώρος δίνει την δυνατότητα σε επισκέπτες ανεξαρτήτως ηλικίας να επιμορφωθούν σε συνεργασία με ένα ευρύ φάσμα τεχνολογίας προσελκύοντας τους στο χώρο, δίχως αυτό να σημαίνει πως η πρώτη επίσκεψη θα είναι και η μοναδική. Στόχος των μουσείων είναι να παροτρύνει τους ανθρώπους να αγαπήσουν τα εκθέματα , επιθυμώντας να το ξαναεπισκεφθούν με μια νέα οπτική γωνία κάθε φορά και όχι μηχανικά καθιστώντας το μουσείο ως χώρο δια βίου μάθησης και αλληλεπίδρασης ανθρώπων- αντικείμενων. Ένας επιπλέον στόχος του μουσείου είναι μέσω των συλλόγων του και των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που οργανώνει να ενδυναμώσει την κριτική σκέψη του κόσμου , να προβληματίσει , να προκαλέσει περιέργεια και να ευαισθητοποιήσει τους επισκέπτες.

Κεφάλαιο 3. Συζήτηση Αποτελεσμάτων

3.1 Εισαγωγή

Η εμπειρία της μουσειακής επίσκεψης αποτελεί ερευνητικό αντικείμενο, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον κατά τα τελευταία χρόνια (Μπούνια, 2015). Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιείται συνήθως σε τέτοιου είδους έρευνες είναι οι ατομικές, ημί- δομημένες συνεντεύξεις και τα ερωτηματολόγια. Ο Merriman (1999) διέκρινε δύο προσεγγίσεις στις έρευνες κοινού, την ψυχολογική και την πολιτιστική. Κατά τις έρευνες, οι οποίες προσεγγίζουν σχετικά ζητήματα μέσω της ψυχολογικής προσέγγισης, εξετάζεται η εμπειρία της μουσειακής επίσκεψης ως μια ανάγκη και επιθυμία, δημιουργικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου και διερευνώνται τρόποι που μπορούν να συμβάλουν στην βελτίωση της εμπειρίας αυτής. Σε έρευνες με πολιτιστική προσέγγιση το ενδιαφέρον των ερευνητών στρέφεται στο κοινωνικό προφίλ των επισκεπτών και μελετάται η επισκεψιμότητα διαφόρων κοινωνικών ομάδων εντός του γενικότερου κοινωνικοοικονομικού πλαισίου

3.2.Μεθοδολογία – Προφίλ έρευνας

Το ερώτημα, που απασχολεί την συγκεκριμένη εργασία, αφορά στην αναζήτηση των συμπεριφορών που έχουν οι επισκέπτες κατά την μουσειακή περιήγηση και την αλληλεπίδραση με τα εκθέματα του μουσειακού χώρου. Τα συναισθήματά τους, τις ιδέες τους, τις αντιλήψεις τους, τους στόχους και τις προσδοκίες πριν αλλά και κατά τη διάρκεια της μουσειακής εμπειρίας. Η αναζήτηση σχετικών μελετών, οδήγησε στην αναζήτηση βιβλιογραφικών πηγών που αναλύουν και παρουσιάζουν κριτικά το υπό διερεύνηση θέμα. Ως εκ τούτου, ως καταλληλότερη μεθοδολογική προσέγγιση επιλέχθηκε η κριτική βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Η αναζήτηση σχετικών επιστημονικών άρθρων και μελετών πραγματοποιήθηκε σε βάσεις δεδομένων όπως οι, ERIC, Scholar, EΤΠΕ, ενώ εντοπίστηκαν 10 σχετικές εργασίες. Από αυτές, επιλέχθηκαν οι πιο πρόσφορες, 7 στο σύνολο με την έννοια ότι είχαν εκτενή και λεπτομερή περιγραφή των συμπεριφορών που αναπτύσσουν οι επισκέπτες κατά την μουσειακή περιήγηση, αλλά και ζητήματα που αφορούσαν τις νέες τεχνολογίες, εκπαιδευτικά προγράμματα και μουσειακές υπηρεσίες. Στις περισσότερες από αυτές τις εργασίες περιγράφονται εκπαιδευτικά προγράμματα εντός των μουσειακών χώρων, τα οποία αξιοποιούν τις νέες τεχνολογίες καθώς, και αξιολογήσεις επισκεπτών μετά το πέρας της επίσκεψής τους. Οι εργασίες περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία της παρούσας εργασίας, ενώ η λεπτομερής τους περιγραφή δεν είναι εφικτή λόγω των περιορισμών του χώρου. Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν οι εξής άξονες: συμπεριφορά επισκεπτών, συναισθήματα, προσδοκίες, εμπειρία, επισκεψιμότητα σε μουσεία, ανάγκες επισκεπτών κατά την μουσειακή περιήγηση, μουσειακή εμπειρία. Αναλύονται επίσης και ανεξάρτητες μεταβλητές ως κίνητρα επίσκεψης και συγκεκριμένα, το φύλο, η ηλικία, η κοινωνική ομάδα.

3.3. Αποτελέσματα ανασκοπημένων ερευνών

Όπως προκύπτει από τις ανασκοπημένες έρευνες οι περισσότεροι επισκέπτες των μουσείων, προσέρχονται σε αυτά χωρίς να έχουν συγκεκριμένες επιθυμίες , ενώ αρκετοί τα επισκέπτονται για πρώτη φορά. Κάθε επισκέπτης συμπεριφέρεται διαφορετικά, και αντιλαμβάνεται την μουσειακή εμπειρία με βάση τις γνώσεις και την κουλτούρα του. Οι εμπειρίες είναι προσωπικές και αφορούν ξεκάθαρα το άτομο το οποίο τις δέχεται σε σωματικό , συναισθηματικό και πνευματικό επίπεδο. Οπότε δύο άνθρωποι είναι αδύνατον να έχουν την ίδια εμπειρία, ακόμα και εάν τους συνέβηκε ταυτόχρονα καθώς οι εμπειρίες προκύπτουν από την αλληλεπίδραση με το αντικείμενο ή το γεγονός και την ψυχική κατάσταση του ατόμου. (Pine & Gilmore, 1999) Συνεπώς, ίσως θα ήταν εύλογο οι συλλογές να σχεδιάζονται σε πολλαπλά επίπεδα ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες κάθε επισκέπτη.

Ορισμένοι εκ των επισκεπτών δεν γνωρίζουν τι ακριβώς θα ήθελαν να βιώσουν κατά την μουσειακή περιήγηση, ενώ πολλοί δεν γνωρίζουν την συμπεριφορά που πρέπει να επιδείξουν. Ωστόσο, συχνά τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών είναι γενικά, και αφορούν τη διασκέδαση ή την ψυχαγωγία τους. Ωστόσο, οι μουσειακοί χώροι εκτός από το κομμάτι της ψυχαγωγίας, υπάρχει και το κομμάτι της μάθησης. Συνεπώς, θα ήταν σκόπιμο οι υπεύθυνοι του μουσείου να επανασχεδιάσουν τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες θα μπορέσουν να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους κατά την περιήγηση. Η ενέργεια αυτή, αναμένεται να προσδώσει μεγαλύτερο ενδιαφέρον στα μουσειακά αντικείμενα και την συνολικότερη εμπειρία, ωθώντας τους επισκέπτες σε συμπεριφορές που υποστηρίζουν την αλληλεπίδραση επισκέπτη-εκθέματος. Διαδραστικά εργαστήρια, κείμενα με ερωτωαπαντήσεις είναι δυνατό μα παρατείνουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών.

Η εμπειρία της επίσκεψης στο μουσείο έτσι όπως την αντιλαμβάνεται ο επισκέπτης είναι πολυδιάστατη. Οι Falk & Dierking (1992), δημιούργησαν και πρότειναν ένα διαδραστικό- συμμετοχικό μοντέλο της μουσειακής εμπειρίας. Σύμφωνα με αυτό υπάρχουν τρία γενικά πλαίσια που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και

χρειάζεται να τα έχει υπόψη ο επιμελητής για τον λόγο ότι επηρεάζουν άμεσα την εμπειρία του επισκέπτη , το είδος μάθησης , την συμπεριφορά ,την αλλαγή στάσης του , την εντύπωση που αποκτά από τις συλλογές καθώς και την εκτίμηση τους. Τα πλαίσια είναι τα εξής;

1. Η προσωπική διάσταση , δηλαδή τον επισκέπτη και τα βιώματα του, τις αντιλήψεις , τα κίνητρα , την προσωπικότητα , την ψυχολογία του , τις κεκτημένες γνώσεις , τα ενδιαφέροντα, στάσεις , εμπειρίες καθώς και την ηλικία του κάθε επισκέπτη.
2. Η φυσική διάσταση, δηλαδή τον μουσειακό χώρο , την αρχιτεκτονική, την έμπνευση που προκαλεί το κτίριο σε κάθε επισκέπτη , τα φυσικά χαρακτηριστικά των αντικείμενων ακόμη και σωματική κούραση του επισκέπτη.
3. Η κοινωνική διάσταση, δηλαδή το κοινωνικό πλαίσιο της επίσκεψης, η σχέση με τους άλλους επισκέπτες και τα άτομα που δουλεύουν εκεί.

