



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ: ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΤΜΗΜΑ: ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ &
ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

<<Η επικοινωνιακή πολιτική και η εξωστρέφεια των μουσείων κατά την
περίοδο της πανδημίας. Το παράδειγμά του Βυζαντινού και Χριστιανικού
Μουσείου.>>

Δημητρίου Μιλένα (Α.Μ. Β2016049)

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Κοντοπανάγου Κατερίνα

Κέρκυρα

2021

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	5
Μεθοδολογική προσέγγιση της εργασίας.	6
1.1.επικοινωνιακή πολιτική και εξωστρέφεια των μουσείων.	8
1.2. Σύγχρονες τάσεις στα ψηφιακά μέσα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	13
2.1 Το βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο.	18
2.2 Η επικοινωνιακή πολιτική και η εξωστρέφεια του ΒΧΜ.	21
3.1.Τα μουσεία την εποχή της πανδημίας COVID-19.	26
3.2Το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο κατά την περίοδο της πανδημίας του COVID-19	37
4. Συμπεράσματα – Προτάσεις	40
Παράρτημα.....	45
Βιβλιογραφία	47

Εισαγωγή

Το μουσείο ως οργανισμός αλλά και ως ορισμός ακολουθεί μακρά εξελικτική πορεία. Αρχικά τα μουσεία αποτελούσαν ναό αφιερωμένο στις εννέα μούσες στην αρχαία Ελλάδα, στην Ιταλία μέρος για φιλοσοφικές συζητήσεις. Στην Αναγέννηση κατά την στροφή του ενδιαφέροντος στον άνθρωπο, στα γράμματα και στις τέχνες ο ορισμός του μουσείου αρχίζει να έχει ομοιότητες με τον σημερινό. Τον 19^ο αιώνα τα πρώτα δημόσια, ανοιχτά μουσεία στο κοινό δημιουργούνται κυρίως για την εκπαίδευσή του αλλά και την ψυχαγωγία με την παρουσίαση συλλογών. Σήμερα τα μουσεία έχουν ως κύριο στόχο την παρουσίαση των συλλογών τους αλλά με νέο ρόλο διευρυμένο για την κοινωνία και τον άνθρωπο.

Η δυναμικότητα και η πολυπλοκότητα των μουσείων οδηγούν σε μια σύγχυση για έναν και μοναδικό ορισμό. Ωστόσο επικρατέστερος και ποιο διαδεδομένος είναι αυτός του ICOM (International Council of Museums) που ορίζει το <<μουσείο ως ένα μη κερδοσκοπικό μόνιμο θεσμό/οργανισμό στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοιχτό στο κοινό ο οποίος αποκτά, συντηρεί, ερευνά προβάλλει και εκθέτει την υλική και αυλή κληρονομία της ανθρωπότητας και του περιβάλλοντός της, με σκοπό την εκπαίδευση, μελέτη και ψυχαγωγία>>¹. Ο ορισμός αυτός είναι η εξέλιξη και η αντικατάσταση ενός άλλου ορισμού που προϋπήρχε για πάνω από τριάντα χρόνια από το 1974, ωστόσο το 2019 προτάθηκε ένας ακόμα ο οποίος δεν έχει ακόμα υιοθετηθεί. Έτσι διαπιστώνουμε ότι το μουσείο αρχικά αποτέλεσε μέρος για διαφύλαξη των συλλογών², όπως διαπιστώνετε και από τον ορισμό του, ωστόσο με την πάροδο των χρόνων άρχισε να επιτελεί έργο κυρίως με την μετάδοση μηνυμάτων, που επιτυγχάνεται μέσω της επικοινωνίας. Η επικοινωνία σε ένα μουσείο εξελίσσεται σταδιακά σε κινητήρια δύναμη της λειτουργίας του ίδιου σε διάφορα είδη κοινού. Σήμερα τα μουσεία εξελίσσονται με γνώμονα την επικοινωνία και με τον δημόσιο χαρακτήρα τους για το καλό της κοινωνίας και από εσωστρεφής οργανισμός μετατρέπεται σε εξωστρεφής χρησιμοποιώντας νέα μέσα, τα οποία έχουν δημιουργηθεί κυρίως για την εξέλιξή του ανθρώπου όπως για παράδειγμα η τεχνολογία.

¹ Andre Desvallees, Francois Mairesse 2010 ,89-90

² Αρχικά τα μουσεία θεωρούνταν τέμενος των μουσών όπως φανερώνει και η ετυμολογία της λέξης. Στη συνέχεια μέρος για να παρουσιάζονται οι ιδιωτικές συλλογές κ.ο.κ..

Μέσα στην εξέλιξη και την συνεχή ανάπτυξη των μουσείων η πανδημία του COVID-19 κατά την διετία 2019-2021 δημιούργησε μια περίπλοκη και δύσκολη κατάσταση αλλά και νέα δεδομένα. Στην πραγματικότητα η επίδραση αυτής της κατάστασης επηρέασε σχεδόν όλους και σε όλα τα επίπεδα, έτσι και τα μουσεία. Σε ολόκληρο τον κόσμο αυτά παρέμειναν για μεγάλο χρονικό διάστημα κλειστά αναστέλλοντας την λειτουργίας τους. Ωστόσο για να μην χάσουν κυρίως την επικοινωνία τους με το κοινό και να παραμείνουν εξωστρεφείς οργανισμοί σε μια περίοδο εσωστρέφειας, μετέφεραν την δραστηριότητα τους ψηφιακά και παρέμεναν ενεργά με διαφορετικούς και καινοτόμους τρόπους.

Μεθοδολογική προσέγγιση της εργασίας.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι να αναλύσει σε πρώιμο στάδιο τις αλλαγές που επέφερε η νέα αυτή κατάσταση στα μουσεία αλλά και την αντίδραση των μουσείων και των επαγγελματιών του κατά την περίοδο αυτή καθώς και τις δυσκολίες και προκλήσεις που δημιουργήθηκαν. Στην αρχή της εργασίας παρουσιάζεται σε γενικό πλαίσιο η επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων άλλα και το πώς τα νέα τεχνολογικά και ψηφιακά μέσα έχουν επιδράσει, επί το πλείστον θετικά, στην εξωστρέφεια των μουσείων. Επιπλέον η συνεχής επικοινωνία με το κοινό ήταν και ο κύριος στόχος των μουσείων κατά την περίοδο της πανδημίας, φροντίζοντας τα ίδια με μουσειοεκπαιδευτικές πρακτικές, και με την συμβολή των ψηφιακών μέσων.

Επιπλέον μέσα στην εργασία αναφέρονται και μελέτες, σε πρώιμο στάδιο και αυτές, σε παγκόσμιο και σε εθνικό επίπεδο.

Τέλος ως μελέτη περίπτωσης επιλέχθηκε το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο της Αθήνας καθώς αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και σημαντικότερα μουσεία της χώρας. Βρίσκεται στο κέντρο του αστικού ιστού της Αθήνας, αποτελώντας σημείο αναφοράς για περίοικους, μόνιμους κατοίκους και επισκέπτες.

Σημαντικό να αναφερθεί ότι η παρούσα εργασία ολοκληρώθηκε κατά την περίοδο της υγειονομικής κρίσης με τις δυσκολίες να υπερισχύουν των ευκολιών. Απαραίτητη ήταν η πρωτογενής έρευνα των δεδομένων και η συνεχής παρακολούθηση των ιστοτόπων των μουσείων σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο, ώστε να συγκεντρωθούν οι πληροφορίες, καθώς τα βιβλιογραφικά δεδομένα είναι περιορισμένα. Η συνθήκη αυτή σίγουρα αποτελεί και θα αποτελέσει ιστορικό γεγονός και με την πάροδο των

χρονών θα υπάρξει πληθώρα πληροφοριών σχετικά με την πανδημία και την διαχείρισή της γενικά και για τα μουσεία ειδικά. Μια ακόμα δυσκολία αποτελεί το γεγονός της μικρής βιβλιογραφίας τόσο εξαιτίας της φύσης μουσεία, βιβλιοθήκες, το ίδιο το πανεπιστήμιο με αποτέλεσμα τον περιορισμό της εύρεσης πληροφοριών και πηγών. Επιπλέον αποτελεί ένα πρόσφατο γεγονός και οι πηγές ήταν περιορισμένες. Ωστόσο ακόμη και σε αυτό το στάδιο υπήρξαν έρευνες, μελέτες άλλα και γεγονότα που επέτρεψαν να υπάρχει μια πρώτη εικόνα για την αποτίμηση της κατάστασης. Έτσι οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την σύνταξη αυτής της εργασίας προέρχονται κυρίως από ψηφιακά τεκμήρια. Επιπλέον σημαντικό να αναφερθεί η συμβολή των ακαδημαϊκών συγγραμμάτων που κατείχα και αποτέλεσαν σημαντική πηγή ερευνάς για την παρούσα εργασία.

Στο 1^ο κεφάλαιο της εργασίας αναπτύσσεται σε ένα γενικό πλαίσιο και σφαιρικά η επικοινωνία και η εξωστρέφεια των μουσείων καθώς και η συμβολή των ψηφιακών μέσων στην επικοινωνία και τα μουσεία. Στο 2^ο κεφαλαίο γίνεται μια εισαγωγή και περιγραφή του Βυζαντινού και Χριστιανικού μουσείου που αποτελεί και το παράδειγμα για την αποτίμηση της κατάστασης κατά την πανδημία. Στο 3^ο κεφάλαιο παρουσιάζεται η διαχείριση των έκτακτων αναγκών στα μουσεία. Επιπλέον αναφέρονται μελέτες και τα αποτελέσματα τους για την διαχείριση και επίδραση της πανδημίας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Στο τελευταίο κεφάλαιο αναλύεται το πώς ανταπεξήλθε το ΒΧΜ στην πανδημία και ποιους τρόπους επέλεξε, ώστε να μην χαθεί η επικοινωνία με το κοινό. Όλα όσα αφορούν την πανδημία σε πρώιμο φυσικά στάδιο, καθώς με το πέρασμα των χρόνων θα υπάρχουν περισσότερα και ποιο τεκμηριωμένα δεδομένα. Επιπλέον συγκροτείται παράρτημα, στο οποίο αναγράφεται το ερωτηματολόγιο που στάλθηκε στο ΒΧΜ με σκοπό την απάντηση ερωτημάτων για την διαχείριση της υγειονομικής κρίσης.

1.1.επικοινωνιακή πολιτική και εξωστρέφεια των μουσείων.

Ο άνθρωπος αφιερώνει ένα μεγάλο μέρος της ζωής του στην αμοιβαία ανταλλαγή ιδεών, σκέψεων, γνώσεων αλλά και άλλων πληροφοριών κυρίως με άλλους ανθρώπους μέσω της επικοινωνίας. Ο όρος επικοινωνία χρησιμοποιείται συχνά από κάθε άνθρωπο χωρίς όμως να υποδηλώνει μια συγκεκριμένη έννοια, καθώς στην βιβλιογραφία υπάρχει πλήθος ορισμών χωρίς όμως να περιγράφει συνολικά το περιεχόμενο του κανείς. Ωστόσο δύο ορισμοί είναι αυτοί που μπορούν σχεδόν να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικοί, ότι η επικοινωνία είναι η διαδικασία στην οποία μεταβιβάζονται πληροφορίες και νοήματα από έναν άνθρωπο στον άλλον και ότι επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία ένας πομπός μεταβιβάζει πληροφορίες σκέψεις και αλλά σε ένα δέκτη με στόχο να ενεργήσει με τρόπο πάνω του ώστε να του προκαλέσει την εμφάνιση ιδεών, σκέψεων και άλλων και σε τελική ανάλυση να επηρεάσει την κατάστασή του αλλά και την συμπεριφορά του. Έτσι η επικοινωνία δεν είναι απλή μεταβίβαση πληροφοριών αλλά και διαδικασία επαφής μεταξύ των ανθρώπων ή ομάδων³. Σε ένα μουσείο ο υπεύθυνος επικοινωνίας υπάγεται στη διεύθυνση προγραμμάτων για το κοινό είτε στη διεύθυνση διαχείρισης εξωστρέφειας. Οι αρμοδιότητες του κάθε υπευθύνου είναι να προγραμματίζει την προώθηση του μουσείου, την προβολή των προγραμμάτων για το κοινό σε όλα τα μέσα επικοινωνίας. Την λειτουργία και την συντήρηση των δράσεων προβολής και επικοινωνίας την ερευνά των προγραμμάτων για το κοινό και άλλα. Ένα από τα σημαντικότερα και απαραίτητα προσόντα του είναι η εμπειρία στην επικοινωνία⁴.

Η μουσειολογία αφορά σε μεγάλο βαθμό την επικοινωνία και έχει κεντρικό ρόλο στην δημιουργία ενός μουσείου. Για παράδειγμα στην μουσειολογική μελέτη η οποία θέτει στόχους, αξιοποιεί όλες τις σύγχρονες αντιλήψεις για την επικοινωνία⁵. Η

³ Μπουραντάς 2015, 388

⁴ Gail Dexter Lord - Barry Lord 2018, 336-347

⁵ Ανδρομάχη Γκαζή 2008

επικοινωνία αποτελεί μια από τις βασικότερες λειτουργίες του μουσείου και είναι σημαντικό μέσο για την επίτευξη του ρόλου, του σκοπού του και του οράματός του.

Χρονολογικά με την εμφάνιση των πρώτων μουσείων εμφανίζεται και η εγκυκλοπαιδική παρουσίαση της συλλογής ωστόσο τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον των μουσείων προσανατολίζεται από τα αντικείμενα στον άνθρωπο, στον επισκέπτη δηλαδή και έτσι δίνεται έμφαση στις μορφές επικοινωνίας. Υπάρχουν διαφορές θεωρίες και μοντέλα επικοινωνίας για τα μουσεία. Ωστόσο επικρατέστερη και ποιο διαδεδομένη θεωρία είναι αυτή της Eilean Hooper- Greenhill⁶ που διαχωρίζει τα μοντέλα επικοινωνίας σε δυο, το μεταδοτικό και το πολιτισμικό. Στο πρώτο μοντέλο θεωρείτε ότι η επικοινωνία μεταδίδει πληροφορίες και μηνύματα μεταβιβάζοντας ιδέες από μία πηγή που είναι γνωστή σε ένα παθητικό αποδέκτη. Το μεταδοτικό μοντέλο συμβάλει στην παραγωγή μιας έκθεσης όπου ορίζεται το μήνυμα επιλέγονται αντικείμενα και όλα τα στάδια για την επίτευξη της έκθεσής χωρίς ωστόσο να σχεδιάζονται με γνώμονα το κοινό και το αποτέλεσμα να μην είναι τόσο επιτυχημένο⁷. Από την άλλη πλευρά στο πολιτισμικό μοντέλο η επικοινωνία ορίζεται ως διαδικασία συμμετοχής και συσχετισμού. Η επικοινωνία επιτυγχάνεται μέσα από μια σειρά διαδικασιών και συμβόλων όπου παράγεται η πραγματικότητα συντηρείται και μεταβάλλεται. Εδώ επιβάλλεται η συνεργασία με το κοινό να μην στοχεύει στην δύναμη και στον έλεγχο αλλά στην μετάδοση του μηνύματος μέσω της συζήτησης και της συνεργασίας⁸.

⁶ Hooper-Greenhill 1999, 47-49

⁷ Σε ένα μουσείο σε ένα απλό μοντέλο για τη μετάδοση της γνώσης στο μουσείο, πομπός ορίζεται ο επιμελητής του μουσείου, το μέσο είναι η έκθεση και ο δέκτης ο επισκέπτης. Σε ένα απλό μοντέλο για την ανάπτυξη μιας έκθεσης, ο πομπός είναι ο επιμελητής και το περιεχόμενο. Το μέσο είναι ο σχεδιαστής, γενικά ο σχεδιασμός της έκθεσης και δέκτης ο μουσειοπαιδαγωγός που συνεργάζεται με τους επισκέπτες.

⁸ Στο πολιτισμικό μοντέλο η πραγματικότητα πλάθεται και παράγεται με την προσωπική συμβολή του καθενός. Έτσι σε μια έκθεση, για παράδειγμα, διαφορετικά άτομα συνεργάζονται και δημιουργούνται, ανταλλάσσουν απόψεις και πρακτικές. Επικοινωνία εδώ ορίζεται ως πολιτισμική διαδικασία που συνδέει άτομα με διαφορετικές πρακτικές και απόψεις που γίνονται δεκτές με διαπραγμάτευση, όχι με επιβολή.

