



Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Σχολή Μουσικής και Οπτικοακουστικών Τεχνών

Τμήμα Τεχνών Ήχου και Εικόνας

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΟΡΟΝΟΙΟΥ

Παναγιώτης Παππάς (TX2014017)

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Έλενα Χαμαλίδη

Συνεπιβλέποντες Καθηγητές: Ανδρέας Γιαννακουλόπουλος

Σταύρος Βλίζος

Σύμβουλος: Άννα-Μαρία Κάντα

ΚΕΡΚΥΡΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εστιάζει στις δράσεις που πραγματοποίησαν τα μουσεία, ώστε να διατηρήσουν την επικοινωνία με τους επισκέπτες τους κατά την διάρκεια της πρώτης καραντίνας, η οποία ήταν αποτέλεσμα της εξέλιξης του COVID-19 σε πανδημία. Πιο συγκεκριμένα, αφού ταξινομήθηκαν αυτές οι δράσεις σε κατηγορίες, όπως ήταν τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι ξεναγήσεις, οι προβολές εκδηλώσεων και η ανάδειξη ‘θησαυρών’, κατεγράφησαν όλες οι ενέργειες για κάθε κατηγορία. Οι καταγραφές αυτές, χρονολογικές και θεματικές, παρατίθενται στα Παραρτήματα της εργασίας. Στην συνέχεια σχολιάζονται και αξιολογούνται οι δράσεις, και αναδεικνύονται τα αποτελέσματα που προκύπτουν, όπως η μέριμνα των μουσείων για κοινωνικά ζητήματα. Παράλληλα, και σε συνδυασμό με το σχολιασμό και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας, παρατίθενται και αξιοποιούνται συμπεράσματα και προτάσεις από συζητήσεις που έλαβαν χώρα διαδικτυακά σχετικά με το υπό εξέταση ζήτημα από διεθνείς οργανισμούς.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αποτελεί μια ενδελεχή έρευνα γύρω από τις δράσεις τις οποίες οργάνωσαν τα μουσεία και το ICOM, ώστε να επικοινωνήσουν με τους επισκέπτες των πολιτισμικών ιδρυμάτων. Στην εισαγωγή αναπτύσσονται, βεβαίως, το αντικείμενο της έρευνας και οι στόχοι της, αλλά, επίσης, τα κριτήρια επιλογής του δείγματος των μουσείων στα οποία εστίασε η έρευνα και, τέλος, η μεθοδολογία.

Το κυρίως μέρος της εργασίας αποτελείται από τρία κεφάλαια. Στο πρώτο γίνεται μια επισκόπηση των τρόπων και σκοπών χρήσης των μέσων δικτύωσης από τα μουσεία, στο δεύτερο καταγράφονται οι δράσεις των μουσείων και οι προτάσεις του ICOM και στο τρίτο πραγματοποιείται μια προσπάθεια αξιολόγησης τους.

Αν και η εργασία εστιάζει σε συγκεκριμένα παραδείγματα/περιπτώσεις και όχι σε γενικές θεωρίες, οι πρώτες συνδέονται άμεσα με τις δεύτερες. Αυτό σημαίνει πως οι δράσεις των μουσείων κατά την διάρκεια της καραντίνας και οι προτάσεις χρήσης ψηφιακών μέσων (social media, virtual tour, app) έχουν άμεση σχέση με σχετικές μελέτες που έχουν γίνει τόσο από μουσειολόγους, όσο και από θεωρητικούς της επικοινωνίας. Έτσι, στην εργασία δεν παρατίθενται απλώς περιγραφές αλλά πραγματοποιείται μια προσπάθεια σύνδεσης των δράσεων με την θεωρία, μία απόπειρα δηλαδή, να δημιουργηθεί ένα θεωρητικό πλαίσιο που συνδέει όλες τις πληροφορίες που προέκυψαν από την έρευνα γύρω από το θέμα.

Αφού έχουν συγκεντρωθεί όλες οι δράσεις των μουσείων, όλα τα δεδομένα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, αυτές χωρίζονται ανάλογα με το είδος, σε εκπαιδευτικά προγράμματα, ξεναγήσεις, προβολές εκδηλώσεων και σε προσπάθειες των μουσείων με σκοπό την ανάδειξη των ‘θησαυρών’ τους. Ο απώτερος σκοπός αυτής της προσπάθειας είναι να δοθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα του αντικειμένου των καταγραφών.