Η κάθε μία από τις παραπάνω διαστάσεις παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο που θα αντιμετωπίσει ο επισκέπτης την μουσειακή επίσκεψη. Για παράδειγμα, σημαντικό ρόλο για μία οικογένεια έχει η κοινωνική διάσταση. Στόχος, του μοντέλου ήταν η κατανόηση και ερμηνεία της μουσειακής εμπειρίας από την πλευρά των επισκεπτών και η διερεύνηση των κινήτρων που τους ωθούν στην πραγματοποίηση της επίσκεψης. Επίσης, το μοντέλο αυτό έδινε την δυνατότητα άντλησης πληροφοριών αναφορικά με τις προσδοκίες των επισκεπτών, τις ανάγκες και τις αντιλήψεις τους. Τα κίνητρα ωστόσο, και οι προσδοκίες του επισκέπτη φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά την ποιότητα της μουσειακής εμπειρίας (Black, 2009).

Σύμφωνα με μια έρευνα η οποία διεξάχθηκε από την Βασιλική Δασκαλάκη του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου στην Θεσσαλονίκη (2018) δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο για το Αρχαιολογικό Μουσείο και το Κέντρο διάδοσης επιστημών και μουσείο τεχνολογίας ‘Νόησις’ . Οι επισκέπτες κλήθηκαν να απαντήσουν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert όπου 1=Διαφωνώ απόλυτα, 2=Διαφωνώ, 3=ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ, 4=Συμφωνώ, 5= Συμφωνώ απόλυτα. Οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ήταν : τα απτά στοιχεία, αξιοπιστία, η απόκριση, η διασφάλιση, η κατανόηση, η ικανοποίηση και η συμπεριφορά. Στο δεύτερο μέρος, με την ίδια

πενταβάθμια κλίμακα Likert ρωτήθηκαν οι επισκέπτες εάν έμειναν ικανοποιημένοι μετά την επίσκεψη τους, οι επιλογές ήταν: 1=καθόλου ικανοποιημένος/η, 2=λίγο ικανοποιημένος/η, 3=αρκετά ικανοποιημένος/η και 4=πολύ ικανοποιημένος/η. Στο τρίτο μέρος υπήρχαν έξι ερωτήσεις στις οποίες τέθηκε το ερώτημα κατά πόσο ο επισκέπτης είχε την πρόθεση να επαναεπισκεφτεί το μουσείο. Χρησιμοποιήθηκε το ερευνητικό εργαλείο των Zeithmal, Berry και Parasuraman (1996) που συνδέει δεκατρείς μεταβλητές σε πέντε διαστάσεις. Ο επισκέπτης συμπλήρωνε μια πενταβάθμια κλίμακα Likert όσον αφορά εάν συμφωνεί ή διαφωνεί. Το τέταρτο μέρος είχε έξι ερωτήσεις όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία και κληθήκαν να απαντήσουν 42 άνθρωποι.

Οι έρευνες διεξήχθησαν στο Αρχαιολογικό μουσείο Θεσσαλονίκης από τις 23-28 Οκτώβριου του 2017 και στο Νόησις από 4 και 5 Νοεμβρίου άλλα και 11 Νοεμβρίου του 2017 αντίστοιχα. Στόχος ήταν η συμπλήρωση 300 ερωτηματολογίων από κάθε ίδρυμα ενώ η καταμέτρηση τους γινόταν στο τέλος της ημέρας. Τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν τα ερωτηματολόγια σε ελληνική και αγγλική γλώσσα, 50 στύλο, και 30 clipboards. Ο χρόνος συμπλήρωσης διέφερε από 5-10 λεπτά. Εμφανίστηκαν 796 άτομα από τους οποίους οι 164 δεν ήθελαν να συμμετάσχουν ενώ οι 632 το συμπλήρωσαν από αυτούς, οι 320 ήταν επισκέπτες του Αρχαιολογικού μουσείου Θεσσαλονίκης και οι 312 του Κέντρου διάδοσης επιστήμων και μουσείου τεχνολογίας Νόησις. Στατιστικά αυτό μεταφράζεται σε 50,6% για το Αρχαιολογικό μουσείο και 49,3 % για το Νόησις. Και από τα δύο ιδρύματα το 51,1% ήταν άντρες και το 48,9% ήταν γυναίκες.

Ηλικιακά αφορούσε :

- Από 16-24 ετών το ποσοστό ήταν 13,1%
- Από 25-34 ετών το ποσοστό ήταν 18,4%
- Από 35-44 ετών το ποσοστό ήταν 29,3%
- Από 45-54 ετών το ποσοστό ήταν 19,3%
- Από 55-64 ετών το ποσοστό ήταν 55-64%
- Από 65> ετών το ποσοστό ήταν 9,8%

Τα ποσοστά της εκπαίδευσης των επισκεπτών ήταν τα εξής :

- Απόφοιτοι γυμνασίου/λυκείου το ποσοστό ήταν 10.0%
- Φοιτητές το ποσοστό ήταν 11.1%
- Απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ το ποσοστό ήταν 39.4%
- Κάτοχοι μεταπτυχιακού / Διδακτορικού το ποσοστό ήταν 33.9%
- Άλλοι το ποσοστό ήταν 5.7%

Τα ποσοστά που αφορούσαν την δουλειά των επισκεπτών ήταν τα εξής :

- Ιδιωτικοί υπάλληλοι ήταν 31.8%
- Δημόσιοι υπάλληλοι ήταν 15,5%
- Ελεύθεροι επαγγελματίες ήταν 21,7%
- Συνταξιούχοι ήταν 13,3%
- Φοιτητές ήταν 11,6%
- Άνεργοι ήταν 6.0%
- Άλλο 0.2%

Χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο SERVPERF(Service Performance) το οποίο χρησιμοποιείται ως εργαλείο που καταγράφει την ποιότητα. Αυτό το μοντέλο το είχαν προτείνει και δημιουργήσει οι καθηγητές Cronin & Taylor επειδή πίστευαν ότι η άποψη του επισκέπτη είναι ικανή να ορίσει την ποιότητα του κάθε τομέα. Το μοντέλο SERVPERF είχε να κάνει με τις επιθυμίες του πελάτη σε σχέση με την ποιότητα της υπηρεσίας οι οποίες μπορεί να σχηματίζονται ή από τα μηνύματα που προωθεί η εταιρία στους πελάτες ή από δεδομένα που συναθροίζει από τα άτομα που απαρτίζουν το προσωπικό ή κοινωνικό περιβάλλον. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Cronin & Taylor (1992) σε τέσσερις κλάδους οι οποίοι ήταν διαφορετικοί μεταξύ τους αλλά ήταν επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών απέδειξε ότι τα συμπεράσματα του μοντέλου SERVPERF ήταν πιο επαρκή σε σχέση

με τα συμπεράσματα από το αντίστοιχο μοντέλο SERVQUAL ως προς τον ορισμό της ποιότητας και ως προς τις έγκυρες προβλέψεις των σκοπών που έχει ο κάθε καταναλωτής (Αυλωνίτης, Γουνάρης, Τσιότσου 2016). Το μοντέλο SERVPERF λοιπόν είχε τις εξής διαστάσεις:

- Υποδομές (tangibles) δηλαδή κτίριο με πλήρες εξοπλισμό, αντικείμενα που εξυπηρετούν την επικοινωνία με τους πελάτες και φυσικές προδιαγραφές.
- Αξιοπιστία (reliability) δηλαδή η υπηρεσία να είναι ικανή να εκτελεί με ορθότητα και αξιοπιστία τις απαιτήσεις που έχουν οι πελάτες.
- Ανταπόκριση (responsiveness) δηλαδή να υπάρχει πάντοτε γρήγορη εξυπηρέτηση και ανταπόκριση στις ερωτήσεις του πελάτη.
- Διασφάλιση (assurance) δηλαδή οι εργαζόμενοι να αποπνέουν σιγουριά και αυτοπεποίθηση καθώς και να γνωρίζουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τα θέματα της υπηρεσίας.
- Ενσυναίσθηση (empathy) η απαραίτητη προσοχή για κάθε πελάτη ξεχωριστά καθώς και η υπηρεσία χρειάζεται να φροντίζει για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για κάθε περίπτωση.