Τα μουσειακά αντικείμενα είναι το βασικό μέσο επικοινωνίας σε ένα μουσείο, η παρουσία τους στοχεύει στην επικοινωνία με τον θεατή σε διάφορα επίπεδα επικοινωνίας. Μέσα στα μουσεία παράγονται μηνύματα και νοήματα, η μεταμοντέρνα στροφή του μουσείου και η διακειμενικότητα τόσο ως προς τις συνέπειες της για το είδος της επικοινωνίας που επιβάλλει ανάμεσα στον αναγνώστη και στο κείμενο, όσο και για τον κοινωνικό χώρο που συγκροτεί, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τη μελέτη των στρατηγικών επικοινωνίας του Νέου Μουσείου⁹.

Στο μετανεωτερικό μουσείο η έννοια αυτή της συλλογής εγκαταλείπεται και το νόημά της επαναπροσδιορίζεται μέσα από την νέα λειτουργία που επιτελεί, αυτή της επικοινωνίας. Άρα η συλλογή αποκτά νέο νόημα και είναι το μέσο επικοινωνίας. Η δημόσια στροφή του σύγχρονου μουσείου ως μια στροφή προς την επικοινωνία έχει και ιστοριογραφικές συνέπειες για την ίδια ιστορία των μουσείων και την κατανόηση των διαφορετικών μορφών παρουσίασης που αυτό υιοθετεί. Στην περίπτωση που ο ρόλος του μουσείου δεν ταυτίζεται με την κυρίαρχη εννοιολογική του σύγχρονου μουσείου βάση της νέας του λειτουργίας αυτή της επικοινωνίας ο χώρος του μουσείου περιγράφεται ως ένας μη χώρος ή μια μορφή προδρομική στην καλύτερη περίπτωση και απλώς ως αποθήκη στη χειρότερη.¹⁰ Το εκθεσιακό αντικείμενο είναι μια ανθρωπινή δημιουργία κατά συνέπεια η παρουσία του στοχεύει στην επικοινωνία με το κοινό. Όλα τα εκθέματα συμπεριλαμβάνονται στην ίδια βάση θεώρησης, όμως αυτό που διαφοροποιείται είναι ο επικοινωνιακός στόχος που διαφέρει ανάλογα με το κοινό. Για τον λόγο αυτό απαιτείται επαναπροσδιορισμός του όρου επικοινωνία για να καθορίζονται και τα μέσα και οι τεχνικές παρουσίασης. Βασικός παράγοντας για την παρουσίαση των εκθεμάτων ώστε να προσεγγίζονται όσο το δυνατόν περισσότερες κοινωνικές ομάδες είναι να εξετάζονται τα διάφορα επίπεδα κατανόησης και επικοινωνίας.

Τα μουσεία επιλέγουν ενέργειες για την επικοινωνιακή πολιτική είτε εντός του φυσικού τους χώρου είτε εκτός από αυτόν. Εντός του μουσείου πραγματοποιούνται εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, διαλέξεις και άλλα. Εκτός του φυσικού τους χώρου για την προσέλκυση και επικοινωνία με άτομα που δεν μπορούν να

⁹ Δημιουργούνται και αναπτύσσονται, πλέον, θεωρίες μάθησης και επικοινωνίας για να ερμηνεύσουν την εμφάνιση ενεργού επισκέπτη.

¹⁰ Κανιάρη 2013, 150-151

επισκεφτούν το χώρο του εντάσσουμε ενέργειες και δραστηριότητες με εναλλακτικούς τρόπους όπως ψηφιακή παρουσίαση εκθέσεων και προγραμμάτων μουσειοσκεύων και ούτω καθ' εξής¹¹. Έτσι το επικοινωνιακό έργο σε ένα μουσείο μπορεί να διαιρεθεί σε δύο κατευθύνσεις πρώτων στην επικοινωνία των αντικειμένων με τον θεατή στα πλαίσια της έκθεσης, όπως αναλύθηκε παρά πάνω και δεύτερων στην ευρύτερη επικοινωνία του μουσείου με το κοινό¹². Ωστόσο αυτά τα δυο είναι αλληλένδετα και αλληλοσυμπληρώνονται. Τα μουσεία πλέον βάζουν τον άνθρωπο στο κέντρο και γύρω του χτίζουν τις ενέργειες, τις πολιτικές, τις δράσεις αλλά και την στρατηγική επικοινωνίας. Παρατηρείται έντονα το επικοινωνιακό προφίλ των μουσείων με την πάροδο των χρόνων να ενισχύεται όλο και περισσότερο. Η ανθρωποκεντρική προσέγγιση επιδιώκει να επηρεάσει τις λειτουργίες, τη συλλογή, την ερευνά και την επικοινωνία. Αναδεικνύει στο μουσείο την βασική προτεραιότητα της γενικότερης μουσειακής πολιτικής επικοινωνίας με το κοινό και τις δραστηριότητες, εφαρμογές και υπηρεσίες που απευθύνονται σε αυτό. Χρησιμοποιούνται στρατηγικές και μοντέλα επικοινωνίας ανάλογα με τους στόχους και τις δυνατότητές του κάθε μουσείου. Ένας από τους βασικούς στόχους του επικοινωνιακού πλάνου των μουσείων είναι η προσέλκυση των επισκεπτών αλλά και η επαναλαμβανόμενη επίσκεψη.

Η εξωστρέφεια στο μουσείο επιτυγχάνεται με τις δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για να προσεγγίσουν καινούργια και μη παραδοσιακά κοινά και αναπτύσσονται είτε εντός του μουσείου είτε εκτός. Για την επίτευξη της εξωστρέφειας σε ένα μουσείο, κυρίως στα μεγαλύτερα, υπάρχει ολόκληρο τμήμα διεύθυνσης η οποία έχει άμεση σχέση με την διεύθυνση των προγραμμάτων για το κοινό. Μέσα στα προσόντα του υπεύθυνου εξωστρέφειας είναι οι σπουδές στις κοινωνικές επιστήμες, η εμπειρία και αποδεδειγμένη ικανότητα ανάπτυξης δράσεων εξωστρέφειας, εξαιρετικές ικανότητες επικοινωνίας και άλλα. Έτσι αντιλαμβανόμαστε το γεγονός ότι επικοινωνία και εξωστρέφεια αλληλοσυνδέονται.¹³.

Στα πλαίσια επαναπροσδιορισμού του μουσείου, στην νέα εποχή βλέπουμε ότι πρέπει να υιοθετούν μια ποιο ενεργητική αλλά και δυναμική συμπεριφορά καθώς και να

¹¹ Μούλιου – Μπούνια 1999 , 42.

¹² Σαλή 2006, 166

¹³ Gail Dexter Lord - Barry Lord 2018, 369

φτιάξουν γέφυρες επικοινωνίας αλλά και επαφής με διαφορετικές ομάδες κοινού. Είναι αρωγοί της αλλαγής της νοοτροπίας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ανάπτυξη της εξωστρέφειας. Βγαίνουν προς τα έξω, στην κοινωνία, μπερδεύονται με το κοινό, ακούν τις ανάγκες τους και τις επιθυμίες τους.

Πρέπει να αναπτύσσονται και να εφαρμόζονται προγράμματα εξωστρέφειας για την προσέλκυση αμάδων κοινού με μικρή επισκεψιμότητα αλλά και την επέκταση των συνεργειών και των υπηρεσιών του μουσείου προς την κοινότητα. Επιπλέον συντελεί στη διαμόρφωσή και τη διαχείριση σχέσεων με τις ομάδες της κοινότητας έτσι ώστε να αναπτύσσονται συνέργειες. Η εξωστρέφεια των μουσείων είναι στενά συνδεδεμένη και με το οικονομικό τμήμα των μουσείων, καθώς ενισχύουν τα έσοδα του. Με τις ενέργειες και δραστηριότητες εξωστρέφειας τα μουσεία δημιουργούν έσοδα που μπορούν να τα ενισχύσουν την βιωσιμότητα τους. Η εξωστρέφεια επίσης συμβάλει το μουσείο να ενταχθεί στην κοινωνία και να συνεισφέρει στην θετική ανάπτυξη της, προβάλλοντας θετικά πρότυπα και ενισχύοντας το πνευματικό επίπεδο των ανθρώπων.

Κλείνοντας αντιλαμβανόμαστε ότι τα μουσεία επιβιώνουν μέσω της επικοινωνίας και της εξωστρέφειας. Προβάλλουν τις αξίες, τις ιδέες, τον σκοπό τους αλλά και γενικότερα την συνεισφορά τους σε καίρια ζητήματα, όπως αυτό της παρούσης πανδημίας. Τα μουσεία είναι οργανικά ενταγμένα στην κοινωνία και μέσω των δράσεων τους αλλά και μόνο με την παρουσία τους ενισχύουν την θετική πλευρά του ατόμου. Ένα από τα πιο σύγχρονα εργαλεία επικοινωνίας αλλά και εξωστρέφειας των μουσείων είναι οι νέες τεχνολογίες, το διαδίκτυο και γενικότερά τα νέα μέσα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ψηφιακού μέσου που έχει συμβάλει στην εξωστρέφεια των μουσείων είναι το Google Art¹⁴. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα τεχνολογικών και ψηφιακών μέσων, κάποια από τα οποία αναφέρονται και αναλύονται παρακάτω εκτεταμένα.

¹⁴ <<Το Google Art είναι ένα επιχείρημα της Google το οποίο δημιουργήθηκε το 2011 σε συνεργασία με 17 μουσεία από όλο τον κόσμο. Ο επισκέπτης έχει την αδυνατότητα να περιηγηθεί ψηφιακά στα μουσεία οτιδήποτε στιγμή και από όποιο μέρος επιθυμεί, τόσο πληροφοριακά όσο και συναισθηματικά. Ωστόσο δημιούργησε προβληματισμούς στους επαγγελματίες των μουσείων. >> Nancy Proctor 2011, 215-221

1.2. Σύγχρονες τάσεις στα ψηφιακά μέσα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Με την εμφάνιση της πανδημίας του COVID-19 ο πολιτισμός οδηγήθηκε στην ψηφιοποίηση του για να μπορεί να επιζήσει δημιουργώντας ένα υβρίδιο το οποίο θα συνυπάρξει και στα επόμενα έτη με την στερεοτυπική μορφή του, διαδίκτυο και διαζώσης μαζί¹⁵. Ωστόσο η ψηφιοποίηση και γενικά τα νέα τεχνολογικά μέσα έχουν αρχίσει ήδη να απασχολούν τον πολιτισμό, την τέχνη και ειδικότερα τα μουσεία πολύ πριν της νέας αυτής κατάστασης, από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, με την προσέλευση της τεχνολογίας. Με τον όρο «νέες τεχνολογίες» αναφερόμαστε κυρίως στη πληροφορική, με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ως το κύριο εργαλείο επεξεργασίας αλλά και κατασκευής. Καθώς και τις σύγχρονες ηλεκτρονικές επιστημονικές συσκευές οι οποίες ενεργοποιούνται με την πληροφορική και τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές¹⁶.

Τα μουσεία πλέον προβληματίζονται με το πώς μπορούν να αξιοποιήσουν το νέο μέσο δηλαδή πως θα δημιουργήσουν μια ψηφιακή υπόσταση και πως μπορούν να εξελιχτούν και να ανταποκριθούν σε αυτή. Αξιοποιούν τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο τόσο στην καθημερινή λειτουργία τους δηλαδή στις εσωτερικές διεργασίες όσο και στις εξωτερικές. Τα μουσεία χρησιμοποιούν τα τεχνολογικά μέσα στις εσωτερικές δραστηριότητες όπως αυτές της καταγραφής και τεκμηρίωσης των συλλογών, την ψηφιοποίηση των εκθεμάτων με σκοπό την ασφαλέστερη παραμονή τους στο χώρο. Σε ενέργειες για συντήρηση και διατήρηση των αντικειμένων όπως για παράδειγμα με την βοήθεια των ακτίνων X. Η ψηφιοποίηση των συλλογών με σκοπό τη διεύρυνση της πρόσβασης στις συλλογές μέσω ψηφιακών πινακοθηκών αλλά και μέσω του διαδικτύου επιτρέπει στους επισκέπτες δωρεάν χρήση υπηρεσιών και παράλληλα επεκτείνει την παρουσία του μουσείου πέρα από τα γεωγραφικά όρια της πραγματικής θέσης του.

¹⁵ Προτείνονται διαφορετικοί και καινοτόμοι τρόποι για την βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη σε ένα μουσείο που δεν μπορούν να επισκεφτούν με αφορμή την πανδημία. <https://www.aam-us.org/2020/03/25/4-ways-museums-can-successfully-leverage-digital-content-and-channels-during-coronavirus-covid-19/>.

¹⁶ Λυρίσης 2008 , 11

Επίσης μέσα στο μουσείο οι νέες τεχνολογίες συντελούν στην παρουσίαση των εκθεμάτων ευφάνταστα συμπληρώνοντας και βοηθώντας τους επισκέπτες να έχουν μια σφαιρική αντίληψη για το τι βλέπουν καθώς και η επίσκεψη να γίνεται ποιο ενδιαφέρουσα και παραστατική. Οι μουσειολόγοι χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες στην παρουσίαση των συλλογών ώστε να παρουσιάσουν με επιτυχία αυτή και να επιτύχουν την επικοινωνία εκθέματος και θεατή¹⁷. Ακόμη υπάρχουν ψηφιακές εφαρμογές μουσειακού και πολιτιστικού χαρακτήρα που στις περισσότερες περιπτώσεις συνδυάζουν κείμενο, ήχο, βίντεο εικόνα και διαδραστικότητα για ξεναγήσεις όπως ο ακουστικός οδηγός ή και ειδικές εφαρμογές κάνοντας την επίσκεψη ποιο εύκολη, γρήγορη και ενδιαφέρουσα¹⁸. Στη σημερινή εποχή, στην λεγόμενη ψηφιακή έχουμε περάσει στη μουσειογραφία των εφαρμογών που προβλέπει την όσο το δυνατόν ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη μέσω της εγκατάστασης τεχνολογικά προηγμένων διαδραστικών συστημάτων, τα οποία τον ενθαρρύνουν να επιστρέφει στο μουσείο επανειλημμένα. Παρουσιάζοντας άλλα αντικείμενα, σχετικά με κάποιο έκθεμα, που διεγείρουν την φαντασία και συμβάλλουν στην γνώση. Τα συστήματα αυτά αποτελούν πρόσθετο εργαλείο μάθησης αλλά και επικοινωνίας με το κοινό των μουσείων. Τα μουσεία πρέπει να βγουν από το κέλυφος της αυθεντίας με το να προκαλέσουν και να υποδεχτούν την άποψη των μη ειδικών. Σήμερα χρησιμοποιούν ευρέως το διαδίκτυο για την παρουσίαση των συλλογών τους και έτσι αυτές είναι προσβάσιμες ανά πάσα ώρα και στιγμή ακόμη και όταν αυτά βρίσκονται κλειστά.

Κατασκευάζουν ιστοσελίδες κατάλληλα διαμορφωμένες για το κοινό χρησιμοποιώντας σύγχρονες θεωρίες γνώσης και μάθησης σε συνδυασμό με τις δυνατότητες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες. Δίνουν μεγάλη σημασία σε ενότητες που αφορούν την μάθηση ενισχύοντας έτσι το κομμάτι της μουσειοπαιδαγωγικής μέσα στο μουσείο. Το μουσείο στο διαδίκτυο χαρακτηρίζεται ως εικονικό μουσείο,

¹⁷ Σαλή 2006 , 218

¹⁸ Τα τεχνολογικά μέσα που χρησιμοποιούνται θα πρέπει να είναι υποστηρικτικά του αντικειμένου που συνοδεύουν, αρμονικά χωρίς να προκαλούν στον επισκέπτη σύγχυση και ψευδαισθήσεις και να κρατούν ενεργό το ενδιαφέρον του κοινού.