Αμέσως μετά τον διαχωρισμό των δράσεων αυτές αξιολογούνται αρχικά με βάση την μέριμνα των μουσείων προς την κοινωνία. Στην συνέχεια σχολιάζονται οι προαναφερθείσες ενέργειες σύμφωνα με δύο άξονες. Ο πρώτος αφορά στις βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες συνέπειες στα μουσεία οι οποίες προέκυψαν

από τις αποφάσεις που πάρθηκαν κατά την διάρκεια της αναστολής λειτουργίας τους. Στον δεύτερο άξονα παρατίθενται προτάσεις με σκοπό την προστασία του κλάδου των μουσείων από θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το παράρτημα αποτελεί το τελευταίο μέρος αυτής της εργασίας. Σε αυτό παρατίθενται συγκεντρωτικά οι καταγραφές που έγιναν σχετικά με τις δράσεις των μουσείων. Ειδικότερα, πραγματοποιούνται δύο ειδών καταγραφές: α) παρατίθενται οι δράσεις των μουσείων με χρονολογική σειρά, δηλαδή, με την μορφή Χρονολογίου και β) ταξινομούνται θεματικά. Αναλυτικότερα, τα επιλεγμένα μουσεία κατατάχθηκαν κατά περίπτωση, σύμφωνα με τον τρόπο που επέλεξαν να δημοσιοποιήσουν τις ανακοινώσεις των δράσεων ή με τον τρόπο που εμφανίζονταν στην ιστοσελίδα τους μετά το τέλος της καραντίνας και κατά την διάρκεια της έρευνας. Έτσι αν κάποιο μουσείο ανάρτησε σε συγκεκριμένες ημερομηνίες-συγκεκριμένες δράσεις, τότε αυτές εμφανίζονται και στο Παράρτημα με χρονολογική σειρά. Στις περιπτώσεις, όμως, των μουσείων που οι δράσεις εμφανίζονται στην ιστοσελίδα ανά θεματική κατηγορία σύμφωνα με το περιεχόμενο τους, τότε αυτές ομαδοποιούνται και στο Παράρτημα βάσει περιεχομένου. Τέλος, στο Παράρτημα δίνονται οι τίτλοι από τα κείμενα-προτάσεις που δημοσίευσε το ICOM, ενώ στο τελευταίο μέρος μου παρατίθενται στατιστικές πληροφορίες τις οποίες κοινοποίησαν τα μουσεία σχετικά με την επισκεψιμότητά τους και την τυχόν αύξησή της στο ψηφιακό τους περιβάλλον κατά την διάρκεια της καραντίνας. Συμπληρωματικά δίνονται στατιστικά στοιχεία μόνο για όσα μουσεία δημοσίευσαν.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Τρόποι επικοινωνίας των ιδρυμάτων πολιτισμού	12
<i>Η χρήση των Social Media από τα μουσεία</i>	12
<i>Καταγραφές των δράσεων των μουσείων</i>	19
<i>Καταγραφές των προτάσεων του ICOM</i>	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Αξιολόγηση όλων των δράσεων και προτάσεων	39
<i>Μέριμνα για την κοινωνία</i>	40
<i>Βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες συνέπειες στα μουσεία εξαιτίας της αναστολής λειτουργίας τους</i>	45
<i>Προτάσεις με σκοπό την προστασία του κλάδου των μουσείων από θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση</i>	49
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
ΜΕΡΟΣ Α: Καταγραφές των δράσεων των μουσείων και του ICOM με βάση το περιεχόμενό τους - Χρονολογικές Καταγραφές	50
ΜΕΡΟΣ Β: Στατιστικές πληροφορίες	68
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ / ΙΣΤΟΓΡΑΦΙΑ	72

Εισαγωγή

Αυτή η εργασία αποτελεί μια προσπάθεια καταγραφής των δράσεων των μουσείων και των προτάσεων του ICOM κατά το διάστημα από τον Φεβρουάριο του 2020 μέχρι και τα μέσα του καλοκαιριού της ίδιας χρονιάς. Πρόκειται για το διάστημα, κατά το οποίο τα μουσεία παρέμειναν κλειστά λόγω της καραντίνας, μέχρι να ανοίξουν ξανά για να υποδεχτούν το κοινό.