Για όλες τις διαστάσεις υπάρχουν ερωτήσεις στις οποίες υπάρχει αξιολόγηση από μια κλίμακα Likert. Το μοντέλο SERVQUAL διαχειρίζεται 44 στοιχεία σχετικά με τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις. Από την άλλη πλευρά το μοντέλο SERVPERF προτείνει τα 22 τα οποία σχετίζονται μονό με την καταμέτρηση της ποιότητας της κάθε υπηρεσίας (Cronin και Taylor , 1992)

Στην έρευνα το πρώτο ερώτημα αφορούσε τις πέντε διαστάσεις του μοντέλου SERVPERF όσο αφορά την ικανοποίηση. Υπήρχε μία μέτρια θετική συσχέτιση ενώ εξετάστηκε το μοντέλο για το εάν επηρεάζει την γνώμη των επισκεπτών, δηλαδή εάν καλλιεργούνται συναισθήματα ικανοποίησης ή δυσαρέσκειας. Το δεύτερο ερώτημα αφορούσε την μελλοντική συμπεριφορά των επισκεπτών δηλαδή εάν οι ερωτώμενοι ήθελαν να ξαναεπισκεφθούν το μουσείο. Υπήρχε εξίσου μέτρια θετική συσχέτιση όσον αφορά τις διαστάσεις. Το δεύτερο ερώτημα είναι στενά συνδεδεμένο με το πρώτο εφόσον η ικανοποίηση από την καλή ποιότητα των υπηρεσιών θα ωθήσει περισσότερους επισκέπτες να θελήσουν να ξαναεπισκεφθούν. Το τρίτο ερώτημα εξετάζει τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών και παρατηρείται εξίσου μια σύνδεση μεταξύ ικανοποίησης και μελλοντικής συμπεριφοράς σύμφωνα με το

επάγγελμα, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο όπως και ο τόπος διαμονής. Το τελευταίο ερώτημα είχε να κάνει με το είδος του μουσείου καθώς παρουσιάστηκε πως το Νόησις είχε καλύτερη βαθμολογία από το Αρχαιολογικό μουσείο όσον αφορά τα απτά στοιχεία, την απόκριση και την αξιοπιστία. Αυτό συνέβαινε διότι το Νόησις είχε πιο διαδραστικές και ευχάριστες εκθέσεις όπου έλαβαν χώρα διάφορα πειράματα και εφαρμογές που το καθιστούσε μια πρωτόγνωρη εμπειρία για τους επισκέπτες. Ακόμη το Νόησις διέθετε χώρους ξεκούρασης και στάθμευσης και gift shops σε αντίθεση με το Αρχαιολογικό μουσείο. Αυτός ο παράγοντας βοήθησε το Μουσείο τεχνολογίας να εκτοξευτεί όσον αφορά την αξιολόγηση. Μια επιπλέον αντίθεση ήταν η ηλικία των επισκεπτών, εφόσον στο Αρχαιολογικό μουσείο οι ηλικίες των επισκεπτών κυμαίνονταν από 45 μέχρι 60+ ετών ενώ στο Νόησις κυμαίνονταν από 25-44 ετών. Εκτός αυτού, το 1.6% είχε ηλικία 65+ ετών.

Αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός πως από τους 632 επισκέπτες οι 533 είχαν πτυχίο ανώτατης εκπαίδευσης. Αυτό σήμαινε πως οι επισκέπτες με πτυχίο, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό είχαν πιο πολλές ευκαιρίες και κινητήριες δυνάμεις που τους ωθούσαν για περισσότερη γνώση. Εφόσον το πανεπιστήμιο διευρύνει τους ορίζοντες των ανθρώπων και τους παρέχει πιο πολλά ερεθίσματα για το μέλλον. Ακόμη από τα δημογραφικά στοιχεία προκύπτει πως οι ξένοι προτίμησαν το Αρχαιολογικό μουσείο διότι όσον αφορά την τεχνολογία ήταν εξοικειωμένοι περισσότερο μέσω των χωρών τους. Ενώ η Ελλάδα παρέχει πλούσια αρχαιολογικά ευρήματα που τους παρέπεμπε στην ιστορία της χώρας, κάτι που τους ήταν πρωτόγνωρο. Παρακάτω επισυνάπτονται αναλυτικά τα ερωτηματολόγια σε ελληνική καθώς και σε αγγλική γλώσσα.

		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
ΑΠΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ						
1.1	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης χρησιμοποιεί σύγχρονο εξοπλισμό	1	2	3	4	5
1.2	Οι κτιριακές εγκαταστάσεις του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης είναι οπτικά ελκυστικές	1	2	3	4	5
1.3	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης είναι καλοντυμένοι	1	2	3	4	5
1.4	Η εμφάνιση των κτιριακών εγκαταστάσεων του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης είναι σχετική με τον τύπο υπηρεσιών που προσφέρονται	1	2	3	4	5
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ						
1.5	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης όταν προγραμματίζει μια δράση, την πραγματοποιεί.	1	2	3	4	5
1.6	Σε περίπτωση προβλήματος, το προσωπικό του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης δείχνει κατανόηση και είναι καθησυχαστικό.	1	2	3	4	5
1.7	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης είναι αξιόπιστο	1	2	3	4	5
1.8	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης παρέχει τις υπηρεσίες του στον προγραμματισμένο χρόνο	1	2	3	4	5

		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
ΑΠΟΚΡΙΣΗ						
1.9	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης ενημερώνει τους επισκέπτες πότε ακριβώς θα πραγματοποιηθούν οι δράσεις του	1	2	3	4	5
1.10	Οι επισκέπτες λαμβάνουν γρήγορες / άμεσες υπηρεσίες από τους εργαζόμενους του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης	1	2	3	4	5
1.11	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης είναι πάντα πρόθυμοι να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες	1	2	3	4	5
1.12	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης αφιερώνουν χρόνο στους επισκέπτες	1	2	3	4	5
ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ						
1.13	Οι επισκέπτες μπορούν να εμπιστευτούν τους εργαζόμενους του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης	1	2	3	4	5
1.14	Οι επισκέπτες νιώθουν ασφαλείς κατά τη διάρκεια της επίσκεψης στο Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης	1	2	3	4	5
1.15	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης είναι ευγενικοί	1	2	3	4	5
1.16	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης λαμβάνουν την κατάλληλη υποστήριξη από το Μουσείο ούτως ώστε να κάνουν σωστά τη δουλειά τους	1	2	3	4	5

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ						
1.17	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης ασχολείται με τον κάθε επισκέπτη σε ατομική βάση	1	2	3	4	5
1.18	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης ασχολείται προσωπικά με τον κάθε επισκέπτη	1	2	3	4	5
1.19	Οι εργαζόμενοι του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης γνωρίζουν τις ανάγκες των επισκεπτών	1	2	3	4	5
1.20	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης σχεδιάζει τις δράσεις του με βάση τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών	1	2	3	4	5
1.21	Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης έχει κατάλληλες ώρες λειτουργίας	1	2	3	4	5

		Καθόλου ικανοποιημένος/η	Λίγο ικανοποιημένος/η	Αρκετά ικανοποιημένος/η	Πολύ ικανοποιημένος/η	Πάρα πολύ ικανοποιημένος/η
2.1	Χώρος Στάθμευσης	1	2	3	4	5
2.2	Φιλικότητα του προσωπικού υποδοχής	1	2	3	4	5
2.3	Φιλικότητα του προσωπικού του μουσείου	1	2	3	4	5
2.4	Καφετέρια του μουσείου	1	2	3	4	5
2.5	Ποικιλία εκθεμάτων και δραστηριοτήτων	1	2	3	4	5
2.6	Εύκολος εντοπισμός των χώρων για ξεκούραση	1	2	3	4	5
2.7	Ευκολία στην ανάγνωση пинаκίδων	1	2	3	4	5
2.8	Περιεχόμενο пинаκίδων	1	2	3	4	5
2.9	Γενικά από την επίσκεψη μου είμαι	1	2	3	4	5

		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
3.1	Θα συνιστούσα σε φίλους και συγγενείς να επισκεφθούν το Μουσείο	1	2	3	4	5
3.2	Είναι πιθανό να πω καλά λόγια για το Μουσείο	1	2	3	4	5

		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
3.3	Θα προτείνω μια επίσκεψη στο Μουσείο σε ένα φίλο	1	2	3	4	5
3.4	Είναι πιθανό να επισκεφθώ ξανά το Μουσείο στο μέλλον	1	2	3	4	5
3.5	Σκοπεύω να επισκεφθώ πάλι το Μουσείο	1	2	3	4	5
3.6	Η επίσκεψη στο Μουσείο άξιζε τον κόπο	1	2	3	4	5

4. Δημογραφικά Στοιχεία

4.1 Φύλο: Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

4.2 Ηλικία: 16 - 24 ☐ 25 - 34 ☐ 35 - 44 ☐ 45 - 54 ☐ 55 - 64 ☐ 65 > ☐

4.3 Μορφωτικό Επίπεδο:

Απόφοιτος ☐ Φοιτητής ☐ Απόφοιτος ☐ Κάτοχος ☐
Γυμνασίου ☐ ΑΕΙ/ΤΕΙ ☐ Μεταπτυχιακού ☐ Άλλο ☐
/Λυκείου ☐ /Διδακτορικού ☐

4.4 Το Επάγγελμα σας είναι:

Ιδιωτικός ☐ Δημόσιος ☐ Ελεύθερος ☐ Συνταξιούχος ☐ Φοιτητής ☐
Υπάλληλος ☐ Υπάλληλος ☐ Επαγγελματίας ☐

Ανεργος ☐ Άλλο _____

4.5 Ετήσιο Εισόδημα:

Δεν έχω ☐ Κάτω από ☐ 10.001€ ☐ 15.001€ - 20.000€ ☐ 20.001 ☐
εισόδημα ☐ 10.000€ ☐ -15.000€ ☐

4.6 Τόπος Διαμονής: _____

		Strongly Disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly Agree
TANGIBLES						
1.1	The Archaeological Museum of Thessaloniki is using up-to-date equipment	1	2	3	4	5
1.2	The Archaeological Museum of Thessaloniki has visually appealing facilities	1	2	3	4	5
1.3	Employees at the Archaeological Museum of Thessaloniki are well-dressed and neat	1	2	3	4	5
1.4	The Archaeological Museum of Thessaloniki facilities are consistent with service provided	1	2	3	4	5
RELIABILITY						
1.5	When the Archaeological Museum of Thessaloniki, promises to do something by a certain time, it does so.	1	2	3	4	5
1.6	The Archaeological Museum of Thessaloniki is sympathetic and reassuring, when the visitors have problems	1	2	3	4	5
1.7	The Archaeological Museum of Thessaloniki is dependable	1	2	3	4	5
1.8	The Archaeological Museum of Thessaloniki provides services on time	1	2	3	4	5