καθώς και με άλλους όρους, όλοι έχουν ως κοινό παρανομαστή το ψηφιακό χαρακτήρα και το διαδίκτυο. Είναι ανάλογο με το πραγματικό μουσείο αλλά μπορεί να υπάρχει μόνο ψηφιακά και διαδικτυακά. Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των εικονικών μουσείων θεωρείται η δυνατότητα που προσφέρουν για κίνηση ενθαρρύνοντας τους επισκέπτες να περάσουν τα φυσικά όρια των παραδοσιακών μουσείων. Καλούνται να μεταβούν από το ένα σημείο στο άλλο κτηρίου ή σε διαφορετικό όροφο. Οι γεωγραφικές αποστάσεις στα εικονικά μουσεία καταργούνται αφού ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα σε σύντομο χρονικό διάστημα να μεταφερθεί από την Αθήνα και το μουσείο της Ακρόπολης στην Νέα Υόρκη και τα MoMA και από εκεί στο Μπιλμπάο στο μουσείο Guggenheim. Ωστόσο η έμφαση δίνεται στην περιήγηση στο χώρο και όχι στην πνευματική ή διανοητική επικοινωνία. Τα εικονικά μουσεία είναι γεμάτα αντιθέσεις όσο και τα πραγματικά, μπορούν να ενδυναμώσουν αλλά ταυτόχρονα και να περιορίζουν τους επισκέπτες. Σχετικές έρευνες έχουν καταλήξει στην ύπαρξη τεσσάρων κατηγοριών εικονικών μουσείων. Το εικονικό μουσείο - «φυλλάδιο», η πιο απλή μορφή, αφορά την ενημερωτική-διαδικτυακή παρουσία ενός πραγματικού μουσείου μέσω ιστοσελίδας που περιέχει γενικές και στοιχειώδεις πληροφορίες. Το εικονικό μουσείο - «περιεχόμενο» η συχνότερη μορφή, περιελάμβανε πληροφορίες λειτουργικού χαρακτήρα αλλά και ψηφιακό πολυμεσικό υλικό για τα αντικείμενα του μουσείου, τις εκθεσιακές ενότητες και συλλογές και προκύπτουν χάρη στην ψηφιοποίηση των εκθεμάτων. Το εικονικό μουσείο-μαθησιακό περιβάλλον είναι η εξελιγμένη μορφή της προηγούμενης κατηγορίας. Περιλαμβάνει εκπαιδευτικού και μαθησιακού χαρακτήρα τρόπους παρουσίας ψηφιακών δεδομένων. Η επίσκεψη προσαρμόζεται στα χαρακτηριστικά αλλά και στις ανάγκες του επισκέπτη ο οποίος μπορεί να ανακαλύψει μαθησιακές εφαρμογές όπως, κουίζ και επιλέγει ανάλογα με τις επιθυμίες του. Όλο και περισσότερα σύγχρονα μουσεία προσφέρουν τέτοια μαθησιακά περιβάλλοντα, όπως το Λούβρο και το Βρετανικό. Τέλος το εικονικό μουσείο - εικονική πραγματικότητα, η πιο αναπτυγμένη μορφή, αφορά στη δυνατότητα εικονικής περιήγησης στο πραγματικό μουσείο. Ο ψηφιακός πολιτισμός θέτει τόσο στα πραγματικά όσο και στα εικονικά μουσεία ενώπιον νέων εννοιών, τάσεων και προκλήσεων¹⁹. Έρευνες υποστηρίζουν ότι οι διαδικτυακοί επισκέπτες των ψηφιακών μουσείων ακολουθούν το ψυχολογικό και δημογραφικό προφίλ των επισκεπτών των πραγματικών μουσείων.

¹⁹ Ι. Δεληγιάννης - Γ. Παπαϊωάννου 2014, 151

Επίσης σύμφωνα με μελέτες αναφέρουν ότι μεγάλο τμήμα της επισκεψιμότητας σε ιστοσελίδες πολιτιστικής κληρονομιάς προέρχεται από ανθρώπους πριν ή μετά την επίσκεψής του στο πραγματικό χώρο.

Όλα αυτά όμως κατά την περίοδο της καραντίνας ανατρέπονται. Καλούμαστε να δούμε το διαδίκτυο ως τον «πραγματικό» και μοναδικό μουσειακό χώρο. Είναι ο χώρος, που μπορούμε να προκαλέσουμε τα όρια του παραδοσιακού μουσείου, της εικόνας και την πληροφορία καταγραφής των αντικειμένων αλλά και να πειραματιστούμε με την ερμηνεία.

Στις εξωτερικές ενέργειες που προαναφέρθηκαν θα μπορούσαμε να τοποθετήσουμε τις ενέργειες επικοινωνιακού χαρακτήρα και προσέλκυσης των επισκεπτών²⁰.

Εφαρμογές και μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλουν στις <<εξωτερικές>> διεργασίες. Το πιο σύγχρονο εργαλείο ή αλλιώς πύλη προς τον έξω κόσμο είναι το διαδίκτυο και ειδικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ιδιαίτερο πλεονέκτημα ότι επιτρέπουν την διάδραση και την αλληλεπίδραση. Επίσης τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προωθούν σε μεγάλο βαθμό την εξωστρέφεια των μουσείων και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις επιλογές και τον προγραμματισμό των χρηστών. Βρίσκονται μέσα στο κινητό και αποτελούν αντικείμενο σχολιασμού έρευνας και έκφρασης της γνώμης στο δημόσιο βήμα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Προστίθενται όροι, όπως η συνεργασία, η διασύνδεση, δημιουργία <<online>> κοινοτήτων, το <<sharing>> η συμμετοχή των επισκεπτών στην καθημερινότητα του μουσείου. Τάση της εποχής είναι η ελευθέρια της έκφρασης και της γνώμης, ο εκδημοκρατισμός.

Εργαλεία όπως το Facebook , το YouTube , το Instagram και άλλα, αναφερόμενα και ως κοινωνικά δίκτυα ενθαρρύνουν την κοινωνική δικτύωση, την επικοινωνία των χρηστών του διαδικτύου μεταξύ τους αλλά και με τα μουσεία. Δημιουργούνται κοινότητες επισκεπτών που διαθέτουν και μοιράζονται πληροφορίες, εντυπώσεις και μέσα που τους ενημερώνουν για τις εκδηλώσεις του μουσείου. Ενθαρρύνεται η ανταλλαγή φωτογραφιών και βίντεο, η άμεση καταγραφή εντυπώσεων η παραγωγή περιεχομένου όχι μόνο από επιμελητές αλλά και από τους χρήστες. Σήμερα παρατηρείται η εξάπλωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και μέσα από τα

²⁰ Χαρατζοπούλου 1999, 93

<<έξυπνα>> κινητά μας τηλέφωνα παρακολουθούμε τηλεόραση, αναρτούμε από τον υπολογιστή μας δικό μας υλικό και συμμετέχουμε σε ψηφιακές κοινότητες.

Επιπλέον τα οργανωμένα κέντρα ψυχαγωγίας όπως η τηλεόραση ανταγωνίζονται τα μουσεία διεκδικώντας μεγάλο μερίδιο από τον ελεύθερο χρόνο του σύγχρονου ανθρώπου²¹. Το πιο πρόσφατο μέσο και φαίνεται πως θα απασχολήσει μελλοντικά καθώς κερδίζει αρκετό έδαφος είναι τα podcast. Στην Ελλάδα φαίνεται ότι αρχίζει και διαδίδεται γρήγορα ενώ στο εξωτερικό έχει αρχίσει ήδη να απασχολεί από το 2014 και έρευνες δείχνουν να αποκτά μεγάλο κοινό. Πρόκειται για ένα νέο ψηφιακό μέσο, πιο συγκεκριμένα είναι μια εκπομπή ή μια σειρά ηχογραφημένων επεισοδίων, ελεύθερα σε πλατφόρμες και μπορεί κάποιος να τις ακούσει από οπουδήποτε ώρα και μέρος. Το περιεχόμενο τους ποικίλει από δημοσιογραφικό, προσωπική ιστορία ή και ψυχαγωγικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο μέσο δίνει την δυνατότητα στα μουσεία να εντάξουν στην πολιτική τους ένα από τα πιο σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία²². Ένα παράδειγμα έλληνα δημιουργού αποτελεί ο Θόδωρος Παπακώστας.²³

Οι νέες τεχνολογίες έχουν συμβάλει κατά πολύ στην αλλαγή του ρόλου των μουσείων σε όλα τα επίπεδα και στις καθημερινές λειτουργίες του αλλά κυρίως στους τομείς της επικοινωνίας, της εκπαίδευσης και των εκθέσεων. Τα μουσεία προσφέρουν καινοτομία και καθιστούν δυνατή την ανάπτυξη νέων ψηφιακών προϊόντων και εμπειριών. Κύριο πρόβλημα με την είσοδο των νέων τεχνολογιών στα μουσεία αναδεικνύεται η δυσκολία επίτευξης της ισορροπίας και η επιβολή του μέτρου. Είναι δεδομένο το γεγονός ότι δεν πρέπει να καλύπτουν τα εκθέματα αλλά να λειτουργούν συμπληρωτικά αυτών με απώτερο σκοπό τη πληροφόρηση, τον διδακτισμό, την ψυχαγωγία και την αποφυγή της μουσειακής κόπωσης. Επιπλέον ενδεχομένως να υπάρχει μικρός κίνδυνος να διαταραχθούν οι κύριοι και ανώτεροι στόχοι του μουσείου και να δημιουργηθούν πελάτες και όχι επισκέπτες²⁴. Μια ακόμα δυσκολία αποτελεί το γεγονός της γρήγορης ανανέωσης τους και της ανάπτυξής τους και στην ενδεχομένως απαραίτητη αντικατάστασή τους. Τέλος, καταλαβαίνουμε ότι οι νέες

²¹ Μ. Παπασωτηρίου 2018, 93

²² Συγκά 2020

²³ <https://pod.gr/portfolio/archaeostoryteller-me-ton-thodoro-papakosta/>

²⁴ Σαλή 2006, 211-221

τεχνολογίες στηρίζουν την ενίσχυση της επικοινωνιακής διάστασης του αντικειμένου και κατά επέκταση όλου του μουσείου.

2.1 Το βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο.

Το Βυζαντινό και Χριστιανικό μουσείο βρίσκεται στην Αθήνα και συγκεκριμένα επί της Λεωφόρου Βασιλίσσης Σόφιας. Ιδρύθηκε το 1914 κλείνοντας έτσι έναν ολόκληρο αιώνα από την δημιουργία του. Ωστόσο η ιστορία του ξεκινά το 1884 με την ίδρυση της Βυζαντινής Αρχαιολογικής Εταιρίας. Η συλλογή του μουσείου στεγάζονταν αρχικά στα γραφεία της Ιεράς Συνόδου με πρωτοβουλία του κυρίου δημιουργού της συλλογής, Λαμπράκη. Στην συνέχεια στεγάστηκε σε αίθουσα του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου. Τέλος το μουσείο εγκαταστάθηκε στην Villa Illisia, όπου υπάρχει μέχρι σήμερα.

Από αρχιτεκτονική άποψη η Villa Illisia αποτελεί ένα από τα ωραιότερα κτήρια της Αθήνας με σημαντική ιστορική και πολιτιστική σημασία. Το κτήριο αποτελούσε το σπίτι της Δούκισσας της Πλακεντίας από το 1848 έως τον θάνατο της το 1854. Η δημιουργία του μεγάρου πραγματοποιήθηκε από τον σπουδαίο αρχιτέκτονα της εποχής Σταμάτη Κλεάνθη²⁵. Η αρχιτεκτονική του κτηρίου συνδυάζει στοιχεία του κλασικισμού αλλά και του ρομαντισμού. Αποτελεί ένα συγκρότημα κτηρίων με κύρια χαρακτηριστικά την απλότητα και την αυστηρή συμμετρία. Μετά τον θάνατο Πλακεντίας περιήλθε στο ελληνικό δημόσιο και χρησιμοποιήθηκε από τις στρατιωτικές αρχές. Το 1926 άρχισε να στεγάζετε το ΒΧΜ με αλλαγές στο εσωτερικό και όχι στο εξωτερικό από τον Αριστοτέλη Ζάχο. Η οργάνωση του μουσείου έγινε υπό της οδηγίες της μουσειογραφικής μελέτης, του τότε διευθυντή Γεωργίου Σωτηρίου, καθώς και με την βοήθεια της πρώτης Ελληνίδας βυζαντινολόγου Μαρίας Σωτηρίου²⁶. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαμόρφωση της αυλής, η οποία αποτελεί και ένα μεγάλο και σημαντικό μέρος του συγκροτήματος,

²⁵ Ο Σταμάτης Κλεάνθης αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους αρχιτέκτονες της εποχής του με έργα ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής σημασίας καθώς αποτελούν τα πρώτα δείγματα του νεοελληνικού μεσογειακού ρυθμού. Στην Αθήνα πολλά από τα σπουδαία κτήρια είναι δημιουργίες του όπως για παράδειγμα η οικία του στην Πλάκα που αποτέλεσε την στέγη του νεοσύστατο, τότε Πανεπιστήμιο Αθηνών και άλλα σημαντικά κτήρια.

²⁶ Η Μαρία Σωτηρίου, η πρώτη γυναίκα βυζαντινολόγος στην Ελλάδα, μαζί τον Γ. Σωτηρίου συνέβαλαν στην ίδρυση και την διαμόρφωσή το ΒΧΜ. Έχει επιτελέσει σπουδαίο έργο και η συμβολή της στις βυζαντινές ανακαλύψεις και γνώσεις είναι σημαντική.

<https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/deltion/article/viewFile/5323/5072>

διαμορφώθηκε από τον αρχιτέκτονα Κίμωνα Λάσκαρη. Το άνοιγμα του μουσείου πραγματοποιείται το 1930. Ωστόσο λόγω του πολέμου το μουσείο ανοίγει τις πόρτες του για το κοινό το 1946. Με τη βοήθεια του σχεδίου Μάρσαλ κτίζεται νέα αίθουσα και αναδιοργανώνεται το εργαστήριο συντήρησης. Τη δεκαετία του 1950 αρχίζουν οι πρώτες περιοδικές εκθέσεις. Το 1980 αρχίζει η περίοδος επέκτασης του μουσείου με σκοπό την επανέκθεση της συλλογής με νέα, προσαρμοσμένη στις αλλαγές, σύγχρονη μουσειογραφική μελέτη. Ολοκληρώθηκε το 2004 με την έκθεση ενός μέρους της συλλογής και του υπόλοιπου το 2010. Υπό τον σχεδιασμό του αρχιτέκτονα Μανού Περάκη (1987-1992).

Το μουσείο είναι υπόγειο και αναπτύσσεται σε πολλαπλά επίπεδα κάτω από το κτηριακό συγκρότημα της Δούκισσας της Πλακεντίας. Στο ισόγειο του Μεγάρου βρίσκεται το κεντρικό σημείο υποδοχής των επισκεπτών. Η αίθουσα, στον τύπο της παλαιοχριστιανικής βασιλικής, που διατήρησε την εσωτερική της διαμόρφωση, φιλοξενεί έκθεση για την ιστορία του Μουσείου, ενώ η απέναντι παρουσιάζει περιοδικές εκθεσιακές δράσεις. Ο αριθμός των αντικειμένων είναι πάνω από 30.000 και χρονολογούνται από τον 3^ο έως τον 21^ο αιώνα, των βυζαντινών και μεταβυζαντινών χρόνων. Προέρχονται κυρίως από τον ελλαδικό, βαλκανικό και μικρασιατικό χώρο, αλλά εκτεθειμένα και αλλά σε ειδικές διαμορφωμένες αποθήκες. Περιλαμβάνονται εικόνες, τοιχογραφίες, ψηφιδωτά, χειρόγραφα, αντικείμενα από χαρτί, γλυπτά, έργα μικροτεχνίας, κεραμικά, πίνακες και άλλα. Εκτός από τους χώρους της μόνιμης έκθεσης και αυτόν για τις περιοδικές εκθέσεις υπάρχει βιβλιοθήκη που διαθέτει περίπου 15.000 τόμους, δωρεών μεγάλων βυζαντινολόγων, και διαθέτει αναγνωστήριο 8 θέσεων για άτομα που θέλουν να ασχοληθούν με την ζωή στο βυζάντιο. Επιπλέον διαθέτει πωλητήριο, καφέ-εστιατόριο και τα γραφεία του προσωπικού, αμφιθέατρο καθώς και, αρκετά ενεργό, εκδοτικό τμήμα, εντός του μουσείου.

Η μόνιμη συλλογή του μουσείου παρουσιάζεται σε έξι ενότητες: Η βυζαντινή Αυτοκρατορία, Από τον αρχαίο κόσμο στο Βυζαντινό, Ο κόσμος του Βυζαντίου, η πνευματική και καλλιτεχνική κινητικότητα τον 15^ο αιώνα, από το Βυζάντιο στη Νεότερη Εποχή, Βυζάντιο και νεότερη τέχνη. Επίσης στον προαύλιο χώρο του μουσείου, εκτός από την πλούσια βλάστηση στον ειδικά διαμορφωμένο κήπο υπάρχει

χώρος έκθεσης αλλά και ειδικά διαμορφωμένος χώρος για εκδηλώσεις. Στο κήπο του μουσείου παρουσιάζονται τρεις εκθεσιακοί σταθμοί. Η Φρεατο-δεξαμενή που αφορά την ύδρευση της Αθήνας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Ο Παράδεισος που σχετίζεται με τις βυζαντινές αντιλήψεις για την επίγεια αλλά και την μετά θάνατο ζωή. Τέλος ο Ιλισός για την εξέλιξη του παριλίσιου τοπιού από την αρχαιότητα έως σήμερα. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η είσοδος στο χώρο είναι ελεύθερη καθώς και το γεγονός ότι υπάρχει πρόβλεψη για είσοδο σε άτομα με ειδικές ανάγκες.