Στόχος ήταν να κατανοηθεί ο τρόπος επικοινωνίας των μουσείων, με αποτέλεσμα να προκύψουν σαφή συμπεράσματα πάνω στο εν λόγω θέμα. Συγκεκριμένα δεν επιδιώχθηκε η επισήμανση της επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη σχέση των πομπών, των δεκτών και του μηνύματος (δηλαδή ενός επικοινωνιακού μοντέλου), αλλά η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε πολιτισμικά και κοινωνικά ζητήματα, εν προκειμένω στο χώρο των μουσείων (*Hjarvard 2013,2*).

Στην εποχή της πανδημίας το μέσο λαμβάνει το ρόλο του διαμεσολαβητή, ως μια κατάκτηση της τεχνολογίας που έρχεται να εξυπηρετήσει το μουσείο και να το διατηρήσει κομμάτι της καθημερινής ζωής των πολιτών. Άλλωστε, σκοπός της επικοινωνίας είναι το μήνυμα να φτάνει στον δέκτη χρησιμοποιώντας το εκάστοτε μέσο. Πιο συγκεκριμένα, αποτέλεσε ιδιαίτερο ενδιαφέρον να προσδιοριστεί ο ακριβής σκοπός των δράσεων των μουσείων και των προτάσεων του ICOM σε αυτή την πρωτοφανή εμπειρία. Είναι σημαντικό να γίνουν αντιληπτές οι αξίες που αποτέλεσαν την αφετηρία των δράσεων και που προβλήθηκαν, ώστε να εκπληρωθούν οι προσπάθειες των ιδρυμάτων, τα οποία προαναφέρθηκαν.

Το μουσείο συνεχώς οργανώνει δράσεις οι οποίες είναι αποτέλεσμα του κοινωνικού του ρόλου και της γενικότερης προσπάθειας ανάδειξης του πολιτισμού. Αυτός ο ρόλος πολλές φορές ταυτίζεται με την ευθύνη του μουσείου για διευκόλυνση της επικοινωνίας ανάμεσα στους ανθρώπους. Άλλωστε η ίδια η National Gallery στο Λονδίνο ανέφερε πως ακόμα και κατά την διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου συγκέντρωνε μια φορά την εβδομάδα ανθρώπους για να μιλούν για την τέχνη και να παίζουν μουσική (*The National Gallery 2020*). Ο μουσειολογικός τρόπος οργάνωσης και οι στρατηγικές ενός μουσείου για την ανάδειξη των ‘θησαυρών’, καθώς και οι παιδαγωγικές πρακτικές του είναι ζητήματα που απασχόλησαν τους ανθρώπους των

μουσείων –και όχι μόνο, κατά την διάρκεια της καραντίνας. Τα ζητήματα τα οποία προαναφέρθηκαν αποτελούν κριτήριο για την επιλογή των αξιών που προβάλλονται ώστε να προσελκύσουν το κοινό κατά την διάρκεια αυτού του διαστήματος

Ήδη από την δεκαετία του 1990, όπως περιγράφει στο βιβλίο της, « *Museum, Media, Message*» (1995,3) η Eilian Hooper-Greenhill, άρχισε να τίθεται το ζήτημα της “ικανοποίησης” των επισκεπτών, και η διοίκηση των μουσείων έδωσε βάση στις προσφερόμενες υπηρεσίες και στις απαιτήσεις του κοινού. Αν αναλογιστούμε αυτό το γεγονός σε σχέση με όσα προσφέρει το μουσείο γενικά, θα διαπιστώσουμε πως και κατά την διάρκεια της καραντίνας οι προσπάθειες επικοινωνίας μουσείου και κοινού αποτελούν επίσης μια περίπτωση στην οποία ο θεσμός αρχίζει να διερωτάται πώς μπορεί να πλησιάσει το κοινό του, και να του εξασφαλίσει εύκολη και ευχάριστη πρόσβαση στις συλλογές και στις δραστηριότητες του.