		Strongly Disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly Agree
RESPONSIVENESS						
1.9	The Archaeological Museum of Thessaloniki informs visitors when services will be performed	1	2	3	4	5
1.10	The visitors of the Archaeological Museum of Thessaloniki, receive prompt service	1	2	3	4	5
1.11	The employees at the Archaeological Museum of Thessaloniki are always willing to help visitors	1	2	3	4	5
1.12	The employees at the Archaeological Museum of Thessaloniki are not too busy not to respond to visitor requests	1	2	3	4	5
ASSURANCE						
1.13	Visitors can trust Museum's employees	1	2	3	4	5
1.14	Visitors can feel safe when they visit the Archaeological Museum of Thessaloniki	1	2	3	4	5
1.15	The employees of the Archaeological Museum of Thessaloniki are polite	1	2	3	4	5
1.16	The employees of the Archaeological Museum of Thessaloniki get appropriate support from the museum to do their jobs well	1	2	3	4	5
EMPATHY						
1.17	The employees of the Archaeological Museum of Thessaloniki give visitors individual attention	1	2	3	4	5
1.18	The employees of the Archaeological Museum of Thessaloniki give visitors personal attention	1	2	3	4	5
1.19	The employees of the Archaeological Museum of Thessaloniki understand its visitors' needs	1	2	3	4	5
1.20	The Archaeological Museum of Thessaloniki has its visitors' best interests at heart	1	2	3	4	5
1.21	The operating hours of the Archaeological Museum of Thessaloniki are convenient	1	2	3	4	5

		Not at all satisfied	Slightly satisfied	Fairly satisfied	Very satisfied	Extremely satisfied
2.1	Parking	1	2	3	4	5
2.2	Friendliness of admissions staff	1	2	3	4	5
2.3	Museum staff friendliness	1	2	3	4	5
2.4	Museum's coffee shop	1	2	3	4	5
2.5	Variety of things to see and do	1	2	3	4	5
2.6	Easy access to rest areas	1	2	3	4	5
2.7	Readability of labels	1	2	3	4	5
2.8	Content of labels	1	2	3	4	5
2.9	By visiting the museum, I am..	1	2	3	4	5

		Strongly Disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly Agree
3.1	I would encourage my friends and relatives to visit this museum	1	2	3	4	5
3.2	I would say positive things about this museum	1	2	3	4	5
3.3	I would recommend this museum to my friends	1	2	3	4	5

		Strongly Disagree	Disagree	Neither agree nor disagree	Agree	Strongly Agree
3.4	If given the opportunity, I would return to this museum	1	2	3	4	5
3.5	I would revisit this museum in the future	1	2	3	4	5
3.6	The visit to this museum was worthwhile	1	2	3	4	5

4. Demographics

4.1 Gender: Male ☐ Female ☐

4.2 Age group: 16 - 24 ☐ 25 - 34 ☐ 35 - 44 ☐ 45 - 54 ☐ 55 - 64 ☐ 65 > ☐

4.3 Level of Education:

Primary school / Secondary school ☐ Student ☐ Bachelor degree ☐ Master or Doctor degree ☐ Other ☐

4.4 Employment Status:

Employee of the private sector ☐ Civil servant ☐ Self employed ☐ Retired ☐ Student ☐

Currently not working ☐ Other _____

4.5 Annual Income:

I have no income ☐ Up to 10.000€ ☐ 10.001€ - 15.000€ ☐ 15.001€ - 20.000€ ☐ 20.001€ > ☐

4.6 Place of Residence: _____

**Thank you very much
for your cooperation!**

Το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (Ε.Κ.Κ.Ε.) το 2000, δημοσίευσε σχετική έρευνα (Κουβέλη), βάση της οποίας διαπιστώνεται η ικανοποίηση των μαθητών από την μουσειακή εμπειρία, διαδικασία η οποία τους μύησε σε νέες γνώσεις και για έναν στους πέντε λειτούργησε ως κίνητρο για την ενασχόληση με το διάβασμα, τη ζωγραφική και λοιπές δραστηριότητες. Αποτέλεσε δηλαδή, μία ευχάριστη εμπειρία την οποία θα ήθελαν να επαναλάβουν (Κουβέλη, 2000).

Ακόμη, σε έρευνα της Πιτσιάβα (2010), οι συμμετέχοντες εξέφρασαν την ικανοποίηση τους από την μουσειακή εμπειρία, συναίσθημα που ενισχύθηκε από την ύπαρξη και χρήση κατά την διαδικασία της περιήγησης οπτικοακουστικών εφαρμογών. Οι συμμετέχοντες στην συγκεκριμένη έρευνα, εστίασαν στον ιδιαίτερα υποστηρικτικό ρόλο που είχαν οι οπτικοακουστικές εφαρμογές στην καλύτερη κατανόηση και την ερμηνεία των εκθεμάτων. Το στοιχείο αυτό, φαίνεται να συμβάλλει ιδιαίτερα στην πρόσληψη της μουσειακής εμπειρίας ως μία ενδιαφέρουσα και συμμετοχική διαδικασία.

Από άλλες έρευνες, διαπιστώνεται πως η συμπεριφορά των επισκεπτών των μουσείων, διαμορφώνεται από διάφορους παράγοντες. Η υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης στάσης και συμπεριφοράς, ξεκινά να διαμορφώνεται πολύ πριν την μουσειακή επίσκεψη και όπως υποστήριξε ο Rosenfeld, (1979), ο λόγος και ο τρόπος που αποφασίζει κάποιος να επισκεφτεί ένα μουσείο, και οι επιμέρους σκέψεις και αντιλήψεις του, φαίνεται να σχετίζονται άμεσα με την μετέπειτα συμπεριφορά του μέσα σε αυτό. Σύμφωνα με τον Falk (1992), πολλοί γονείς θεωρούν ως ισχυρό κίνητρο τη μάθηση και την εκπαίδευση, στοιχεία που τους ωθούν στο να επισκεφθούν κάποιον μουσειακό χώρο. Η συμπεριφορά λοιπόν, που υιοθετούν προσανατολίζεται περισσότερο σε προσεκτική μελέτη των εκθεμάτων, δίνοντας έμφαση σε μαθησιακά προγράμματα, ώστε τα παιδιά τους να αποκτήσουν γνώσεις και εμπειρίες. Ο Falk (1984) προκειμένου να ερμηνεύσει τη συμπεριφορά του επισκέπτη, χρησιμοποιεί μια μεταφορά. Παρομοιάζει το μουσείο με κάποιο εμπορικό κατάστημα και τον επισκέπτη με κάποιον καταναλωτή. Οι καταναλωτές που συμπεριφέρονται με σοβαρότητα και υπευθυνότητα, είναι αυτοί που γνωρίζουν εκ των προτέρων τί ακριβώς επιθυμούν να αγοράσουν. Αντίστοιχα λοιπόν, υπάρχουν επισκέπτες που γνωρίζουν πολύ καλά τί ακριβώς επιθυμούν να δουν κατά την μουσειακή περιήγηση. Αυτοί οι επισκέπτες, αφιερώνουν χρόνο στην παρατήρηση και

επεξεργασία των εκθεμάτων και έχουν ξεκάθαρα κίνητρα, που τους οδήγησαν στο μουσειακό χώρο.

Επιπρόσθετα, υπάρχουν καταναλωτές που απλά «κοιτούν τις βιτρίνες» των καταστημάτων, υιοθετώντας μια αδιάφορη και μηχανιστική συμπεριφορά. Αντίστοιχα, κάποιοι επισκέπτες συμπεριφέρονται ανάλογα, πηγαίνοντας απλά και μηχανικά στο μουσείο. Δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη επιθυμία και ενδιαφέρον προς τα εκθέματα. Αυτού του είδους οι επισκέπτες δεν αφιερώνουν χρόνο μπροστά στα εκθέματα, αλλά βλέπουν όσο το δυνατόν περισσότερα σε λιγότερο χρόνο, επιδεικνύοντας μια διεκπεραιωτική συμπεριφορά και στάση.

Σε έρευνα της Diamond (1979) στο Berkeley και στο Exploratorium στο San Francisco, διαπιστώθηκε πως η συμπεριφορά μιας οικογένειας κατά την μουσειακή περιήγηση επηρεάζεται πολύ από την συμπεριφορά και την στάση των παιδιών. Σύμφωνα με την Diamond (1979), οι περισσότερες οικογένειες δεν αφιερώνουν χρόνο στην ανάγνωση και επεξεργασία των οδηγιών και των βοηθητικών κειμένων μιας έκθεσης. Επιπρόσθετα, συμπέρανε ότι τα παιδιά διακατέχονται από μια έμφυτη περιέργεια που τους ωθεί να περιεργαστούν τα εκθέματα. Επιπλέον τα παιδιά, συμπεριφέρονται αυθόρμητα και αυθεντικά, εντός του μουσειακού χώρου.