Τέλος τον Μάιο ήταν προγραμματισμένο το άνοιγμα του παραρτήματος του μουσείου με αφορμή την Διεθνής Ημέρα Μουσείων 2021. Το άνοιγμα για το κοινό πραγματοποιήθηκε, η συλλογή είναι ανοιχτή για το κοινό ωστόσο με βασικές ελλείψεις.²⁷ Το κτήριο που βρίσκεται επί της οδού Μαυρομιχάλη στο κέντρο της Αθήνας αποτελούσε την κατοικία αρχικά του αρχιτέκτονα Ερνέστου Τσίλλερ και μετέπειτα του τραπεζίτη και συλλέκτη Διονυσίου Π. Λοβέρδου. Ο δεύτερος το χρησιμοποίησε και για να εκθέσει την πλούσια συλλογή του δημιουργώντας ένα ιδιωτικό βυζαντινό μουσείο με το όνομα του, κατά την διάρκεια της ζωής του. Τώρα το μουσείο θα προορίζεται για την έκθεση επιλεγμένων έργων από την συλλογή του που βρίσκεται ως παρακαταθήκη του μεγάρου στο ελληνικό Δημόσιο. Η Κ. Δελλαπόρτα, διευθύντρια του ΒΧΜ, αναφέρει <<ότι πρόκειται για επανέκθεση της συλλογής προβάλλοντάς την και ενισχύοντάς την με σύγχρονα μέσα με σκοπό να αποκατασταθεί και να αποδοθεί η ατμόσφαιρα που ο ίδιος ο Λοβέρδος είχε δημιουργήσει τότε>>. Το μουσείο θα έχει επιπλέον καφέ, πωλητήριο, χώρο για περιοδικές εκθέσεις, εκδηλώσεις, συναυλίες και άλλα²⁸.

²⁷ <https://www.kathimerini.gr/culture/561500953/xerosfyri-sta-moyseia/>

²⁸ Γιώτα Συκκά 2021, 4-5

2.2 Η επικοινωνιακή πολιτική και η εξωστρέφεια του BXM.

Το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και μεγαλύτερα μουσεία της Ελλάδας. Σκοπός και στόχος του είναι η ανάδειξη του βυζαντινού πολιτισμού. Με γνώμονα αυτά το μουσείο χτίζει την επικοινωνιακή πολιτική του, ώστε το κοινό να γνωρίσει την βυζαντινή και χριστιανική ιστορία της χώρας και όχι μόνο. Στο οργανόγραμμα του μουσείου υπάρχει το τμήμα Δημοσίων σχέσεων, τεκμηρίωσης και δημοσίευσης όπου και υπάγεται το γραφείο επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει τμήμα μάρκετινγκ και εξωστρέφειας.

Αρχικά η τοποθεσία του μουσείου αλλά και τα εκθέματα του αποτελούν τον κυρίαρχο διάλογο επικοινωνίας μουσείου και κοινού. Λόγω της τοποθεσίας, το γεγονός ότι βρίσκεται σε ένα από τα κεντρικότερα σημεία της πρωτεύουσας ανάμεσα σε σπουδαία μουσεία και πολιτιστικούς χώρους, όπως το μουσείο Μπενάκη, το ίδρυμα Θεοχάρη, η Εθνική Πινακοθήκη και άλλα, το καθιστούν πόλο έλξης δημιουργώντας έτσι έναν πολιτιστικό ιστό. Τα αντικείμενα και η συλλογή είναι το σημαντικότερο μέσο επικοινωνίας σε ένα μουσείο. Έτσι και στο BXM με την επανέκθεση της συλλογής το 2010, η οποία έγινε με γνώμονα τις νέες τάσεις και με στόχο των εκσυγχρονισμό του μουσείου αλλά και την άμεση επικοινωνία με τον επισκέπτη. Επιπλέον τα αντικείμενα στα πλαίσια συνεργασιών και συνεργιών δανείζονται σε Αρχαιολογικές υπηρεσίες και μουσεία. Έτσι δημιουργείται μια επικοινωνία και με άλλους φορείς²⁹. Το μουσείο φροντίζει ώστε η έκθεση των αντικειμένων να είναι δομημένη επικοινωνιακά σωστά και να δημιουργήσει στο κοινό οικειότητα στο χώρο και να προκαλέσει το ενδιαφέρον του. Ένα ακόμα επικοινωνιακό μέσο και όχι μόνο είναι ο μεγάλος αριθμός των περιοδικών εκθέσεων

²⁹ Λαζαρίδου 2014

που έχουν πραγματοποιηθεί στο μουσείο. Σκοπός του μουσείου είναι η παρουσίαση και η σύνδεση του βυζαντινού πολιτισμού με σύγχρονες και άλλες μορφές πολιτιστικής κουλτούρας όπως η σύνδεση με το σύγχρονη τέχνη και να προσαρμοστεί στο σήμερα. Μια από τις πιο πρόσφατες περιοδικές εκθέσεις που πραγματοποιήθηκε με τίτλο << Λαμπαδηδρομία προς Τόκιο-Κληρονομία και αφομοίωση >> με εντυπωσιακά έργα σύγχρονης ιαπωνικής τέχνης. Αφορμή για την έκθεση αυτή ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2020 στο Τόκιο. Όπως αναφέρει η ίδια η διευθύντρια Κατερίνα Δελλαπόρτα σε άρθρο. Το μουσείο, αν και έχει συγκεκριμένο περιεχόμενο, είναι ένα σύγχρονό μουσείο που προκαλεί το κοινό να λάβει διαφορετικά μηνύματα και να προβάλει άλλους πολιτισμούς³⁰.

Ένα μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου αποτελούν τα εκπαιδευτικά προγράμματα για όλες τις ηλικιακές και κοινωνικές ομάδες. Από το 1989, όπου και πραγματοποιήθηκε το πρώτο εκπαιδευτικό πρόγραμμα μέχρι σήμερα παρατηρείται πλήθος προγραμμάτων για το κοινό ενισχύοντας έτσι την επικοινωνία και την εξωστρέφεια³¹. Επιπλέον το μουσείο επιλέγει να συνεργαστεί και να μεταφέρει τις δράσεις του και εκτός των φυσικών του ορίων. Σημαντική είναι η εκπαιδευτική του δράση σε συνεργασία με άλλους φορείς, όπως νοσοκομεία, φυλακές, γηροκομεία και άλλα. Δημιουργεί δίαυλο επικοινωνίας με ομάδες σχεδόν αποκλεισμένες, όπως τα παιδιά με χρόνιες παθήσεις του Νοσοκομείου Παιδών <<Αγία Σοφία>>.

Πραγματοποίησε μια σειρά δράσεων μετά από πρόσκληση του σχολείου του νοσοκομείου.³²

³⁰ Γιώτα Συκκά , 2020

³¹ Ανδρομάχη Κατσελάκη, 1996

³²<< Η δράση πραγματοποιήθηκε για παιδιά που βρισκόταν στο νοσοκομείο Αγία Σοφία προσφέροντάς τους την δυνατότητα να συμμετέχουν στο πρόγραμμα χωρίς να βρίσκονται στο χώρο του μουσείου. Η σειρά των προγραμμάτων είχε ως στόχο επαφή των παιδιών με το μουσείο και να συμβάλει με τον τρόπο αυτόν στην θεραπευτική τους διαδικασία, στην μόρφωση τους και στην ποιότητα της ζωής τους μέσα στο νοσοκομείο. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα προέκυψαν μετά από συνεργασία του μουσείου, ψυχολόγων, εκπαιδευτικών και των εργαζόμενων στο νοσοκομείο.>> Φατώλα , 2017

Επιπλέον στόχος του μουσείου για προσέλκυση του κοινού είναι η πραγματοποίηση διαλέξεων με καλεσμένους εξέχουσες προσωπικότητες από διαφορετικούς επιστημονικούς και καλλιτεχνικούς κλάδους. Στα πλαίσια διεθνών ημερών και όχι μόνο, πραγματοποιούνται στο μουσείο διαλέξεις και ημερίδες με ποικίλη θεματολογία ³³.

Στους χώρους του αμφιθεάτρου πραγματοποιούνται συνεδρία και ενημερωτικές ημερίδες. Επίσης στόχους του μουσείου εκτός από εκπαιδευτικός και ενημερωτικός είναι και ψυχαγωγικός. Συναυλίες, παρουσιάσεις βιβλίων και προβολές ταινιών δίνουν στο μουσείο ποιο ψυχαγωγική και διασκεδαστική οπτική³⁴. Η εκδοτική δραστηριότητα του μουσείου είναι μεγάλη, καθώς για οικονομικούς λόγους η παραγωγή βιβλίων για το μουσείο μέσα στο μουσείο. Επιπλέον από το 2007 άρχισε να εκδίδει το περιοδικό << ILISSIA>> στα ελληνικά και στα αγγλικά δύο φορές το χρόνο. Στόχος της έκδοσης του περιοδικού ήταν να συμβάλει στον προβληματισμό γύρω από ζητήματα που απασχολούν τους μουσειολόγους και γενικά τους επαγγελματίες των μουσείων.³⁵

Το δίκτυο συνεργασιών και συνεργιών του Βυζαντινού είναι μεγάλο δημιουργώντας έτσι επικοινωνία με διαφορετικούς φορείς εντός και εκτός της χώρας. Το μουσείο συνεργάζεται με την Γαλλική αρχαιολογική σχολή, το Πανεπιστήμιο Αθηνών, με την Πρεσβεία της Ιαπωνίας στην Ελλάδα και πολλούς άλλους³⁶. Το μουσείο διαθέτει

³³ <<Μια από τις πολλές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στο ΒΧΜ συμμετέχοντας στα πλαίσια εορτασμού των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς, πραγματοποιήθηκαν στον χώρο του μουσείου, το 2018 ξεναγήσεις αλλά και εκπαιδευτικά προγράμματα συνδεδεμένα με το θέμα της χρονιάς με τον τίτλο «ΠΟΛ(Ε)ΙΣ» αλλά και με δωρεάν είσοδο.>> Αρχαιολογία και Τέχνες, 2018

³⁴ <<Ένα παράδειγμα ψυχαγωγικής εκδήλωσης την Δευτέρα 5 Νοεμβρίου 2018 πραγματοποιήθηκε στο Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο από την Κρατική Ορχήστρα Αθηνών συναυλία αφιερωμένη στη μουσική παράδοση της Γαλλίας με τίτλο «Με γαλλικό άρωμα» με αφορμή τον κύκλο συναυλιών μουσικής δωματίου «Μουσικοί περίπατοι στα Μουσεία» της Κρατικής Ορχήστρας Αθηνών.>>

³⁵ <<Στο περιοδικό παρουσιαζόταν διαφορά αφιερώματα, συνεντεύξεις και παρουσιάσεις με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών των επαγγελματιών των μουσείων.>>

³⁶ <<Δρόμος του φωτός και της ελπίδας- Το ταξίδι του ελληνισμού στην Ιαπωνία >>, ήταν ο τίτλος μια έκθεσης φωτογραφίας που πραγματοποιήθηκε στο ΒΧΜ, το 2019, σε συνεργασία με την Πρεσβεία της Ιαπωνίας και το Ινστιτούτο Φωτογραφικής Βιομηχανίας Ιαπωνίας. Παρουσιάστηκε η σπάνια

σύλλογο << Φίλοι του μουσείου>> με κύριο σκοπό την υλική υποστήριξη και συμπαράσταση για την επίτευξη του σκοπού του, αποτελεσματικότερα. Κύριοι στόχοι η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού πάνω σε θέματα το βυζαντινού πολιτισμού καθώς και η προώθηση της ερευνάς.

Σημαντικό μέρος της εξωστρέφειας του μουσείου είναι η διαδικτυακή του παρουσία. Διαθέτει την κεντρική του ιστοσελίδα με πληροφορίες για την ιστορία του μουσείου τις δράσεις αλλά και πληροφορίες για να οργανώσεις την επίσκεψή σου. Υπάρχει αρχείο που ενημερώνει τους επισκέπτες για όλες τις δράσεις του μουσείου μελλοντικές και παρελθοντικές³⁷. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι διαθέτει μια δεύτερη ηλεκτρονική διεύθυνση όπου εκτός από πληροφορίες για το μουσείο και την συλλογή μπορείς να το επισκεφτείς εικονικά. Είναι από τα πρωτοπόρα και λίγα μουσεία που έχουν εικονική περιήγηση, στην Ελλάδα. Επιπλέον μέσα στην σελίδα υπάρχουν ψηφιοποιημένα αντικείμενα από τις συλλογές τόσο από αυτά που παρουσιάζονται στο μουσείο όσο και αυτά που βρίσκονται στις αποθήκες και οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να τα δουν. Ακόμη για τους μικρούς επισκέπτες δίνεται η δυνατότητα διαδικτυακών παιχνιδιών. Υπάρχουν τρία διαφορετικά παιχνίδια για απασχόληση μικρών αλλά και μεγάλων που με διασκεδαστικό τρόπο μαθαίνουν για τα αντικείμενα την ιστορία τους και ψυχαγωγούνται³⁸. Το μουσείο διαθέτει επίσης σελίδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καλύπτοντας τις απαιτήσεις του κοινού για ενημέρωση και συμμετοχή. Διαθέτει σελίδα στο facebook με περίπου 30.000 ακόλουθους και παρατηρείται ενεργητικότητα των υπευθύνων καθώς στην σελίδα αναρτούνται δημοσιεύσεις, φωτογραφίες, βίντεο και πληροφορίες για το μουσείο. Δύνεται η δυνατότητα στους χρήστες να παραθέσουν τις κριτικές, τα σχόλιά τους και τις ερωτήσεις τους³⁹. Επιπλέον διαθέτουν κανάλι στο YouTube όπου και

συλλογή από 46 φωτογραφίες αγαλμάτων και άλλων πολιτιστικών θησαυρών που βρίσκονται στον βουδιστικό ναό Tōdaiji και το σιντοϊστικό ιερό Kasuga-Taisha, Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO, στη Νάρα –αρχαία πρωτεύουσα της Ιαπωνίας και το ανατολικότερο άκρο του Δρόμου του Μεταξιού– που είναι επηρεασμένα από τον ελληνιστικό πολιτισμό της. Από την φωτογράφο-καλλιτέχνη Miro Ito. Στο πλαίσιο της έκθεσης πραγματοποιήθηκε διάλεξη της φωτογράφου και εικαστική περφόρμανς.>> Αρχαιολογία και Τέχνες, 2019

³⁷ <https://www.byzantinemuseum.gr/el/>

³⁸ <https://www.ebyzantinemuseum.gr/>

³⁹ <https://www.facebook.com/byzantineandchristianmuseum/>

ανεβάζουν βίντεο και διαθέτουν περίπου 2.000 συνδρομητές⁴⁰. Ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης που αναρτούν φωτογραφίες είναι και το Instagram αναρτημένες, περίπου 160 δημοσιεύσεις από το μουσείο και 3.000 ακόλουθους⁴¹.

Τέλος, αξιοσημείωτο ότι το μουσείο βρίσκεται και στο Trip Advisor, ένα εργαλείο όπου οι επισκέπτες μπορούν να βαθμολογήσουν και αξιολογήσουν την επίσκεψη στο μουσείο, να αναρτήσουν κριτικές θετικές και αρνητικές, αλλά και να ανεβάσουν φωτογραφίες⁴². Το 2020 στη συγκεκριμένη πλατφόρμα το BXM βρέθηκε ανάμεσα στα 31 μουσεία του Υπουργείου Πολιτισμού που τιμήθηκαν με το βραβείο << Traveller`s Choice Award >>⁴³.

⁴⁰ <https://www.youtube.com/user/ByzantineMuseum>

⁴¹ <https://www.instagram.com/byzantineandchristianmuseum/>

⁴² <https://www.tripadvisor.com.gr/>

3.1.Τα μουσεία την εποχή της πανδημίας COVID-19.

Τα μουσεία στο πρώτο στάδιο τους δηλαδή της ιδέας, στην μουσειογραφική μελέτη σχεδιάζουν το μουσείο προβλέποντας τους πιθανούς κινδύνους· τις φυσικές καταστροφές αλλά και ανθρωπογενούς παράγοντες σε περίπτωση έκτακτου ανάγκης. Ωστόσο τα περισσότερα μουσεία που λειτουργούν σήμερα στερούνται τέτοιου σχεδιασμού. Οι κίνδυνοι είναι πολλοί και προέρχονται τόσο από φυσικά φαινόμενα όσο και από ανθρωπογενείς παράγοντες⁴⁴. Η τάση, που επικρατεί τις περισσότερες φορές, επιβάλλει να διορθώνονται οι ζημιές και στην συνέχεια να ξεχνιούνται αλλά και μετέπειτα η προετοιμασία συνήθως να γίνεται για συνηθισμένες περιπτώσεις κινδύνων. Ελλιπής είναι και ο σχεδιασμός και για κινδύνους που φαντάζουν δύσκολο να συμβούν, όπως η περίοδος της υγειονομικής κρίσης που βιώνει τώρα όλη η υφήλιος.

⁴⁴ <<Στις φυσικές καταστροφές κατατάσσουμε τις πλημμύρες, τους σεισμούς και άλλες. Στις καταστροφές από τους ανθρωπογενείς παράγοντες είναι αυτές του πολέμου που πραγματοποιούνται λεηλασίες και καταστροφές και ούτω καθ' εξής.>>

Οι οργανισμοί που ασχολούνται με τον πολιτισμό σε όλο τον κόσμο, όπως η UNESCO και το ICOM, αναγνωρίζουν και προωθούν την ανάγκη για προετοιμασία αντιμετώπισης καταστάσεων έκτακτης ανάγκης. Στόχος είναι η πρόληψη και η ενεργητικότερη αντίδραση προγραμματίζοντας και προετοιμάζοντας την διάσωση. Η φύση των μουσείων τα προορίζει ως προστάτες της πολιτιστικής κληρονομιάς και για τον λόγο αυτόν το ζήτημα της ασφάλειας είναι μέρος της γενικότερης στρατηγικής ενός μουσειακού οργανισμού και αποτελεί και κεντρικό τμήμα της πολιτικής διαχείρισης των συλλογών.

Η λήψη των κατάλληλων μέτρων ασφαλείας μπορεί να περιλαμβάνει και αποφάσεις που δεν είναι απλές και εύκολες, με ευρύτερη προοπτική και όχι περιστασιακά με συνεργασία όλων των εργαζομένων στο μουσείο τόσο του ειδικευμένου προσωπικού σε θέματα ασφαλείας όσο και των υπολοίπων εργαζομένων σε όλους τους τομείς. Κάθε πρόγραμμά ασφαλείας ξεκινά με την εκτίμηση των κινδύνων στους οποίους εκτίθεται προσωπικό, επισκέπτες, συλλογή και γενικά το μουσείο. Σε κάθε μουσείο ο βαθμός επικινδυνότητας διαφέρει και μπορεί να συνδέετε με παράγοντες όπως η περιοχή που βρίσκεται, τα χαρακτηριστικά της συλλογής η έκθεση της και οι θέσεις των αντικειμένων μέσα στο μουσείο και τέλος το κατά πόσο αυτά είναι προσιτά στους επισκέπτες και στους κινδύνους που εγκυμονούν. Βασική είναι η εκτίμηση των κινδύνων και στη συνέχεια της επάρκειας των υπάρχοντων μέτρων αλλά και ο σχεδιασμός των αλλαγών και των βελτιώσεων.

Τα πλεονεκτήματα της στρατηγικής ασφαλείας σε συνδυασμό με την συνεχή και συστηματική εκπαίδευση του προσωπικού και την συχνή αναθεώρηση τους οδηγούν στην ικανοποιητική προστασία του μουσείου σε κινδύνους. Σε κάθε περίπτωση έκτακτης ανάγκης στην διαχείριση υπάρχουν τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο αφορά την προετοιμασία για έναν ενδεχόμενο κίνδυνο και την αξιολόγησή του ώστε να γίνει καλύτερη αντιμετώπιση του. Στο δεύτερο στάδιο η ανταπόκριση τη στιγμή που το γεγονός συμβαίνει δηλαδή ο σχεδιασμός των τρόπων που θα εξασφαλίσει την προστασία του με καθοδήγηση των συνθηκών του μουσείου. Πρέπει να ορίζονται μέτρα προστασίας των εξωτερικών χώρων του μουσειακού κτηρίου, εγκαταστημένοι συναγερμοί, ασφάλεια των εκθεμάτων αλλά και η ενίσχυση και εκπαίδευση του προσωπικού. Τέλος η ανάκαμψη η διαδικασία κατά την οποία γίνεται η ανασύνταξη.

Ωστόσο πριν τον σχεδιασμό γίνεται η αξιολόγηση του κινδύνου αλλά και τις πιθανότητες αυτού. Για την προστασία των μουσείων σε έκτακτα περιστατικά προτείνεται η δημιουργία ενός πινάκα για να μπορεί να σταθμίζει τους πραγματικούς κινδύνους και να οργανώνει⁴⁵. Αλλά συνήθως την επιθυμία την εμποδίζουν παράγοντες όπως είναι η οικονομικοί. Συντάσσονται συχνά σχέδια για την αντιμετώπιση των εκτάκτων αναγκών: 1. Αναγνώριση του είδους των καταστροφών, 2. σχεδιασμός και αξιολόγηση της στρατηγικής, 3. γραπτές οδηγίες για επιμελητές πριν μετά και κατά την διάρκεια του κινδύνου και 4. αξιολόγηση και εκπαίδευση. Σημαντικά στοιχεία είναι η εκτίμηση της επικινδυνότητας, η καθιέρωση προστατευτικών μέτρων και ο σχεδιασμός της ανάκαμψης με συγγραφή του σχεδίου. Ακόμη ένα σημαντικό μέρος κατέχει η εκπαίδευση του προσωπικού και η δοκιμή του σχεδιασμού που έχει συνταχθεί. Σε όλες τις περιπτώσεις η αξιολόγηση και η ανανέωση του σχεδιασμού, αποτελούν βασικά εργαλεία αντιμετώπισης περιόδων κρίσεων.

Για την προστασία των μουσείων από εκτάκτους κινδύνους υπάρχουν διεθνείς πρωτοβουλίες με σημαντικότερη προσπάθεια αυτή της UNESCO⁴⁶, για περιπτώσεις ένοπλης σύρραξης με βάση της Σύμβασής της Χάγης 1954 για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το ICOM δραστηριοποιείται με την Διεθνή Επιτροπή της Μπλε Ασπίδας, μια διεθνή επιτροπή με στόχο την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών. Στην Ελλάδα δεν έχει ενεργοποιηθεί ακόμα⁴⁷. Μια επιπλέον πρωτοβουλία του ICOM είναι το Πρόγραμμα Ανάγκης για Μουσεία, το οποίο δίνει έμφαση σε δραστηριότητες εκπαίδευσης και

⁴⁵<< Για την προστασία των μουσείων από κινδύνους παρουσιάστηκε από τον Patric Boylan, η δημιουργία και η ύπαρξη ενός πινάκα για την καταγραφή των κινδύνων αλλά και τον σχεδιασμό αντιμετώπισης. Στον πίνακα αυτόν καταγράφονται οι κίνδυνοι και πληροφορίες για αυτούς αλλά και οι συνέπειες στο μουσείο και άλλα. >> Patric Boylan, 2004

⁴⁶ <<United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Είναι διεθνείς οργανισμός που ασχολείται με την εκπαίδευση, τον πολιτισμό και άλλα. Κυρίως στόχος η ειρήνη μέσω του πολιτισμού. >> <https://en.unesco.org/>

⁴⁷<<Το Blue Shield International είναι ένα διεθνές δίκτυο φορέων για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς σε περίπτωση ένοπλων συγκρούσεων και φυσικών καταστροφών. Το ICOM είναι ένα από τα τέσσερα ιδρυτικά του μέλη και ενεργό μέλος της εκτελεστικής του επιτροπής. Σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης προγραμματίζει στρατηγικές παρεμβάσεις σε συνεργασία με τοπικές αρχές για την πρόληψη και αντιμετώπιση επιθέσεων.>> <https://theblueshield.org/>

συνεργασίας και συμβάλει στο να υπάρξει διάλογος ανάμεσα στα μουσεία και στους ανθρώπους, που τα περιβάλλουν. Τέλος το ICOM έχει ιδρύσει την διεθνή επιτροπή για την ασφάλεια των μουσείων και άλλες πολλές πρωτοβουλίες.⁴⁸

Είναι αξιοσημείωτο ότι τα μουσεία δημιουργούν προγράμματα και σχέδια, ώστε να διαχειριστούν προβλήματα και κινδύνους. Η διαχείριση κινδύνου γνωστή και ως <<Risk Management>> αποτελεί ζωτικό κομμάτι για την υπόσταση των μουσείων. Επιπλέον είναι εμφανής η προσπάθεια για κινδύνους που είναι ορατοί αλλά και πιο διαδεδομένοι⁴⁹. Δυστυχώς η έλλειψη προγραμμάτων για κινδύνους όπως αυτός της πανδημίας και το κλείσιμο των μουσείων για τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα βρήκε τα μουσεία απροετοίμαστα.

Το Μάρτιο του 2020 τα μουσεία, όπως και η καθημερινότητα όλων των δραστηριοτήτων, έκανε παύση. Με την έλευση της πανδημίας τα μουσεία αναγκάστηκαν να κλείσουν σχεδόν σε όλο τον κόσμο χωρίς να γνωρίζουν το πότε θα ανοίξουν. Στην Ελλάδα τα μουσεία άνοιξαν περίπου μετά από 3 μήνες, στα μέσα του Ιουνίου και το φθινόπωρο του 2020 έκλεισαν ξανά και άνοιξαν το επόμενο έτος, τον Μάιο του 2021 με προοπτική να μην κλείσουν πάλι. Σε άλλα μέρη του κόσμου έκλεισαν στην αρχή της πανδημίας και δεν άνοιξαν ούτε για αυτό το μικρό χρονικό διάστημα, λόγω των σχετικών περιορισμών αλλά και της δραματικής μείωσης του προσωπικού, που οδηγεί επιτρέπει μόνο το οριστικό τους άνοιγμα. Το μέλλον είναι άδηλο και τα μουσεία καλούνται να αντιμετωπίσουν τις συνέπειες του lockdown.

⁴⁸<<Η Επιτροπή ICMS αποτελείται από ειδικούς για την ασφάλεια των μουσείων από κινδύνους, με σκοπό την εκπαίδευση των ατόμων και την βοήθεια στην προστασία των ατόμων και των

⁴⁹ Αλεξάνδρα Μπούνια 2009, 135-164.

Πολλές είναι οι έρευνες που πραγματοποιήθηκαν για τα μουσεία και γενικά τον πολιτισμό και την πανδημία, ώστε να υπάρξει μια πρώτη εικόνα για την κατάσταση που δημιουργήθηκε. Στην Ελλάδα το τμήμα Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, πραγματοποίησε ερευνά κοινού με στόχο την καταγραφή των σκέψεων των μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας, καθηγητών και φοιτητών, για τις επιπτώσεις του Covid-19 στο πολιτιστικό τομέα και ειδικότερα στα μουσεία στην Ελλάδα⁵⁰.

Σε ευρωπαϊκό πλαίσιο το δίκτυο μουσείων NEMO⁵¹ πραγματοποίησε ερευνά σε δύο μέρη με την συμμετοχή των μουσείων της Ευρώπης. Τα αποτελέσματα της έρευνας, από τις απαντήσεις των εργαζόμενων στα μουσεία, έδειξαν ότι έχουν την ανάγκη μεγαλύτερης στήριξης, καθώς συνεχίζουν να χάνουν το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους. Επιπλέον ότι χρειάζονται στρατηγική καθοδήγηση αλλά και

⁵⁰ <<Η ερευνά κοινού έγινε με την σύνταξη και ερωτηματολογίων σε όλη την ακαδημαϊκή κοινότητα του ΠΑΔΑ με ερωτήσεις σχετικά με την άποψη τους για το κλείσιμο των μουσείων στην πανδημία. Σκοπός να τονιστεί η αβέβαιη κατάσταση ως προς τις επιπτώσεις λειτουργίας των κλειστών μουσείων και να διαφωτίσει θέματα και να διατυπώσει απόψεις για την γενική κατάσταση που επικρατεί καθώς και για την διαδικτυακή παρουσία των μουσείων και την συμμετοχή του κοινού σε αυτό. Καθώς και για τα νέα δεδομένα που δημιουργήθηκαν με την ψηφιακή επίσκεψη. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζουν ενδιαφέροντα δεδομένα για μελέτη από τους επαγγελματίες και μη, για την νέα και επόμενη μέρα στα μουσεία.>> Ελένη Αλεξανδρή κ. άλ. 2020, 62-65.

⁵¹ <<To Network of European Museum Organization (NEMO) ιδρύθηκε το 1992 και αποτελεί ένα ανεξάρτητο δίκτυο Ευρωπαϊκών μουσειακών οργανισμών και άλλων ανάλογων φορέων το οποίο συνδέει πάνω από 30.000 μουσεία από 40 χώρες της Ευρώπης με σκοπό την συνεργασία για την ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας της Ευρώπης. Στόχος τους είναι η ενίσχυση πρωτοβουλιών για τα μουσεία η προώθηση της αναγνώρισης του ρόλου τους τη δημιουργία προϋποθέσεων συνεργασίας ανάλυση θεμάτων όπως η οικονομία η νομοθεσία και τέλος τη διασύνδεση με άλλους οργανισμού και δίκτυα για τον πολιτισμό. Επιτρέπει και προωθεί την διάδοση ερευνητικών προγραμμάτων για τα μουσεία και προωθεί προγράμματα.>> <https://www.ne-mo.org/>

επιμόρφωση του προσωπικού, ώστε η ψηφιακή στροφή των μουσείων, που αποτέλεσε μονόδρομο, να καταστεί βιώσιμη⁵².

Προτείνεται, επίσης, τα μουσεία να παραμείνουν ανοιχτά καθώς δεν υπήρχαν αναφορές στις απαντήσεις για μουσεία που αποτέλεσαν εστία μετάδοσης του ιού με την απαραίτητη τήρηση των μέτρων υγιεινής⁵³. Το τελευταίο έρχεται να επαληθευση μια ακόμα έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το ινστιτούτο τεχνολογίας του Βερολίνου που παρουσιάζει με επιστημονικά τεκμήρια το γεγονός ότι ο κίνδυνος μετάδοσης είναι πολύ μικρότερος από τους πολιτιστικούς χώρους από άλλους της καθημερινότητας όπως των Μ.Μ.Μ., των μαγαζιών κ.λπ..⁵⁴ Το ICOM πραγματοποίησε δυο έρευνες για να μπορέσει να έχει μια εικόνα για τα μουσεία και τα αποτελέσματα αυτής είναι ότι τα μουσεία προβλέπουν το μέλλον δυσοίωνο.

Επιπλέον τα μουσεία ανοίγοντας μετά την πανδημία είναι διαφορετικά με εμφανή την συνδρομή του διαδικτύου αλλά και της συνύπαρξης του ψηφιακού και του δια ζώσης περιβάλλοντος⁵⁵.

⁵² Sarah Dominique Orlandi 2020, 58-59

⁵³ NEMO 2021

⁵⁴ Hakim Bishara 2021

⁵⁵ <<Το ICOM για να συγκεντρώσει πληροφορίες για τον τρόπο που η πανδημία επηρεάζει τώρα και πώς στο μέλλον τα μουσεία διεξήγαγε έρευνα. Αναλύθηκαν πέντε θεματικές η κατάσταση που αντιμετωπίζουν μουσεία και προσωπικό, το οικονομικό αντίκτυπο οι ψηφιακοί πόροι και η επικοινωνία η ασφάλεια και η συντήρηση των συλλογών και τέλος η θέση των ανεξάρτητων επαγγελματιών των μουσείων. Στην έρευνα συμμετείχαν μουσεία από 107 χώρες και δόθηκαν 1.600 απαντήσεις. Το βασικό συμπέρασμα της έρευνας ήταν η αβεβαιότητα για το μέλλον και τονίζουν την συμβολή των κυβερνήσεων που πρέπει να συνδράμουν. Σε πολλά μουσεία παρατηρείται αύξηση των ψηφιακών δραστηριοτήτων. Σχετικά με το προσωπικό το μεγαλύτερο μέρος εργαζόταν από το σπίτι ωστόσο δυσοίωνο φαίνεται το μέλλον για εξωτερικούς συνεργάτες. Τέλος το ένα τρίτο των μουσείων θα οδηγηθεί σε περικοπές και σχεδόν ένα στα δέκα μουσεία θα αναγκαστεί να κλείσει. Τα μουσεία και οι περιοχές που κινδυνεύουν περισσότερο είναι τα μικρά και υπό ανάπτυξη, καινούργια και σε περιοχές που είναι λίγα. Η διατήρηση και η ασφάλεια των συλλογών συνεχίστηκε κανονικά. ICOM, Report: Museums, museum professionals and COVID-19, 2020. >> <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποίησε ο οργανισμός ICOM, το 96% των μουσείων αναγκάστηκαν να κλείσουν για την διασφάλιση της υγείας του προσωπικού αλλά και των επισκεπτών. Την περίοδο που τα μουσεία παρέμειναν ανοιχτά δόθηκαν οδηγίες και κανόνες υγιεινής για το πώς θα λειτουργήσουν, για το προσωπικό και τους επισκέπτες ⁵⁶.