Από την άλλη, ο Rosenfeld (1979) σε έρευνα του σε ζωολογικούς κήπους του San Francisco και του Lawrence Hall στο Berkeley, διαπίστωσε πως οι περισσότερες οικογένειες φτάνουν εκεί με ένα πλέγμα προσδοκιών. Επίσης, διαπιστώθηκε πως οι γονείς χρησιμοποιούν ως αφορμή επίσκεψης σε κάποιο μουσείο, τα παιδιά. Θεωρούν για παράδειγμα, ιδιαίτερα σημαντικό να αποκτήσουν τα παιδιά εμπειρίες εντός των μουσειακών χώρων, γεγονός που διασκεδάζει και ευχαριστεί και τις δύο πλευρές. Ο Falk (1985), θεωρεί πως οι οικογένειες που επισκέπτονται τα μουσεία στην Φλόριντα, υιοθετούν σε μεγάλο βαθμό ένα συγκεκριμένο τύπο συμπεριφοράς. Αρχικά διαθέτουν χρόνο ώστε να προσανατολιστούν και να εγκλιματιστούν γενικότερα στο χώρο και έπειτα συνεχίζουν με την μελέτη των εκθέσεων, στις οποίες αφιερώνουν περίπου 40 λεπτά.

Ένας ακόμη τύπος συμπεριφοράς, που παρατηρείται κατά τις οικογενειακές επισκέψεις στα μουσεία, είναι αυτός που οι κοινωνικοί ψυχολόγοι ονομάζουν «μάθηση μέσω της μίμησης». Η συμπεριφορά αυτή, κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική στην ανάπτυξη της ικανότητας να μαθαίνει κανείς μιμούμενος την συμπεριφορά άλλων ατόμων (Bandura & Walters, 1963). Οι οικογένειες συχνά, φαίνεται ότι

παρατηρούν την συμπεριφορά άλλων οικογενειών, προσαρμόζοντας ανάλογα και την δική τους.

Από την άλλη, τα παιδιά ανεξάρτητα από το γονικό ή οικογενειακό πλαίσιο, αντιδρούν και συμπεριφέρονται διαφορετικά κατά την μουσειακή περιήγηση. Συγκεκριμένα οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και συμπεριφορές που μπορεί να αναπτύξει ένα παιδί ως μέλος μιας μεγάλης ομάδας συνομηλίκων διαφέρουν σημαντικά από εκείνες που θα μπορούσε να έχει με τους γονείς του. Έρευνες σε Αμερική και Ινδία (Falk & Balling, 1982), διαπίστωσαν πως τα παιδιά επηρεάζονται αρνητικά από ένα άγνωστο μουσειακό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα αν το μέρος που πηγαίνουν είναι έξω από αυτά που έχουν συνηθίσει, τα παιδιά μπορεί να νιώσουν φόβο, άγχος και να επιδείξουν νευρική συμπεριφορά. Ο Hayward (1980), υποστήριξε πως οι επιρροές που δεχόμαστε από συνομηλίκους, είναι ιδιαίτερα σημαντικές κατά την επίσκεψη στο μουσείο και μπορούν να λειτουργήσουν είτε αποτρεπτικά, είτε ενισχυτικά στη διαδικασία της μάθησης. Η αλληλεπίδραση λοιπόν, με άτομα της ίδιας ηλικίας είναι δυνατόν να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη συμπεριφορά και τη μάθηση, κατά την επίσκεψη στο μουσείο, σχολικών ομάδων.

3.4 Συζήτηση αποτελεσμάτων

Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικών ερευνών και την κριτική αποτίμηση αυτών, θα λέγαμε πως οι περισσότεροι επισκέπτες φθάνουν στο μουσείο χωρίς να έχουν εκ των προτέρων συγκεκριμένες προσδοκίες και επιθυμίες. Ωστόσο, διαπιστώνεται πως το μουσείο του 21^{ου} αιώνα, είναι περισσότερο ελκυστικό στους νέους και τα παιδιά, γεγονός στο οποίο συνέβαλε τα μέγιστα η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και η βιωματική αλληλεπίδραση των επισκεπτών με τα εκθέματα. Οι σύγχρονες εκθέσεις φαίνεται να είναι πιο προσιτές στον μέσο επισκέπτη, ευελπιστώντας να του προσφέρουν μία ξεχωριστή και ανεπανάληπτη εμπειρία.

Επιπρόσθετα, ο σχεδιασμός, η οργάνωση και υλοποίηση νέων καινοτόμων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία απευθύνονται σε πολλές ηλικιακές ομάδες, στοχεύουν στην παροχή γνώσεων και εμπειριών, αλλά και στην ενίσχυση των ήδη

υπαρχουσών γνώσεων. Οι σύγχρονες επίσης, μουσειακές εκθέσεις διαπιστώνεται πως οργανώνονται έχοντας συγκεκριμένους σκοπούς, και έχουν στην βάση τους την εκπλήρωση των επιθυμιών που ενδεχομένως να έχουν οι επισκέπτες.

Από την άλλη, η ανασκόπηση των εργασιών έδειξε πως κάθε επισκέπτης φτάνει στο μουσείο έχοντας τις δικές του αντιλήψεις για αυτό που πρόκειται να βιώσει ενώ, προσλαμβάνει και με διαφορετικό τρόπο τα όσα βλέπει και γνωρίζει. Οι πρότερες γνώσεις του φαίνεται να σχετίζονται άμεσα με την επεξεργασία των μουσειακών εκθεμάτων. Ακόμη, η αξιοποίηση πολλών μορφών και τεχνικών μάθησης, υποστηρίζουν την διαδικασία της μουσειακής επίσκεψης, καθιστώντας την μια πραγματικά ενδιαφέρουσα εμπειρία.

Επιπρόσθετα, ο παράγοντας ‘ηλικία’ διαπιστώνεται ότι απασχολεί ιδιαίτερα τους ανθρώπους των μουσείων, ώστε να σχεδιάσουν στοχευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα. Σχετικά με τις σχολικές ομάδες και τις οικογένειες που επισκέπτονται τα μουσεία, θα ήταν ιδιαίτερα υποστηρικτικό αν πριν από την επίσκεψη προετοίμαζαν ως ένα βαθμό τα παιδιά, για τα όσα επρόκειτο να συναντήσουν εντός αυτών.

Επιπλέον, στην έρευνα που διεξάχθηκε στο Αρχαιολογικό μουσείο Θεσσαλονίκης και στο Κέντρο Διάδοσης Επιστημών και Μουσείο Τεχνολογίας-Νόησις διαπιστώθηκε πως ο παράγοντας της μόρφωσης έχει αξιοσημείωτο ρόλο για τους ανθρώπους που επισκέπτονται το μουσείο και λαμβάνουν μέρος στις δράσεις και στα προγράμματα που διεξάγονται. Για τον λόγο ότι όπως φαίνεται και από την παραπάνω ερεύνα οι περισσότεροι άνθρωποι που προτίμησαν να επισκεφτούν τα μουσεία είχαν ανώτατη εκπαίδευση. Με αποτέλεσμα να θέλουν να διευρύνουν τις γνώσεις τους και τους ορίζοντες τους και να συμμετέχουν ενεργά στα προγράμματα του μουσείου. Ακόμη μέσω της ίδιας έρευνας προκύπτει άλλος ένας παράγοντας για την συμπεριφορά των επισκεπτών στα μουσεία και για το πώς θα πρέπει να διαμορφώνει το προσωπικό του μουσείου τις εκθέσεις του. Παρατηρήθηκε ότι οι περισσότεροι εκ των επισκεπτών έκαναν καλύτερη αξιολόγηση στο Νόησις επειδή είχε αρκετά διαδραστικά και ευχάριστα προγράμματα εμπλουτισμένα με πειράματα και εφαρμογές καθώς και χώρους ανάπαυσης για τους επισκέπτες .

Ακόμη, από τις έρευνες παρατηρείται ότι υπάρχουν οι συνειδητοποιημένοι επισκέπτες οι οποίοι γνωρίζουν εξ αρχής τι θα προτιμούσαν να δουν, καθώς και σε ποία εκπαιδευτικά προγράμματα θέλουν να λάβουν μέρος. Αυτοί οι επισκέπτες έχουν

ξεκάθαρα κίνητρα που επέλεξαν να επισκεφτούν το μουσείο , αφιερώνουν χρόνο για να παρατηρήσουν τα εκθέματα καθώς επεξεργάζονται και τις πληροφορίες που λαμβάνουν. Πρόκειται για ανθρώπους που γνωρίζουν τις προσδοκίες τους για το μουσείο πριν καν το επισκεφτούν. Από την άλλη πλευρά, μέσω των ερευνών αποδείχτηκε ότι υπάρχουν και οι επισκέπτες οι οποίοι δεν έχουν κάποιο κίνητρο ή προσδοκία από το μουσείο. Αυτοί πηγαίνουν μηχανικά δεν έχουν ιδιαίτερη επιθυμία να δουν κάτι συγκεκριμένο καθώς και ούτε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα εκθέματα. Αυτού τους είδους οι επισκέπτες δεν αφιερώνουν χρόνο μπροστά από τα εκθέματα αντιθέτως παρατηρούν όσο πιο πολλά μπορούν σε μικρό χρονικό διάστημα γεγονός που οδηγεί σε μουσειακή κόπωση ανησυχία και νευρικότητα με αποτέλεσμα να ψάχνουν τρόπους διαφυγής από το μουσείο.