Σε παγκόσμιο επίπεδο ο προβληματισμός είναι μεγάλος για παράδειγμα στην Γαλλία οι διευθυντές των μουσείων ζητούσαν επιτακτικά το άνοιγμα τους. Στην Μεγάλη Βρετανία το πρόβλημα είναι μεγαλύτερο, καθώς ο συνδυασμός με το Brexit αλλά και το άνοιγμα των μουσείων να προβλέπεται για τον Μάιο του 2021, οδηγούν σε ένα δυσόιωνο μέλλον για τα μουσεία της χώρας. Στην Αμερική, μεγάλα μουσεία πωλούν και δημοπρατούν τα αντικείμενα τους για την εύρεση πόρων. Επιπλέον πραγματοποιούνται περικοπές προσωπικού με αποτέλεσμα να μην γνωρίζουν πόσο έτοιμα θα είναι για το άνοιγμα τους μετά το πέρας της πανδημίας. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά συμμετείχαν 48 ιδρύματα από το Ηνωμένο Βασίλειο και 35 από τις Η.Π.Α. ανέδειξε τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν κατά την περίοδο της αναστολή λειτουργίας αλλά ανέδειξε και τα θετικά όπως την αύξηση των επικοινωνιακών δυνατοτήτων με το υπάρχον κοινό καθώς και την προσέλκυση νέου κοινού. Επιπλέον οι οργανισμοί χρησιμοποίησαν τα τεχνολογικά μέσα για να καταπολεμήσουν κοινωνικά προβλήματα και ψυχολογικά όπως τον κοινωνικό αποκλεισμό που δημιούργησε η πανδημία⁵⁷. Τέλος, σημαντική έρευνα για μελέτη και προβληματισμό αποτελεί και αυτή του οργανισμού Art Fund με σημαντικά ευρήματα για την πανδημία και τα μουσεία⁵⁸.

⁵⁶ <<Η λίστα με τους κανόνες υγιεινής που πρέπει να ακολουθούνται από τους πολιτιστικούς οργανισμούς είναι αναρτημένοι και στην σελίδα του ελληνικού τμήματος του ICOM.>><http://icom-greece.mini.icom.museum/>

⁵⁷ Κύριος στόχος αυτής της έρευνας αποτελεί το να αναφέρει και να διερευνήσει πως τα ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς προσαρμόστηκαν αλλά και ανέπτυξαν τις ψηφιακές τους δυνατότητες με νέες πρωτοβουλίες. Η έρευνα και τα αποτελέσματα της είναι διαθέσιμα: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09647775.2020.1810483>

⁵⁸ Η έρευνα αυτή εστιάζει κυρίως στο μέλλον των συλλογών, στις ψηφιακές δυνατότητες για τώρα αλλά και το μέλλον, την ενθάρρυνση του κοινού για επίσκεψη μετά την πανδημία και τέλος στην υποστήριξη του προσωπικού σε μια περίοδο αβεβαιότητας. <https://www.artfund.org/blog/2020/05/28/covid19-impact-research-report>

Στο διάστημα που τα μουσεία παρέμειναν κλειστά προσπαθούσαν να βρουν τρόπους για την βιωσιμότητα τους⁵⁹. Ίσως η μοναδική, ευκολότερη και καταλληλότερη λύση για την παρουσία τους κοντά στο κοινό ήταν το διαδίκτυο χωρίς ωστόσο αυτό να φέρνει λύση στα πρακτικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν, όπως για παράδειγμα το οικονομικό. Όλα τα μουσεία μετέφεραν την δραστηριότητα τους στο διαδίκτυο, ανανέωσαν τους ιστοτόπους και αύξησαν την ενεργητικότητα τους⁶⁰. Το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που φαίνεται να είναι το ποίο διαδεδομένο είναι αυτό του Instagram. Για να καταφέρουν να επιβιώσουν μηχανογράφησαν λύσεις ωστόσο με ελλείψεις όπως το ειδικευμένο προσωπικό με γνώσεις στα ψηφιακά μέσα⁶¹. Για παράδειγμα το ιστορικό μουσείο του Λούβρου βλέποντας τα έσοδά του να μειώνονται κατακόρυφα και για να μπορέσει να καλύψει ένα μέρος τους πρωτοπορεί ανοίγοντας τον δρόμο και για άλλα μουσεία να ακολουθήσουν μια διαφορετική πορεία και μετά την πανδημία. Δημιούργησε μια σειρά εμπορικών προϊόντων, αναμνηστικών και ρούχων με τα αριστουργήματα των συλλογών τυπωμένα επάνω σε αυτά. Με τον τρόπο αυτό αποκτήσαν μεγάλα κέρδη ενισχύοντας την λειτουργία του ηλεκτρονικού τους καταστήματος. Ακόμα το μουσείο έδωσε την αδεία του να πραγματοποιηθούν τα γυρίσματα σειράς ενώ αυτό βρισκόταν κλειστό κάτι που ενίσχυσε την διαφήμιση του και την εξωστρέφεια του⁶². Στην ίδια λογική σε πολλά μουσεία αν και βρισκόταν κλειστά τα πωλητήρια τους μεταφέρθηκαν ηλεκτρονικά και το κοινό είχε την δυνατότητα να αγοράσει κάποιο αντικείμενο από αυτά. Στο ίδιο πλαίσιο και στην Ελλάδα μεγάλα μουσεία όπως το Μπενάκη και το Γουλανδρή συνέχισαν να πωλούν αντικείμενα από τα ηλεκτρονικά τους καταστήματα ενισχύοντας τα ακόμα περισσότερο με καινούργια αντικείμενα και διαφήμιση.

⁵⁹ Elizabeth Crooke 2020

⁶⁰ <<Προβληματισμοί σχετικά με την ψηφιακή υπόσταση των μουσείων προϋπήρχαν αλλά έγιναν περισσότερο έντονοι κατά την περίοδο της πανδημίας. Επιπλέον ηθικοί προβληματισμοί όπως εθισμός, εμπορευματοποίηση δεδομένων των χρηστών, λογοκρισία και πολλά άλλα που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα προστέθηκαν.>> Cassandra Kist 2020, 345-347.

⁶¹ Myrsini Samaroudi κ.α. 2020, 338-361

⁶² Elaine Sciolino 2021

Ωστόσο αλλά μουσεία για να ανταποκριθούν στις δυσκολίες, επέλεξαν άλλους τρόπους, όπως στις απολύσεις προσωπικού και την πώληση και δημοπράτηση έργων από τις συλλογές τους. Οι απολύσεις προσωπικού οδηγούν στην δυσκολία για το πώς θα ανταποκριθούν μετά το τέλος την πανδημίας και τα καθιστά αδύναμα στο να ανταποκριθούν στις αποφάσεις του ανοίγματος για ένα μικρό χρονικό διάστημα επιτρέποντας μόνο ένα οριστικό άνοιγμα. Σύμφωνα με την μελέτη του NEMO, η οικονομική κατάσταση των μουσείων θα επηρεάσει την λειτουργία τους και για τα επόμενα χρόνια, καθώς η μείωση των εσόδων από τα εισιτήρια, επηρεάζει ζωτικά την επιβίωσή τους. Πωλούν έργα για να μην χαθούν θέσεις εργασίας, όπως το μουσείο Moco του Amsterdam, που προχώρησε στην πώληση ενός έργου του Banksy << Monkey Poison >> από την σειρά <<Crude oils>> σε δημοπρασία της Νέας Υόρκης για το ποσό των 1,5 εκατομμυρίων λίρες⁶³.

Στην Ελλάδα το Υπουργείο Πολιτισμού σε μια προσπάθεια για ανάδειξη του πολιτισμού εν μέσω πανδημίας, ανέδειξε δράσεις και προτάσεις στα πλαίσια του << Μένουμε Σπίτι>> σε συνεργασία με φορείς της χώρας να καταθέσουν προτάσεις για ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων ψηφιακά για το κοινό⁶⁴. Επιπλέον για πρώτη φορά τα μουσεία γιόρτασαν πολλές σημαντικές ημέρες, την διεθνή ημέρα μουσείων αλλά και των ημερών πολιτιστικής κληρονομιάς με τους χώρους κλειστούς, χωρίς ωστόσο να χάσουν την ευρηματικότητά τους. Διοργανώθηκαν ημερίδες, διαλέξεις και άλλες διαδικτυακές δράσεις δίνοντας την δυνατότητα στο κοινό να παρακολουθήσει και να συμμετέχει σε αυτές από διαφορετικά σημεία του κόσμου, που σε άλλη περίπτωση δεν θα μπορούσαν. Μεγάλος ήταν ο αριθμός των δράσεων, των δραστηριοτήτων και προγραμμάτων που πραγματοποιήθηκαν ψηφιακά. Επιπλέον ένα θετικό ήταν η δυνατότητα των μουσείων και γενικότερα των πολιτιστικών φορέων να αναδιοργανωθούν και να αναστοχασθούν για τους χώρους τους, τους στόχους και τους σκοπούς του. Ένας κλάδος που επηρεάστηκε, ίσως θετικά, ήταν αυτών των συντηρητών, όπως έδειξαν και οι έρευνες. Όχι μόνο συνέχισαν την εργασία τους αλλά είχαν και την δυνατότητα να εργαστούν με μεγαλύτερη ευκολία, καθώς στους χώρους δεν υπήρχε το κοινό και εργαζόταν ανεμπόδιστα. Έτσι μπορούμε να

⁶³ Daniel Boffey 2020

⁶⁴ Η ιστοσελίδα του Υπουργείου Πολιτισμού παρουσιάζει και προωθεί τα ελληνικά δημόσια μουσεία και της δραστηριότητές τους μέσω της ιστοσελίδας του.

διαπιστώσουμε ότι έκτος από τα αρνητικά που διαμόρφωσε αυτή η πανδημία υπήρχε και η άλλη όψη του νομίσματος, η θετική.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα μουσεία στάθηκαν δίπλα στο κοινό που χρειαζόταν υποστήριξη. Τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και σε εγχώριο, τα μουσεία λειτούργησαν υποστηρικτικά απέναντι στο κοινό δημιουργώντας μια αλληλεπίδραση και αλληλοϋποστήριξη. Ξανά με την συμβολή του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν <<hashtags>> με στόχο την προσέλκυση του κοινού για περιηγηθεί στο χώρο των μουσείων και των συλλογών τους. Επιπλέον για ψυχοθεραπευτικούς λόγους προσέφεραν στιγμές τέχνης και ψυχαγωγίας ανάμεσα σε ένα δύσκολο κλίμα με την άσχημες ειδήσεις και κακή ψυχολογίας⁶⁵.

⁶⁵ Cassandra Kist, 2020

3.2 Το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο κατά την περίοδο της πανδημίας του COVID-19

Όπως όλα τα μουσεία στον κόσμο, έτσι και στο BXM η λειτουργία του επηρεάστηκε από την κρίση της πανδημίας.

Το θετικό στοιχείο του BXM είναι ότι εκτός από την κύρια ιστοσελίδα που διαθέτει με τις πληροφορίες και νέα του μουσείου υπάρχει ακόμη μία, αναλυτικότερη με περισσότερες λεπτομέρειες για την συλλογή, όπως αναφέρθηκε παραπάνω⁶⁶.

Επιπλέον υπάρχει η δυνατότητα για ψηφιακή ξενάγηση στο χώρο του μουσείου (virtual tour)⁶⁷.

Το μουσείο έχει ενισχυμένη εκπαιδευτική πολιτική. Έτσι και κατά την διάρκεια της πανδημίας στο τομέα που έδωσε περισσότερο προσοχή ήταν αυτό των εκπαιδευτικών προγραμμάτων κυρίως των παιδιών. Καθώς το μουσείο βρισκόταν κλειστό και τα εκπαιδευτικά προγράμματα δεν πραγματοποιούνταν με φυσική παρουσία δημιουργήθηκαν μία σειρά βίντεο με ψηφιακή παρουσία εκπαιδευτικού περιεχομένου για την κάλυψη της ανάγκης της διατήρησης της επικοινωνίας με τους μαθητές και γενικά στην εκπαιδευτική κοινότητα. Η σειρά των βίντεο με τίτλο << Ιστορίες για μικρούς και μεγάλους >> παρουσιάζει για τους μικρούς επισκέπτες μια σειρά αφηγήσεων με διάφορες θεματικές, όπως χριστιανικές γιορτές όπως το Πάσχα και τα Χριστούγεννα, τους βίους των Αγίων και άλλες θεματικές βασισμένες στα εκθέματα του μουσείου. Με την παρουσίασή τους, γνωστών και άγνωστων, εκθεμάτων του μουσείου σε μορφή βίντεο με ηχητική ανάλυση. Τα βίντεο αναρτήθηκαν στην ιστοσελίδα του μουσείου καθώς και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον για τα παιδιά αλλά και για γονείς και εκπαιδευτικούς κατά την διάρκεια της γιορτής των Χριστουγέννων ανέβηκαν κατασκευές όπως κάρτες, επιτραπέζια, φωτογραφίες κ.λπ.. Το εκπαιδευτικό, υποστηρικτικό υλικό είναι αναρτημένο στη σελίδα του μουσείου δωρεάν για κάθε ενδιαφερόμενο. Επιπλέον υπάρχει μεγάλος αριθμός αρχείων με δραστηριότητες που μπορούν να κατεβάσουν και να εκτυπώσουν οι ενδιαφερόμενοι⁶⁸.

⁶⁶ Όλες οι δυνατότητες που παρέχονται με την επίσκεψη στη σελίδα αναπτύσσονται εκτενώς σε παραπάνω κεφάλαιο.

⁶⁷ <https://www.ebyzantinemuseum.gr/>

⁶⁸ <<Το υποστηρικτικό υλικό για τα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι διαθέσιμο στην ηλεκτρονική σελίδα του μουσείου. Επιπλέον δραστηριότητες έχουν δημοσιευθεί και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του.>> https://www.byzantinemuseum.gr/el/educational_programme_dept/resources/

Όταν τα σχολεία βρισκόταν ανοιχτά αλλά το μουσείο κλειστό, και οι εκπαιδευτικές εκδρομές δεν πραγματοποιούνταν, προτάθηκε από το προσωπικό του μουσείου στους εκπαιδευτικούς μια σειρά δραστηριοτήτων, που μπορούσαν να κάνουν για τους μαθητές, μεταφέροντας το μουσείο, έστω και νοητά, μέσα στην εκπαιδευτική αίθουσα. Επιπλέον ζητήθηκε από το μουσείο οι δραστηριότητες να αποσταλούν στο μουσείο ώστε να αναρτηθούν στις ιστοσελίδες του μουσείου.

Το μουσείο άνοιξε και πάλι τις πόρτες του τους θερινούς μήνες ακολουθώντας τα πρωτόκολλα υγιεινής του υπουργείου πολιτισμού. Η είσοδος για τους επισκέπτες γινόταν με τα προβλεπόμενα μέτρα⁶⁹. Επιπλέον ένα θετικό στοιχείο του μουσείου είναι ο μεγάλος προαύλιος χώρος και ο κήπος που διαθέτει. Έτσι ήταν εύκολο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού να πραγματοποιηθεί μια σειρά από διάφορες εκδηλώσεις σε συνεργασία με άλλους πολιτιστικούς φορείς της χώρας, όπως το ΥΠΠΟ, το Athens Open Air Film Festival με την προβολή ταινίας, καθώς και συναυλίες και παραστάσεις⁷⁰.

Όταν και πάλι το φθινόπωρο το μουσείο ανέστειλε την λειτουργία του, συνέχισε ενεργά από το διαδίκτυο. Σχεδόν σε καθημερινή βάση, με αφορμή κυρίως χριστιανικών εορτών, επέλεγε και αναρτούσαν κάποιο από τα εκθέματα, σε φωτογραφία μαζί με πληροφορίες για αυτό. Μια ακόμα πρωτοβουλία του μουσείου ήταν η δημιουργία μιας διαφορετικής πρώτης θεματικής ψηφιακής έκθεσης. Ο τίτλος αυτής << ΠΑΘΗ ΤΑ ΣΕΠΤΑ μέσα από τις συλλογές του Βυζαντινού και Χριστιανικού μουσείου>> με έργα που σχετίζονται με Πάθη, την Ταφή και την Ανάσταση του Ιησού με ένα βίντεο διάρκειας περίπου μισής ώρας⁷¹. Μια τελευταία ψηφιακή δράση σε συνεργασία με το ΥΠΠΟ, έγινε με δώδεκα από τα σπουδαιότερα έργα της συλλογής του μουσείου με αφορμή τον εορτασμό του Πάσχα.

⁶⁹ <<Ερευνά που πραγματοποιήθηκε για την κίνηση σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους την εποχή αυτή είναι διαθέσιμα στην σελίδα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και διαθέτει ενδιαφέροντα αποτελέσματα.>> <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SCI21/->

⁷⁰ << Όλες οι εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν με όλα τα προβλεπόμενα μέτρα και με ορισμένο αριθμό παρευρισκομένων. Φωτογραφίες και βίντεο από όλες τις εκδηλώσεις έχουν αναρτηθεί και αυτά στο διαδίκτυο. >>

⁷¹ <https://www.youtube.com/watch?v=URCTHBmAPGk>

Η αφήγηση πραγματοποιήθηκε από την διευθύντρια Δρ. Αικατερίνη Δελαπόρτα και μουσική το βίντεο επιμελήθηκε ο διευθυντής της Εθνική Λυρικής Σκηνής Γιώργος Κουμεντάκης , με τίτλο <<Συζητώντας με την Ιστορία>>⁷².

Το BXM, όπως και τα περισσότερα μουσεία, για την διατήρηση της επαφής με το κοινό επέλεξαν να ακολουθήσουν μια συγκεκριμένη πολιτική με κύριο στόχο την συνέχισή της επικοινωνίας με το κοινό. Με τα μέσα και τις δυνατότητας που διαθέτουν στράφηκαν προς το διαδίκτυο. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι όσο το μουσείο παρέμενε κλειστό, τον Μάιο του 2020, πραγματοποιήθηκε εθελοντική αιμοδοσία στον εξωτερικό χώρο, δείχνοντας έτσι την ευαισθητοποίηση του⁷³. Όπως ακριβώς και όλοι οι πολιτιστικοί φορείς προσπαθούν να δώσουν στο κοινό μια <<ανάσα>> πολιτισμού, διασκέδασης και επιμόρφωσης για να ανταπεξέλθουν στην δύσκολη αυτή κατάσταση, της πανδημίας. Ωστόσο για την Διεθνή Ημέρα Μουσείων 2021 δεν πραγματοποιήθηκε καμία εκδήλωση. Η μόνη εκδήλωση ήταν αυτή του ανοίγματος στο κοινό του νέου παραρτήματος του μουσείου στο Μέγαρο Τσίλλερ-Λοβέρδου.

⁷² <<Την περίοδο της πανδημίας το ΥΠΠΟΑ δημιούργησε μια σειρά από βίντεο για την διατήρηση σχέσης κοινού και μουσείων. Το BXM συνέβαλε και αυτό με την παρουσία του.>><https://www.youtube.com/watch?v=qO0oebFx9dY>

⁷³ <<Η αιμοδοσία πραγματοποιήθηκε με πρωτοβουλία της Επιτροπής Ελλάδα 2021 σε συνεργασία με το Εθνικό Κέντρο Αιμοδοσίας.>>

4. Συμπεράσματα – Προτάσεις

Τα σύγχρονα μουσεία, του σήμερα, άρχισαν να επαναπροσδιορίζουν τον ρόλο τους τα τελευταία χρόνια έντονα και έπαψαν να είναι χώροι απρόσιτοι, προσφέροντας εγκυκλοπαιδική γνώση στον επισκέπτη. Ενεργό ρόλο σε αυτό έχει η επικοινωνία και η μετατροπή τους από εσωστρεφείς κυρίως οργανισμούς, σε εξωστρεφείς. Όρισαν και ορίζουν πλέον τον άνθρωπο στο κέντρο και όχι τα αντικείμενα όπως αυτό συνέβαινε χωρίς αυτό να σημαίνει ότι τα αντικείμενα δεν έχουν την δική τους σημασία. Οι συλλογές, τα αντικείμενα ενός μουσείου είναι το κύριο μέσο επικοινωνίας. Η πρόκληση της εποχής είναι τα μουσεία να είναι χώροι επισκέψιμοι και να συμβάλουν με τον δικό τους τρόπο στην δημιουργία της παιδείας του πληθυσμού. Στόχος είναι η διεύρυνση της επικοινωνίας μεταξύ διαφορετικών ανθρώπων με διαφορετικό γνωστικό επίπεδο, υπόβαθρο, τρόπο σκέψης, νοοτροπίας, ιδεών και γενικά διαφόρων με σκοπό την ανταλλαγή ιδεών διάλογο και αλληλεπίδραση.

Το κάθε μουσείο ανάλογα με την ιδιοσυγκρασία του δημιουργεί την επικοινωνιακή του πολιτική υιοθετεί και θεωρείς και μοντέλα επικοινωνία που είναι κατάλληλα για αυτά και επιλεγεί και πραγματοποιεί δράσεις εξωστρέφειας . Ωστόσο η επικοινωνία ξεκινά μέσα στο ίδιο το μουσείο, εσωτερικά καθώς τα άτομα που τα απαρτίζουν αποφασίζουν για αυτά. Επιλεγούν και χρησιμοποιούν τα μέσα με σκοπό την επίτευξη των στόχων και του σκοπού του κάθε οργανισμού. Ένα από τα ποιο σύγχρονα και δημοφιλέστερα μέσα είναι οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο.

Οι δυνατότητες που δημιούργησαν τα σύγχρονα ψηφιακά μέσα είναι απεριόριστες. Χρησιμοποιούνται μέσα στο μουσείο με διάφορους τρόπους από την προστασία και συντήρηση των αντικειμένων μέχρι και την επικοινωνία με το κοινό. Το διαδίκτυο συγκεκριμένα, αποτέλεσε την βασική δικλίδα ανάμεσα στην επικοινωνία και την εξωστρέφεια του μουσείου με τους επισκέπτες. Επιπλέον τα

νέα τεχνολογικά μέσα λειτουργούν συμπληρωματικά μέσα στο μουσείο, ενισχύοντας τις συλλογές του και κάνοντας την επίσκεψη πιο δημιουργική και ευχάριστη. Η τεχνολογική υποστήριξη ενισχύει επίσης την αποφυγή της μουσειακής κόπωσης που δημιουργεί η παραδοσιακή και αναχρονιστική παρουσίαση των συλλογών. Οι νέες τεχνολογίες και πιο συγκεκριμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έδωσαν την δυνατότητα στα μουσεία να δημιουργήσουν μία οικειοποίηση και αλληλεπίδραση με τους χρήστες. Εκτός όμως από τις πολλές δυνατότητες που παρέχουν, δεν πρέπει η χρήση τους να γίνεται καταχρηστικά αλλά να λειτουργούν υποστηρικτικά και με επιβολή του μέτρου.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται όλο και πιο έντονα το φαινόμενο τα μουσεία να θέλουν να είναι εξωστρεφείς οργανισμοί που θα προσελκύουν διαφορετικές ομάδες κοινού και να δημιουργούν συχνούς επισκέπτες που θα γυρίσουν και πάλι στο μουσείο. Δημιουργούν όλο και περισσότερες δραστηριότητες, προγράμματα και δράσεις για ειδικές ομάδες ανθρώπων, τα παιδιά, τα ΑΜΕΑ, άτομα αποκομμένα από την κοινωνία όπως τα άτομα της τρίτης ηλικίας, άτομα σε σωφρονιστικά ιδρύματα και άλλους, τονίζοντας με τον τρόπο αυτό το σημαντικό κοινωνικό έργο τους. Ωστόσο η πανδημία του COVID-19 δημιούργησε μια καινούργια ομάδα κοινού που δεν μπορούσε να επισκεφτεί τα μουσεία αποκομμένη από την κοινωνία, όλους μας.

Την περίοδο της πανδημίας η επικοινωνία ήταν αυτή που αποτέλεσε την προσπάθεια των μουσείων να παραμείνουν ενεργοί τονίζοντας την ανάγκη της ύπαρξης της ανάμεσα στα μουσεία και το κοινό. Τα πάντα σχεδόν σταμάτησαν να λειτουργούν. Ωστόσο τα μουσεία και άλλοι πολιτιστικοί οργανισμοί συνέχισαν να υπάρχουν αλλά με διαφορετικού τρόπους. Πολλοί ήταν αυτοί που αποφάσισαν αφού τους δόθηκε η δυνατότητα, λόγω του απεριόριστου ελεύθερου χρόνου που δημιούργησε η κατάσταση αυτή, να επισκεφτούν διαδικτυακά και ως επί το πλείστον νοητά ένα μουσείο. Η εποχή προσφέρθηκε για την εξερεύνηση ενός χώρου όπως αυτών των μουσείων. Τα μουσεία εκμεταλλεύτηκαν αυτήν την προοπτική και μετέφεραν όλοι σχεδόν την παρουσία τους ψηφιακά.

Δημιούργησαν και πραγματοποίησαν δράσεις ψηφιακά για όλες τις ηλικίες αλλά κυρίως για τα παιδιά. Πραγματοποίησαν διαλέξεις, παρουσιάσεις και συζητήσεις συμμετέχοντας άτομα από όλα τα μήκη του πλανήτη αναλύοντας ζητήματα,

συζητώντας επίκαιρα θέματα και ανταλλάσσοντας απόψεις. Ενίσχυσαν της σελίδες τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωση και ειδικότερα στο Instagram που αποδείχθηκε η πιο δημοφιλής πλατφόρμα την περίοδο αυτή.

Οι ψηφιακές κυρίως δυνατότητες για τους επισκέπτες εμπλουτίστηκαν αλλά τα ίδια τα μουσεία βρέθηκαν σε δύσκολη θέση. Μπροστά στην πρωτόγνωρη και απρόβλεπτη κατάσταση της πανδημίας. Ωστόσο θετικό της κατάστασης αυτής αποτελεί το γεγονός ότι μιλάμε σε γενικό και παγκόσμιο επίπεδο και πλήττοντας σχεδόν όλους τους τομείς. Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που προέκυψε με την πανδημία ήταν η οικονομική κρίση καθώς τα έσοδα για μεγάλο χρονικό διάστημα δεν υπήρχαν. Οι λύσεις για αυτό είναι περιορισμένες και δίνονται είτε από την εκάστοτε πολιτεία, η οποία προσφέρει οικονομική βοήθεια σε πολιτιστικούς φορείς, είτε τα ίδια τα μουσεία αναζητούν τρόπους να αποκτήσουν έσοδα, κυρίως τα ιδιωτικά. Καινούργιοι προβληματισμοί ήρθαν να συμπληρώσουν τους παλαιότερους. Προβλήματα όπως, η θέση του μουσείου στην κοινωνία, η βιωσιμότητα, και η ανάγκη για ενίσχυση των προγραμμάτων ασφαλείας και διαχείρισης των κινδύνων. Ένας ακόμα προβληματισμός που δημιουργήθηκε είναι πώς το διαδίκτυο και οι νέες τεχνολογίες θα συνυπάρξουν αρμονικά και θετικά με την φυσική παρουσία. Προβληματισμοί που θα ενισχυθούν στο μέλλον, καθώς ο ψηφιακός κόσμος αποτελεί κύριο μέλημα στα σύγχρονα τεκταινόμενα .

Το πιο αξιοσημείωτο αποτέλεσμα αυτής της ιδιαίτερα δύσκολης κατάστασης, είναι η δημιουργία ενός καινούργιου κοινού που ήρθε σε επαφή με τα μουσεία και με τον πολιτισμό ευρύτερα, με αφορμή τον ελεύθερο χρόνο που δημιουργήθηκε. Επιπλέον η εποχή προσφέρθηκε για ενδοσκόπηση, αναστοχασμό και φυσικά για επανεκκίνηση, ανοίγοντας ένα νέο κεφάλαιο για τα μουσεία⁷⁴. Μέσα στο κλίμα αυτό γιορτάστηκε και η Διεθνής Ημέρα Μουσείων για το 2021 με θέμα << Το Μέλλον των Μουσείων: Αναστοχασμός και Επανεκκίνηση>> τονίζοντας την επόμενη μέρα για τον χώρο του πολιτισμού και ειδικά των μουσείων μετά το

⁷⁴ Μέσα στο κλίμα αυτό γιορτάστηκε και η Διεθνής Ημέρα Μουσείων για το 2021 με θέμα << Το Μέλλον των Μουσείων: Αναστοχασμός και Επανεκκίνηση>> τονίζοντας την επόμενη μέρα για τον χώρο του πολιτισμού και ειδικά των μουσείων μετά το πέρας της πανδημίας. Με πλήθος κυρίως διαδικτυακών εκδηλώσεων, δράσεων και με τα μουσεία ανοιχτά πλέον.

πέρας της πανδημίας. Με πλήθος κυρίως διαδικτυακών εκδηλώσεων, δράσεων και με τα μουσεία ανοιχτά πλέον.

Το Βυζαντινό και Χριστιανικό μουσείο αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα μουσεία της χώρας. Τόσο οι πλούσιες συλλογές του, όσο και το κτήριο το καθιστούν ένα διαμάντι για την Αθήνα και για ολόκληρη την χώρα . Ωστόσο αρκετά προβλήματα το διατρέχουν και εμποδίζουν την πλήρη ανάδειξη του. Ένα ίσως από τα πολυπλοκότερα προβλήματα και δύσκολα είναι η φιλοσοφία και ιδεολογία που διακατέχει το κοινό. Το γεγονός ότι το μουσείο δεν καλύπτει τα βασικότερα ενδιαφέροντα και προτιμήσεις του κοινού κυρίως λόγω της ελληνικής νοοτροπίας και της προσκόλλησης κυρίως στον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό και ότι αφορά αυτόν. Δηλαδή προτιμούν την επίσκεψη σε έναν αρχαιολογικό χώρο ή ένα αρχαιολογικό μουσείο καθώς είναι και πολυπληθέστερα και πιο διαφημισμένα. Έτσι το κυρίως θέμα του μουσείου, αποτελεί ένα μειονέκτημα δηλαδή ο βυζαντινός και ο χριστιανικός πολιτισμός γίνεται τροχοπέδη στην προσέγγιση και την επίσκεψη. Ωστόσο η συλλογή του μουσείου είναι μεγάλη και τα αντικείμενα προέρχονται από όλη την χώρα και όχι μόνο, από μεγάλους και γνωστούς μεταβυζαντινούς ζωγράφους, όπως ο Άγγελος Ακοτάντος, ο Θεόδωρος Πουλάκης και πολλοί άλλοι, με μοναδικά εκθέματα παγκόσμιας εμβέλειας. Επιπλέον οι προσπάθειες του μουσείου και της πολιτικής του είναι αξιότιμες καθώς προσπαθούν να προσεγγίσουν και να αναδείξουν με περιοδικές εκθέσεις, διαλέξεις, δραστηριότητες και κυρίως συνεργασίες άλλους πολιτισμούς, θέματα, χρονολογίες, καλλιτέχνες και αλλά. Κυρίως τα τελευταία χρόνια διαφαίνεται συνεργασία του μουσείου με ξένες πρεσβείες στην Ελλάδα. Επιπλέον τονίζεται η ένταξη του σύγχρονου πολιτισμού και η παρουσίαση Ελλήνων σύγχρονων και νεοτέρων καλλιτεχνών στο μουσείο εκσυγχρονίζοντας το.

Ένα ακόμα από τα προβλήματα που ίσως έγινε και ποιο εμφανές με την πανδημία είναι η αδυναμία στην ανταπόκριση του μουσείου για την ψηφιακή εποχή και κυρίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Κατά την προσωπική μου άποψη η έλλειψη πόρων και εξειδικευμένου προσωπικού του μουσείου, το καθιστά αδύναμο μπροστά στην πρόκληση της εποχής, δηλαδή την εναρμόνιση με το ψηφιακό κόσμο. Ωστόσο δεν πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός, ότι γίνονται προσπάθειες αλλά σε πρώιμο στάδιο. Είναι γενικευμένος ο προβληματισμός όπως αναλύθηκε και στα παραπάνω κεφάλαια. Η γενικευμένη έλλειψη πόρων πηγάζει από το γεγονός ότι μιλάμε για ένα δημόσιο μουσείο και οι περισσότερες χρηματοδοτήσεις και επιχορηγήσεις προέρχονται κυρίως από την πολιτεία, που δυστυχώς φαίνεται να δυσκολεύεται να ανταποκριθεί. Σε γενικό πλαίσιο το ΥΠΠΟ δεν έχει προβεί στην χρηματοδότηση προγραμμάτων για την κάλυψη των αλλαγών και εκσυγχρονισμού.

Ωστόσο τα στοιχεία στην παρούσα εργασία για την διαχείριση της πανδημίας στο Βυζαντινό και Χριστιανικό μουσείο είναι ελλιπή. Συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο που δίνεται στο παράρτημα⁷⁵. Γνωρίζοντας την δυσμενή κατάσταση και την έλλειψη χρόνου, οι ερωτήσεις ήταν αρκετά συνοπτικές και εύκολες στην απάντηση εντός λίγου χρόνου. Δυστυχώς δεν απαντήθηκαν, οπότε και η εικόνα για την διαχείρισης της πανδημίας στο μουσείο δεν είναι ολοκληρωμένη.