Επιπρόσθετα το μουσείο για πολλούς γονείς λειτουργεί ως κίνητρο για να ωθήσουν τα παιδιά τους στο διάβασμα καθώς και στην επιπλέον γνώση. Εκτός αυτού μέσα στο μουσείο τα παιδιά κοινωνικοποιούνται μέσω των προγραμμάτων που διοργανώνουν τα ίδια τα μουσεία. Καθώς προωθεί την δημιουργικότητα , διεγείρει την περιέργεια και βοήθα τους επισκέπτες να ανακαλύψουν τυχόν κρυφές δεξιότητες ή ταλέντα.

Κλείνοντας, θα λέγαμε ότι το μουσείο αποτελεί μία πραγματικά ενδιαφέρουσα εμπειρία σήμερα, για μικρούς και μεγάλους. Οι Falk & Dierking(1992) πρότειναν ένα Μοντέλο Διαδραστικής Εμπειρίας (Interactive Experience Model), θέλοντας με αυτό τον τρόπο να τονίσουν τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του μουσείου. Υποστήριξαν πως μουσείο δεν είναι απλά ένα κτίριο με «παλιά» αντικείμενα, αλλά ένας χώρος ζωντανός, όπου άνθρωποι και εκθέματα βρίσκονται σε διαρκή αλληλεπίδραση. Μουσείο, επισκέπτες και προσωπικό, αποτελούν έναν συνεχή ιστό, τα μέρη του οποίοι αλληλοεπηρεάζονται και αλληλοσχετίζονται με ποικίλους τρόπους.

3.5. Συμπεράσματα

Παραπάνω έγινε προσπάθεια παρουσίασης των αντιπροσωπευτικότερων μελετών αναφορικά με την μουσειακή εμπειρία και την συμπεριφορά των επισκεπτών κατά την διάρκεια αυτής. Παρουσιάστηκαν και αναλύθηκαν στο μέτρο του δυνατού, οι λόγοι που ωθούν τον επισκέπτη να φτάσει στο μουσείο, καθώς και η διαμόρφωση

της συμπεριφοράς του. Εξετάστηκαν οι προσδοκίες των επισκεπτών, οι λόγοι που επηρεάζουν την συμπεριφορά τους καθώς και τρόποι που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την μουσειακή περιήγηση. Ακόμη, οι έρευνες έδειξαν πως τα ξεχωριστά χαρακτηριστικά του κάθε επισκέπτη όπως για παράδειγμα τα δημογραφικά στοιχεία, οι αντιλήψεις, τα βιώματα του, η ψυχολογική του σύνθεση, η στάση ζωής του, οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντα σε σχέση με τον πολιτισμό τον επηρεάζουν σχετικά με το εάν θα πραγματοποιήσει μια επίσκεψη στο μουσείο.

Φαίνεται πως οι επισκέπτες δεν αντιλαμβάνονται την μουσειακή εμπειρία μόνο ως ψυχαγωγία αλλά και ως διεύρυνση των πολιτιστικών τους γνώσεων και ιδεών αλλά και ως μια διαδικασία αλληλεπίδρασης με τον μουσειακό χώρο, τα εκθέματά του, τις δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να κάνουν την εμπειρία τους περισσότερο ζωντανή και ενδιαφέρουσα. Η μουσειακή εμπειρία λοιπόν ορίζεται ως μία διαδικασία κατά την οποία συνυπάρχουν και αλληλεπιδρούν οι ανάγκες και οι εμπειρίες εντός και εκτός του μουσειακού περιβάλλοντος. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να ορισθεί και να κατανοηθεί η φύση και οι ιδιότητες της πολιτιστικής εμπειρία στο μουσειακό περιβάλλον. Ο επισκέπτης φαίνεται μέσα από τις ανασκοπημένες έρευνες ότι αναζητά από την επίσκεψή του σε ένα μουσειακό περιβάλλον άλλοτε μια απλή τυπική επαφή με τα εκθέματα, και άλλοτε μία εις βάθος αλληλεπίδραση και επαφή μαζί τους. Επισκέπτες που συνηθίζουν να επισκέπτονται συχνά τους μουσειακούς χώρους, έχουν απαιτήσεις ενώ συμπεριφέρονται με σύνεση και προσοχή. Ακόμη μέσα από την μουσειακή εμπειρία και μέσω των προγραμμάτων που διοργανώνει το μουσείο λειτουργεί ως κίνητρο για την ενασχόληση με το διάβασμα, την ζωγραφική και επιπλέον δραστηριότητες καθώς μυεί τους επισκέπτες σε νέες γνώσεις και μέσα από αυτά τα ερεθίσματα ανακαλύπτουν νέες δεξιότητες για τον εαυτό τους και ευρύνουν τους ορίζοντες τους. Επιπλέον παρατηρήθηκε ο υποστηρικτικός ρόλος οπτικοακουστικών εφαρμογών μέσω των οποίων υπήρχε καλύτερη κατανόηση και ερμηνεία των εκθεμάτων από την πλευρά των επισκεπτών. Ουσιαστικά όσο πιο διαδραστικές είναι η εκθέσεις εμπλουτισμένες με πειράματα, εφαρμογές καθώς και προγράμματα αποτελούν μια πρωτόγνωρη εμπειρία για τον κάθε επισκέπτη.

Κεφάλαιο 4. Επίλογος

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη των θεωρητικών προσεγγίσεων και εφαρμογών που σχετίζονται με την συμπεριφορά των επισκεπτών μουσείων, καθώς και την κατανόηση και ανάλυση των συμπεριφορών αυτών. Επιπρόσθετα, μελετήθηκαν οι ανάγκες και οι προσδοκίες αυτών από την μουσειακή εμπειρία. Εξετάστηκαν λοιπόν σε θεωρητικό επίπεδο οι βασικές θεωρητικές προσεγγίσεις όπως το μοντέλο των χρήσεων και ικανοποιήσεων, κοινωνιολογικές και ψυχολογικές θεωρίες, μουσειακές προσεγγίσεις, καθώς και θεωρίες που σχετίζονται με το μάρκετινγκ και το μάνατζμεντ. Μέσα από την ανάλυση των θεωρητικών προσεγγίσεων και την συσχέτιση αυτών με τα εμπειρικά δεδομένα έγινε προσπάθεια μελέτης της συμπεριφοράς του κοινού ανάλογα με την ομάδα που ανήκει και τα χαρακτηριστικά που φέρει. Πραγματοποιήθηκε καταγραφή των βασικότερων αναγκών και προσδοκιών των επισκεπτών κατά την μουσειακή περιήγηση. Προσαρμόστηκαν οι θεωρίες και οι προσεγγίσεις στο μουσειακό πλαίσιο με σκοπό να εξεταστούν οι συμπεριφορές, οι προτεραιότητες και οι ανάγκες του επισκέπτη και να ερευνηθούν κριτικά καινούργια ερωτήματα.

Μέσα από αυτή τη διεύρυνση του συγκεκριμένου θέματος θα μπορούσαν οι εργαζόμενοι στα μουσεία να αντιληφθούν εις βάθος τον τρόπο λειτουργίας και συμπεριφοράς των επισκεπτών εντός του μουσειακού χώρου. Ακόμα θα μπορούσε

να τους βοηθήσει στην κατανόηση του τρόπου συμπεριφοράς των επισκεπτών και σε άλλους χώρους που προσφέρουν διαφορετικές μορφές εμπειριών. Φυσικά τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα αφορούν το συγκεκριμένο κοινό των μουσείων όπως αποτυπώνονται εντός των ανασκοπημένων ερευνών. Τα αποτελέσματα των ερευνών αυτών, βοηθούν σε μια πρώτη κατανόηση του ζητήματος, ενώ μπορούν να αποτελέσουν αφορμή για περαιτέρω έρευνα και μελέτη.

Συγκεκριμένα η παρούσα μελέτη κατέληξε στα εξής συμπεράσματα:

- Η εμπειρία της επίσκεψης στο μουσείο, αποτελεί για τον επισκέπτη μια πολυδιάστατη και πολύπλοκη διαδικασία.
- Στόχος του μουσείου δεν αποτελεί μόνο η ψυχαγωγία αλλά και η δια βίου μάθηση, η αλληλεπίδραση με τον επισκέπτη και τα εκθέματα καθώς και να καλλιεργήσει την κριτική σκέψη. Ακόμη να κάνει τον επισκέπτη να αγαπήσει τα εκθέματα καθώς και να τον ευαισθητοποιήσει.
- Ο επισκέπτης του μουσείου φαίνεται να δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στις εμπειρίες τις οποίες αποκτά μέσα στο μουσειακό χώρο κατά τη διάρκεια της περιήγησής του, καθώς ενδιαφέρεται για τον τρόπο που παρουσιάζονται τα διάφορα εκθέματά.
- Οι επισκέπτες μπορούν να ανακαλύψουν νέες πτυχές του εαυτού τους μέσα στο μουσείο. Για τον λόγο ότι μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο για το διάβασμα, ο επισκέπτης εμπλουτίζεται με νέες γνώσεις και εμπειρίες καθώς μπορεί να λειτουργήσει ως ερέθισμα στην ανάπτυξη ικανοτήτων και αυτοπεποίθησης.
- Διαπιστώνεται πως οι ανάγκες και οι συμπεριφορές των επισκεπτών διαμορφώνονται μέσα στο χρόνο ανάλογα με την κουλτούρα, τις εμπειρίες και τις γνώσεις τους. Επίσης, ανάλογα με την ηλικία και τον τρόπο που αντιλαμβάνονται και εισέρχονται στο περιβάλλον του μουσείου, υιοθετούν και την ανάλογη συμπεριφορά.
- Φαίνεται ακόμη, ότι ο χώρος, οι παροχές, η διάταξη των αιθουσών και ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται τα εκθέματα, παίζουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση των τελικών εντυπώσεων και την πρόθεση για μελλοντική επίσκεψη.