Εν κατακλείδι στην εποχή της πανδημίας αντιληφθήκαμε όλοι το πόσο σημαντική είναι η επικοινωνία. Έτσι και τα μουσεία σε αυτήν την δύσκολη φαινομενικά κατάσταση ανέδειξαν το γεγονός ότι η επικοινωνία είναι ζωτικό κομμάτι στην λειτουργία τους. Όλες οι δράσεις αφορούσαν στην συνέχεια της επικοινωνίας με το κοινό τους αλλά και προσπάθειες που έκαναν είχαν ως απώτερο σκοπό την δημιουργία του ίσως νέου κοινού ακόμα και αν αυτά βρισκόταν κλειστά. Η εξωστρέφεια ήταν αναγκαστική σε μία περίοδο που η εσωστρέφεια ήταν αναπόφευκτη.

⁷⁵ Βλ. Παράρτημα εργασίας.

Παράρτημα

Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε μετά από συνεννόηση με υπάλληλους του Βυζαντινού Μουσείου, ώστε να λειτουργήσει ως ανατροφοδότηση για το ίδιο και για το μουσείο. Ανειλημμένες υποχρεώσεις, καθώς και δυσκολίες λόγω της δυσχερούς υγειονομικής κατάστασης, εμπόδισαν την έγκαιρη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Μέχρι το πέρας συγγραφής της παρούσας πτυχιακής εργασίας δεν έχουμε λάβει τις απαντήσεις. Αλλεπάλληλες οχλήσεις δεν είχαν αποτέλεσμα, ωστόσο η στάση του προσωπικού ήταν εξ αρχής και είναι θετική. Σημειώνεται, ωστόσο, ότι εφόσον έχει δοθεί στο προσωπικό του μουσείου, όταν συμπληρωθεί θα αξιοποιηθεί. Οι ερωτήσεις που συντάχτηκαν και στάλθηκαν είναι οι παρακάτω.

1. Το μουσείο συνέχισε να λειτουργεί κανονικά, αν ναι με ποιο καθεστώς;
2. Ποια η θέση σας στο οργανόγραμμα του μουσείου;
3. Συνεχίσατε να εργάζεστε στο χώρο του μουσείου ή με τηλεργασία; Για πόσο διάστημα;
4. Υπήρχε μια γενική πολιτική που ακολουθήσατε και αν ναι ποια ήταν αυτή;
5. Το καλοκαίρι που το μουσείο άρχισε να επαναλειτουργεί, μετά από δυο μήνες που παρέμενε κλειστό, σε ποιες ενέργειες προχωρήσατε ;
6. Σε ποιο κομμάτι του μουσείου δώσατε περισσότερη προσοχή, ώστε να μην χαθεί η επικοινωνία με το κοινό;
7. Από το Υπουργείο πολιτισμού δεχθήκατε κάποια συνδρομή, αν ναι ποια ήταν αυτή;

8. Θεωρείτε ότι με την κατάσταση αυτή δημιουργήθηκαν και θετικά; Αν ναι αναφέρετε κάποια από αυτά.
9. Πως προβλέπετε την επόμενη ημέρα για το μουσείο;
10. Ποια πιστεύετε ότι ήταν η πιο δύσκολη στιγμή κατά την περίοδο της πανδημίας, για την λειτουργία και το μέλλον του μουσείου;

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση:

- Desvalles, Andre και Francois Mairesse. Βασικές έννοιες της μουσειολογίας. Επιμ. ICOM- Ελληνικό τμήμα. Μετ. Κονδυλάκη Δήμητρα, Σωτήρης Λάμπας. Armand Colin, 2010.
- Hooper-Greenhill, Eilean. ‘ Σκέψεις για την μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στην μεταμοντέρνα εποχή.’ *Αρχαιολογία και Τέχνες*, Σεπτέμβριος 1999, 47-49.
<https://www.archaiologia.gr/wp-content/uploads/2011/07/72-11.pdf>
- ICMS. “ Διεθνής επιτροπή για την ασφάλεια των μουσείων, ” πρόσβαση Απρίλιος 2021. <http://icom-greece.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/38/2018/12/ICMS.pdf>
- Lord, Barry and Gail Dexter Lord. Εγχειρίδιο διοίκησης μουσείων. Επιμ. Κωσταγιόλας Πέτρος και Γεώργιος Παπαϊωάννου. Δίσιγμα, 2018.
- Γκαζή, Ανδρομάχη. ‘ Το καλό μουσείο και η μουσειολογία ’ *Το Βήμα*, 25 Νοεμβρίου 2008. <https://www.tovima.gr/2008/11/25/culture/to-kalo-moyseio-kai-i-moyseiologia/>
- Δελγιάννης, Ιωάννης και Γεώργιος Παπαϊωάννου. Μουσειολογία, πολιτιστική διαχείριση και εκπαίδευση. Επιμ. Ασημίνα Κανάρη, Γεώργιος Μπίκος. Αθήνα: Γρηγόρης, 2014.
- Δημουλάς, Αθώς. ‘ Η κρυφή ζωή του Λούβρου ’ *Η Καθημερινή*, 15 Φεβρουαρίου 2021. <https://www.kathimerini.gr/k/k-magazine/561264724/i-kryfi-zoi-toy-loyvroy/>
- Δρόμος του Φωτός και της Ελπίδας : Το ταξίδι του Ελληνισμού στην Ιαπωνία. *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 16 Ιανουαρίου 2019.
<https://www.archaiologia.gr/blog/2019/01/16>
- Ελληνική Δημοκρατία, Ελληνική Στατιστική Αρχή. Δελτίο Τύπου: Κίνηση μουσείων και αρχαιολογικών χώρων Ιούλιος 2020. Πειραιάς: Ελληνική Στατιστική Αρχή , Νοέμβριος 2020.
- Ευρωπαϊκές Ημέρες Πολιτιστικής Κληρονομιάς στο Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο: ξεναγήσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα,

Αρχαιολογία και τέχνες, 21 Σεπτεμβρίου 2018,

<https://www.archaiologia.gr/blog>

- Κανιάρη, Ασημίνα. Το μουσείο ως χώρος της ιστορίας της τέχνης. Αθήνα: Γρηγόρης, 2013.
- Κατσελάκη, Ανδρομάχη. “ Εκπαιδευτικά προγράμματα στο Βυζαντινό μουσείο βασικές αρχές οργάνωσης και λειτουργίας” Στο Πρακτικά εργασιών συνεδρίου : ο εκπαιδευτικός ρόλος του μουσείου, Θεσσαλονίκη: Τεχνικό Μουσείο Θεσσαλονίκης, 1996.
- Κωνστάντιος Δημήτριος, ‘ Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο: Η αλλαγή ’ *Αρχαιολογία και Τέχνες*, Μάρτιος 2009, 96-100.
<https://www.archaiologia.gr/blog/2017/12/18/%CE%BC%>
- Λαζαρίδου, Αναστασία. “ Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο- 100 χρόνια από την ίδρυσή του.” Ενημερωτικό Δελτίο ICOM, 2014.
- Λυρίτζης, Ιωάννης. Νέες τεχνολογίες στις αρχαιογνωστικές επιστήμες. Επιμ. Ιωάννης Λυρίτζης. Αθήνα: Gutenberg, 2008.
- Μούλιου, Μάρλεν και Μπούνια Αλεξάνδρα. ‘ Μουσείο και επικοινωνία ’ *Αρχαιολογία και Τέχνες*, Σεπτέμβριος 1999,
42.<https://www.archaiologia.gr/wp-content/uploads/2011/07/72-9.pdf>
- Μουρίκη, Ντούλα. “Δελτίον της Χριστιανικής Αρχαιολογικής Εταιρείας : Μαρία Γ. Σωτηρίου. ” Αθήνα, 1979.
<https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/deltion/article/viewFile/5323/5072>
- Μποζώνη, Αργυρώ. ‘ Όταν τα μουσεία πουλάνε έργα τέχνης για τα έξοδά τους, δεν είναι ιδρύματα, είναι γκαλερί ’ *Lifo*, 3 Απρίλιου 2021,
<https://www.lifo.gr/culture/eikastika/otan-ta-moyseia-poylane-erga-tehnis-gia-ta-exoda-toys-den-einai-idrymata-einai>
- Μπούνια, Αλεξάνδρα. Στα παρασκήνια του μουσείου: η διαχείριση των μουσειακών συλλογών.5^η έκδοση. Αθήνα: Πατάκη, 2015
- Μπουραντάς, Δημήτρης. *Εισαγωγή στη διοίκηση επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Ε. Μπένου, 2015
- Νικονάνου, Νίκη. Μουσειοπαιδαγωγική : από την θεωρία στην πράξη.10^η έκδοση. Αθήνα: Πατάκη, 2019.

- Παπασωτηρίου, Μαρίνα. Μουσειακοί χώροι στον εικοστό πρώτο αιώνα: Πρακτικές διάδρασης. Επιμ. Κωνσταντίνος Ι. Σουέρεφ. Αθήνα: Καλειδοσκόπιο, 2018
- Σαλή, Τέση. Μουσειολογία 2: Βασικές αρχές έκθεσης μουσειακών συλλογών. 3^η έκδοση. Αθήνα: Μεταίχμιο, 2006
- Συκκά, Γιώτα. ‘ Τινάζοντας τη ... λήθη από κτίρια της Αθήνας : Αλλάζει ο πολιτιστικός χάρτης της πόλης.’ *Η Καθημερινή*, 25 Απριλίου 2021, 4-5.
- Συκκά, Γιώτα. ‘ Το νέο «όπλο» των μουσείων ’ *Η Καθημερινή*, 11 Οκτωβρίου 2020. <https://www.kathimerini.gr/culture/561111658/to-neo-oplo-ton-moyseion/>
- Φατώλα Ράνια, ‘ Μουσείο και νοσοκομείο : εκπαιδευτικές δράσεις και εκτός του μουσείου.’ *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 18 Δεκεμβρίου 2017. <https://www.archaiologia.gr/blog/2017/12/18/>
- Χαρατζοπούλου, Κατερίνα. ‘ Τα μουσεία στον παγκόσμιο ιστό: Μια προέκταση της μουσειολογικής πρακτικής.’ *Αρχαιολογία και Τέχνες*, Μάρτιος 1999, 93-95. <https://www.archaiologia.gr/wp-content/uploads/2011/07/70-19.pdf>
- Χατζηνικολάου, Τέτη. “ Διεθνής Ημέρα Μουσείων 2020.” Ενημερωτικό Δελτίο ICOM, 2020.
- Αλεξανδρή, Ελένη, Σπυριδούλα Καλλώνη, Δάφνη Κυριακή-Μάνεση και Αλεξάνδρα Τραντά. “ Μουσεία και Συλλογές- Σκέψεις και απόψεις” Ενημερωτικό Δελτίο ICOM, 2020.

Ξενόγλωσση:

- Art fund. COVID-19 Impact: Museum sector research report on the challenges facing museums and galleries, 28 Μαΐου 2020
<https://www.artfund.org/assets/downloads/art-fund-covid19-research-report-final.pdf>
- Boffey, Daniel. ‘Amsterdam gallery owner recalls how sale of Banksy work saved staff jobs’ *The Guardian*, 25 Δεκεμβρίου 2020.
<https://www.theguardian.com/artanddesign/2020/dec/25/amsterdam-gallery-owner-recalls-how-sale-of-banksy-work-saved-staff-jobs>
- Boylan, J. Patrick. ‘Assessing Risk : Museum Emergency Planning for Natural, Civil and Armed Conflict Risks ’ ICOM, 2004.
<https://collectionstrust.org.uk/wp-content/uploads/2017/01/ICOM-Guide-to-Assessing-Risk-for-Museums-2004.pdf>
- Brendan, Ciecko. ‘4 Ways Museums Can Successfully Leverage Digital Content and Channels during Coronavirus (COVID-19).’ *American Alliance of Museums*, 25 Μαρτίου 2020. <https://www.aam-us.org/2020/03/25/4-ways-museums-can-successfully-leverage-digital-content-and-channels-during-coronavirus-covid-19/>
- Camarero Carmen, María José Garrido and Rebeca San José. “Efficiency of Web Communication Strategies: The Case of Art Museums” *International Journal of Arts Management* 18, no. 2 (2016) : 21
<https://www.jstor.org/stable/44989650?read-now=1&refreqid=excelsior%3Aeccacbc25390cd3c6ac7edc7cac069ba&seq=1>
- Crooke, Elizabeth. “Communities, Change and the COVID-19 Crisis” *Museum and Society* 18, no. 3 (2020).
<https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/3533/3165>
- ICOM. Museums, museum professional and COVID-19: Follow-up survey. ICOM, November 2020. Accessed April 2021. https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-EN_Follow-up-survey.pdf

- ICOM. Report: Museums, museum professional and COVID-19. ICOM, May 2020. Accessed March 2021. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>
- Kist, Cassandra. “Museums, Challenging Heritage and Social Media During COVID-19” *Museum and Society* 18, no. 3 (2020). doi : <https://doi.org/10.29311/mas.v18i3.3539>
- Kriegel Martin and Anne Hartman. ‘Covid-19 contagion via aerosol particles comparative evaluation of indoor environments with respect to situational R-value.’ 15 02 2021 DOI: <http://dx.doi.org/10.14279/depositonce-11401> file:///C:/Users/user/Downloads/kriegel_hartmann_2021_aerosols.pdf
- Menegazzi, Christina. “MEP: Museums Emergency Programme.” Paris: ICOM, 2004.
- NE-MO. Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe: Final Report. ICOM, 2021. Accessed May 2021. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf
- Orlandi, Sarah Dominique. “Museums Web Strategy at the Covid-19 Emergency Times.” *DigitCult, Scientific Journal on Digital Cultures* 5, no. 1 (2020). doi: <https://doi.org/10.4399/97888255361646>
- Proctor, Nancy. “The Google Art Project: A New Generation of Museums on the web” *Curator the museum journal* 54, no. 2 (2011): 215-221. doi: <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2011.00083.x>
- Samaroudi, Ismini, Karina Rodriguez Echavarria and Larra Perry. “Heritage in lockdown: digital provision of memory institutions in the UK and US of America during the COVID-19 pandemic.” *Museum Management and Curatorship* 35, no. 4 (2020). Doi : <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1810483>
- Sciolino, Elaine. “The Louvre Turns to Merch.” *The New York Times*, 3 Μαρτίου 2021.
- UNESCO. Museums around the world in the face of COVID-19. Paris: UNESCO, 2020. Accessed May 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>

Ιστοσελίδες:

- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο Facebook page. Τελευταία πρόσβαση Μαΐος 2021. <https://www.facebook.com/byzantineandchristianmuseum/>
- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο Instagram page. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. <https://www.instagram.com/byzantineandchristianmuseum/>
- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο Trip Advisor page. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. https://www.tripadvisor.com.gr/Attraction_Review-g189400-d242815-Reviews-Byzantine_and_Christian_Museum-Athens_Attica.html
- Byzantine Museum Twitter page. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. https://twitter.com/byzantinemuseum?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor
- Byzantine Museum YouTube channel. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. <https://www.youtube.com/user/ByzantineMuseum>
- “Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο”, διαδικτυακός ιστότοπος . Τελευταία επίσκεψη Απρίλιος 2021. <https://www.byzantinemuseum.gr/>
- “Βυζαντινό και Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο” διαδικτυακός ιστότοπος. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. <https://www.ebyzantinemuseum.gr/>
- “BLUE SHIELD International”, blue shield international. <https://theblueshield.org/>
- “ICOM,” International Council of museums, διαδικτυακός ιστότοπος. Τελευταία προβολή Απρίλιος 2021. <https://icom.museum/en/>
- “ICOM” Ελλάδα Διεθνές Συμβούλιου Μουσείων Ελληνικό τμήμα, διαδικτυακός ιστότοπος. Τελευταία προβολή Μαΐος 2021. <http://icom-greece.mini.icom.museum/>
- “UNESCO,” United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization <https://en.unesco.org/>
- Byzantine & Christian Museum. “ Πάθη τα Σεπτά μέσα από τις συλλογές του Βυζαντινού και χριστιανικού Μουσείου” 15 Απριλίου 2020. YouTube video, 33:20. <https://www.youtube.com/watch?v=URCTHBmAPGk>
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. “ Συζητώντας με την Ιστορία – 12 Θησαυροί του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου” 16 Απριλίου 2020. YouTube video, 13:27. <https://www.youtube.com/watch?v=qO0oebFx9dY>

.