- Σε θεωρητικό επίπεδο, αναφορικά με τις προσεγγίσεις του μάρκετινγκ φαίνεται πως μέσα από την ανάλυση των μουσείων, και των επισκεπτών τους, μπορεί να δημιουργηθεί ένα κοινό πλαίσιο για την επισκεψιμότητα των μουσείων μέσα από το είδος των ομάδων των επισκεπτών που εισέρχονται σε αυτό. Διαπιστώνεται δε, πως οι διάφορες μουσειακές ομάδες τείνουν να δένονται με συγκεκριμένους μουσειακούς χώρους (Myriam Jansen-Verbeke, Jonathan van Rekom, 1996) ανάλογα με τα προσωπικά τους ενδιαφέροντα. Κατανοώντας, με λίγα λόγια, τα κίνητρα και τα μοτίβα της συμπεριφοράς συγκεκριμένων ομάδων η έρευνα μπορεί να οδηγηθεί σε πιο αποτελεσματικές μεθόδους κάλυψης των βασικών στοιχείων αναζήτησης των ομάδων επισκεπτών.

Συνοψίζοντας, φαίνεται πώς χρειάζεται μια νέα προσπάθεια προσέγγισης του πολιτισμού και του μουσειακού περιβάλλοντος. Με βάση λοιπόν, όλα τα στοιχεία τα οποία μελετήθηκαν και αναλύθηκαν στην παρούσα εργασία, κατανοήθηκε ως ένα βαθμό ο τρόπος που διαμορφώνεται η μουσειακή εμπειρία και η γενικότερη συμπεριφορά των επισκεπτών μέσα στο μουσείο. Η εργασία λοιπόν, αυτή ίσως θα μπορούσε να αποτελέσει μια πρώτη βάση για μελλοντικές προσεγγίσεις στο χώρο των μουσείων

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο Αρχαιολογικό μουσείο Θεσσαλονίκης και στο Κέντρο Διάδοσης Επιστήμων και μουσείο Τεχνολογίας-Νόησις σχετικά με την ανάλυση της ποιότητας που προσφέρουν τα τμήματα του μουσείου στους επισκέπτες χρησιμοποιήθηκαν οι 5 διαστάσεις του μοντέλου SERVPERF για την ικανοποίηση και την συμπεριφορά. Σε μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να γίνει χρήση κάποιου άλλου μοντέλου που να μην περιορίζεται μόνο στην ποιότητα που προσφέρει το μουσείο στο κοινό. Θα μπορούσε να επεκταθεί στο ζήτημα εάν είχε γίνει κάποια αναζήτηση και έρευνα από την πλευρά των επισκεπτών πριν αποφασίσουν να πάνε στο μουσείο όπως για παράδειγμα εάν γνώριζαν την θεματολογία του, τι είδους εκθέματα και συλλογές υπάρχουν, τα προγράμματα που παρέχει, τις δράσεις που πραγματοποιούνται και γενικότερα τις υπηρεσίες που διαθέτει το μουσείο. Ακόμα θα ήταν ενδιαφέρον να μπορούσαν να λάβουν χώρα επιπλέον μουσεία σε μια τέτοια έρευνα ώστε να υπάρχουν πιο πολλά αποτελέσματα. Τέλος θα ήταν σκόπιμο να γινόταν ξανά η ίδια έρευνα σε ένα άλλο χρονικό διάστημα όπως το καλοκαίρι όπου είναι έντονη η επισκεψιμότητα στα μουσεία και να γίνει στο τέλος σύγκριση των αποτελεσμάτων.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

1. Athanassopoulos, A., Gounaris, S. and Stathakopoulos, V. (2001), "Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study", *European Journal of Marketing*, Vol. 35 No.5/6, pp.687-707.
<https://doi.org/10.1108/03090560110388169>
2. Αυλωνίτης, Λ., Γούναρης, Σ. & Τσιότσου, Ρ. (2016) , *Μάρκετινγκ υπηρεσιών* , Θεσσαλονίκη :εκδ. Πασχαλίδη.

3. Bandura, A., & Walters, R.H. (1963). *Social learning and personality development*. New York : Holt Rinehart and Winston.
4. Βασιλειάδου, Τ. (2009). *Στο μυαλό του αρχιτέκτονα, ΕΙΚΟΝΕΣ | ΕΘΝΟΣ*
5. Black, G. (2009). *Το ελκυστικό μουσείο. Μουσεία και επισκέπτες*, Αθήνα: Εκδόσεις Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς
6. Bourdieu, P. (2002). *The Love of Art: European art museums and their public*. Cambridge: Polity Press
7. Brawne, M. (1965). *The new museum: architecture and display*. New York: Praeger.
8. Γασπαρινάτος Κ. , Ιωαννίδης Ι. , Καλογήρου Α. (2009). *Πολιτιστική Πολιτική και Τοπική – Περιφερειακή Ανάπτυξη*. Αθήνα: Εθνική Σχολή Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
9. Colbert, B. A. (2004). The complex resource-based view: implications for theory and practice in strategic human resource management. *Academy of Management Review*, 29, 3, p.p. 341– 358.
10. Cronin, J., & Taylor, S. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. doi:10.2307/1252296
11. Δαλακούρα, Ν. *Μουσεία: πολιτισμός – τέχνες – διαχείριση ελεύθερου χρόνου :* Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ)
12. Δασκαλάκη Β., *Η Εξέταση της Ποιότητας των Υπηρεσιών δύο μουσείων στην περιοχή των επισκεπτών της Θεσσαλονίκης, Ο Βαθμός Ικανοποίησης των επισκεπτών και η Μελλοντική τους Συμπεριφορά*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης ; 2018
13. Δεληκανάκη, Ν. (2005). *Συναισθηματική αγωγή. Κατανόηση και βιωματική προσέγγιση συναισθημάτων*. Αθήνα: Ταξιδευτής.
14. Denham, S. A. (1998). Emotional Development in Young Children. *The Guildford Series on Social and Emotional Development*, 2, 19-57
15. Diamond, J. (1979). *The social behavior of adult- child groups in the science museum. Unpublished doctoral dissertation. University of California, Berkeley*. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, pp. 42. Washington DC: Whalesback books.
16. Ζερνιώτη, Δ. *Περιγραφή. Μουσείο Ασιατικής Τέχνης* Available at: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3347

17. Falk, J., Dierking, L. D & Adams , M. (2006). *Living in a Learning Society :Museums and free – choice learning*. Στο Mac Donald, Sh. (ed.), *A companion to Museum Studies*, Oxford: Blackwell Publishing, p.p. 323-339.
18. Falk, J. & Dierking L. (1992). *The Museum Experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.
19. Falk, J.H.& Balling,J.D. (1992). *The role of context in facilitating learning*. Manuscript submitted for publication. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, p.p. 34-35. Washington DC : Whalesback books.
20. Falk, J.H. (1991). *Analysis of the behavior of family visitors in history museums: The National Museum of Natural History*. Curator, 34(1), 44-50. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, p.p. 57-58, , Washington DC: Whalesback books.
21. Falk, J.H., Koran, J.J., Dierking, L.D., & Dreblow, L. (1985). *Predicting visitor behavior*. Curator, 28, 249-257. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, p.p. 57-58, Washington DC : Whalesback books.
22. Falk, J., & Dierking, L. (2000). *Learning from Museums, Visitor Experiences and the Making of Meaning*. New York: Alta Mira Press.
23. Finola, K., Fraser, P. & Ozbilgin, M. (2004). *Arts Marketing*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
24. Fischer, G. 2009. “*End-User Development and Meta-Design: Foundations for Cultures of Participation*”, στο Pipek, V., Rossen, M. B., DeRuyter, B. & Wulf, V. (επιμ.), *End-User Development*, Springer-Verlag: Heidelberg, p.p. 3-14.
25. Foucault, M. (1967). *Des espaces autres – Περί αλλοτινών χώρων*. Διάλεξη στη λέσχη αρχιτεκτονικών μελετών, 14 Μαρτίου 1967. *Architecture, Mouvement, Continuité*, τεύχος 5ο, Οκτώβριος 1984, 46- 49. Ανακτήθηκε 23 Ιουλίου 2020 από https://biennale1.thessalonikibiennale.gr/pdf/MICHEL_FOUCAULT_HETEROTOPIAS_GR.pdf.
26. Gibbs, K., Siung, J. and Sunderland-Bowe, J.A. (2009). *Museums as places for intercultural dialogue: selected practices from Europe: the MAP for ID Group*. ISBN: 978-0-9564752-0-6

27. Gilman, B.I. (1916). Museum fatigue. *Science Monthly*, 12, p.p. 62-74. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, pp. 56, Washington: Whalesback books.
28. Gilman, B.I. (1918) *Museum Ideals*, Βοστώνη MA: Museum of Fine Art.
29. Graburn, N.H. (1977). *The museum and the visitor experience*, In Nichols, et al. (Eds.) *Museum Education Anthology : 1973-1983*. Washington, DC : Museum Education Roundtable.
30. Hanington, B., & Martin, B. (2012). *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions*. Rockport Publishers.
31. Hayward, D. G. (1980). *Visitor oriented research at Old Sturbridge Village*, (Research report). Amherst, MA: University of Massachusetts, Environment and Behavior Research Center. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, p.p. 51, Washington DC: Whalesback books.
32. Hooper-Greenhill, E., (2010). *Changing Values in the Art Museum: rethinking communication and learning*, *International Journal of Heritage Studies*, vol. 6, 1, 2000, pp. 9-31. DOI: 10.1080/135272500363715.
33. Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. London, UK: Routledge.
34. ICOM. Museum Definition.[online] Available at <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> [accessed 12 Sept.2020]
35. Jansen-Verbeke, M. (1996). *Scanning Museum Visitors, Urban Tourism Marketing*, , *Annals of Tourism Research*, 23, 2, p.p. 364-375 Erasmus University Rotterdam.
36. Καλεσοπούλου, Δ. (2014). *Μουσειακοί χώροι για παιδιά: οργάνωση και χρήση του εκθεσιακού περιβάλλοντος*, (διδακτορική διατριβή), Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
37. Kelly, L.(1999). «*Binding evidence of visitor learning. Paper presented at «Musing on learning» Seminar*, Australian Museum.
38. Κόνσολα Ν. (1982). *Διεθνής Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Αθήνα: Παπαζήσης.

39. Κοσμόπουλος, Π. (1994). «Περιβαλλοντική αντίληψη του Αστικού Χώρου», Θεσσαλονίκη.
40. Κουβέλη, Α. (2000). «Ο μαθητής και το μουσείο. Βιώματα και αντιλήψεις.» Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών. 104-105, (σσ. 63-87).
41. Lord, G. and Lord, B. (2018). «Εγχειρίδιο Διοίκησης Μουσείων.» Αθήνα: Δίσιγμα
42. Lord B. & Lord G.D. (2003). «*The Manual of Museum Management.*» Altamira Press.
43. Lundgaard, B., Thorek Jense, J. (eds) (2013). *Museums: Social Learning Space and Knowledge Producing Processes.* Styrelsen: Danish Agency for Culture.
44. Matarasso, F. (2000). *Opening up the China Cabinet: Museums, Inclusion and Contemporary Society*, εισήγηση σε UK Museums Association conference, Οκτώβριος 2000.
45. McManus P. M. (1992) *Topics in Museums and Science Education, Studies in Science Education*, 20:1, 157-182, DOI: [10.1080/03057269208560007](https://doi.org/10.1080/03057269208560007)
46. Merriman, N. (1999). *Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό*, *Αρχαιολογία*, 72, σ.43-46
47. Μουσείο Ασιατικής Τέχνης Κερκύρας. *Εκπαιδευτικά προγράμματα*. Available at: <http://www.matk.gr/gr/>
48. **Μουσείο Συναισθημάτων. Εργαστήρια 2019-2020** για παιδιά, εφήβους και ενήλικες μαζί . available at :https://www.mce.gr/%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83-%CE%BC%CE%B5%CE%B3%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CF%85%CF%83-%CE%B1%CF%83%CE%B1%CE%B2%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BA%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B1/#programme_sep
49. Μπαλασσά – Φλέγκα , Ε. *Πολιτισμός: Μνήμη και Δημιουργικότητα – Η Οικουμενική Διακήρυξη της UNESCO για την πολιτισμική ποικιλομορφία* (accessed 22 Apr.2020]
50. Μπιτσάνη, Ε. (2004). *Πολιτισμική Διαχείριση και Περιφερειακή Ανάπτυξη. Σχεδιασμός Πολιτιστικής Πολιτικής και πολιτιστικού Προϊόντος*. Αθήνα: Διόνικος.
51. Μπούνια , Α. (2015). *Προσεγγίζοντας Διαφορετικές Κοινότητες: Δράσεις Κοινωνικής Ένταξης, Διαπολιτισμικής Αγωγής και Διεύρυνσης της Προσβασιμότητας για Εμποδιζόμενα Άτομα*. Στο: Μουσειακή Μάθηση και

- Εμπειρία στον 21^ο Αιώνα. Νικονάνου, Ν., (επιμ.). <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/712>.
- 52.
53. Μπούνια, Α. (2005). *Τα Μουσεία ως Πολιτιστικές Βιομηχανίες: Θέματα και προβληματισμοί – Μια προκαταρκτική συζήτηση στο:* Βερνίκος Ν. , Δασκαλοπούλου Σ., Μπατιμαρούδης Φ., Μπουμπάρης Ν. , Παπαγεωργίου Δ. (2005), *Πολιτιστικές βιομηχανίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*. Αθήνα: Κριτική.
54. myKerkyra. Μουσείο Ασιατικής Τέχνης. Available at: <https://mykerkyra.com/moyseio-asiatikis-technis/> [accessed 12 Sept.2020]
55. Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλίππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιαννούτσου, Ν. (2015). Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα. Αθήνα: Σύνδεσμος Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
56. Παιδικό Μουσείο Θεσσαλονίκης, <http://www.paidikomouseio.gr/>.
57. Παπαδημητρίου, (2007). *Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης*. Αθήνα
58. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business Press
59. Πιτσιάβα, Ε.-Μ. (2010). *Έρευνα κοινού για τη χρήση των οπτικοακουστικών εφαρμογών σε ελληνικά μουσεία Τέχνης* (διπλωματική εργασία). Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο Πολιτικών και Κοινωνικών Επιστημών.
60. Please Touch Museum, <http://www.pleasetouchmuseum.org/>.
61. Radder, L., Han, X., (2013). *Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Conative Loyalty in South African Heritage Museums. International Business & Economics Research Journal*, 12,10, p.p. 1261-1272.
62. Ρήγας Σ., *Δημόσια και Ιδιωτικά Μουσεία στην Ελλάδα του 21ου αιώνα: Η περίπτωση του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου, του Μουσείου Ακροπόλεως και του Μουσείου Μπενάκη*. Αθήνα : Εθνική σχολή δημοσίας διοίκησης και αυτοδιοίκησης ; 2018
63. Robinson, E. L. (1931). *Exit the typical visitor, Journal of adult education*, 10, 16, pp.418-423. In G. Farmelo & S. Bicknell (eds). *Museum visitor studies in the 90s*, pp. 13-23, London: Science Museum.
64. Rosenfeld, S. (1979). *The context of informal learning in zoos. Museum Education Roundtable reports*, 4, p.p. 1-3, 10-15. In J. H. Falk & L. D. Dierking, *The Museum Experience*, pp. 43. Washington DC : Whalesback books.

65. Sandell, R. (2003). «*Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change*», *Museum and Society* 1 (1): 45-62.
66. Σκαλτσά, Μ. (1999). *Για τη μουσειολογία και τον πολιτισμό*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Εντευκτηρίου.
67. Σολομών, Ε., Βαρσάκη, Σ., Καραγκούνη, Ι. (2010). *Τι γνωρίζουν και τι προσδοκούν οι κάτοικοι της Θεσσαλονίκης από το Αρχαιολογικό μουσείο της πόλης τους; Συμπεράσματα της πρώτης έρευνας κοινού. Το αρχαιολογικό έργο στη Μακεδονία και στη Θράκη*. 21, 2007 (σσ. 207-214) ΥΠΠΟΤ, ΑΠΘ. Θεσσαλονίκη: ΖΗΤΗ.
68. Suchy S. (2006), *Museum management: Emotional value and community engagement*. INTERCOM, Conference paper.
69. Τάτσης, Ν. (1999). *Κοινωνιολογία: κοινωνική οργάνωση και πολιτισμικές διεργασίες*, Τόμος Β'. Αθήνα: Οδυσσέας.
70. ΤΙΕΔΚ-01571. (2018). *Μουσείων Τόπος* Available at : <http://www.mouseion-topos.gr/sites/default/files/2019-05/Mouseion-Topos-EE.4.1.pdf>
71. ΥΠΠΟ (2012). *Περιβάλλον και Πολιτισμός 2012*, Παντέχνου πυρός σέλας Λαμπερές ιστορίες φωτιάς. Επίσημη Ιστοσελίδα Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού. http://www.yppo.gr/3/g32.jsp?obj_id=50512. Ανακτήθηκε στις 10-9-2020.
72. Χατζηχρήστου, Χ. & συν. (2004). *Πρόγραμμα προαγωγής της ψυχικής υγείας και της μάθησης: Κοινωνική και συναισθηματική αγωγή στο σχολείο*. Βιβλίο για τον εκπαιδευτικό πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Θεματική ενότητα: Αναγνώριση, έκφραση και χειρισμός συναισθημάτων. Στο Χατζηχρήστου, Χ. (επιμ.), *Κοινωνική και συναισθηματική αγωγή στο σχολείο*. Αθήνα: Τυπωθήτω – Γιώργος Δαρδανός.
73. Χριστοφιλόπουλος, Δ. (2002). «*Πολιτιστικό Περιβάλλον – χωρικός σχεδιασμός – και βιώσιμη ανάπτυξη*.» Αθήνα: Σάκκουλας
74. Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1996). «*The Behavioral Consequences of Service Quality*. » *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp. 31-46

.