Ο Simon Knell στο βιβλίο του «*The Contemporary Museum*» (2019,2) περιγράφοντας την έννοια του σύγχρονου μουσείου σημειώνει πως το 2017 αποδείχθηκε ότι πράγματι η ψηφιακή επανάσταση έχει καίριο ρόλο στην σύγχρονη εποχή. Η κοινωνία, δηλαδή, είναι πια ελεγχόμενη από τα δίκτυα. Ακόμα και στο «*The Routledge Handbook of Museum*» (2019) στην εισαγωγή αναφέρεται πως, πράγματι, υπάρχουν αλγόριθμοι οι οποίοι σκιαγραφούν τα προφίλ των επισκεπτών των μουσείων με βάση τις επιλογές τους (Drotner et al.2019, 7). Φαίνεται πως τα μουσεία αξιοποιούν τις εν λόγω πρακτικές, και μάλιστα δεν είναι λίγα αυτά που δημοσίευσαν αριθμούς και ποσοστά επισκέψεων σε συλλογές τους και σε δράσεις τους κατά την διάρκεια της καραντίνας(βλ. Λούβρο, στατιστικά στοιχεία, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ παρούσας εργασίας).

Έτσι, το προφίλ του επισκέπτη λαμβάνεται πια υπόψη σε πλαίσια κοινωνικού περιβάλλοντος και δεν αντιμετωπίζεται απαραίτητα φιλικός στο να εξερευνήσει διαδικτυακά το μουσείο και τις εκθέσεις του. Ο ρόλος του οφείλει να είναι βοηθητικός και κατατοπιστικός, ώστε να υπάρχει ουσιαστικός λόγος που οι πολίτες στρέφονται και αντλούν πληροφορίες και γνώση από τα πολιτισμικά ιδρύματα.

Το ζήτημα, πάντως, είναι πως τα μουσεία τελικά χρησιμοποιούν το κάθε νέο μέσο και τις παροχές της ψηφιακής τεχνολογίας - κοινωνικά δίκτυα (social media), εικονικές περιηγήσεις (virtual tour), ψηφιακές εκθέσεις - για να ενισχύσουν την

παρουσία τους, και να βρίσκονται κοντά στο κοινό τους. Με αυτό τον τρόπο εκπληρώνουν, άλλωστε, το όραμα για ένα μουσείο το οποίο δεν περιορίζεται στον φυσικό του χώρο, αλλά και έξω από αυτόν, και ανακαλύπτει τρόπους να απασχολεί τους πολίτες με πολιτισμικά και κοινωνικά θέματα και έξω απ τα φυσικά όριά του. Όλες οι προσπάθειες που γίνονται από τα μουσεία για να δημιουργήσουν μια – αλώβητη στο πέρασμα των χρόνων- σχέση με τους ανθρώπους και κατά αυτό τον τρόπο το κοινό να συμπεριλαμβάνει το μουσείο στην καθημερινότητά του ονομάζονται μουσειολογικές πρακτικές (*Drotner et al. 2019, 184*).

Οι μουσειολογικές πρακτικές αφορούν τρόπους με τους οποίους το μουσείο διαχειρίζεται/χρησιμοποιεί/αξιοποιεί τα νέα τεχνολογικά μέσα -μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), διαδίκτυο (internet), (Youtube), ψηφιακές περιηγήσεις (virtual tour) - ώστε να δημιουργήσει νέα ενδιαφέροντα πεδία για τους επισκέπτες του, και να αναπτυχθεί σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον στο οποίο οι πολίτες είναι ήδη ενεργοί. Ειδικά κατά την περίοδο της καραντίνας, οι άνθρωποι σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε, ανάλωσαν αρκετό χρόνο στο διαδίκτυο (*Martin 2020*): το μουσείο εφάρμοσε κατά συνέπεια πρακτικές που θα κέντριζαν το ενδιαφέρον των χρηστών σε αυτό το περιβάλλον, και θα τους είλκυαν στο δικό του.

Τελικός στόχος της εργασίας ήταν να προσδιοριστούν οι προοπτικές που ενδέχεται να προέκυψαν από αυτή την εμπειρία για το μέλλον των μουσείων· καθώς και το πώς μεγαλύτεροι θεσμοί όπως το ICOM και η Ευρωπαϊκή Ένωση βοήθησαν ή θα μπορούσαν να το κάνουν, ώστε να προφυλάξουν τον κλάδο του πολιτισμού από την ανηλεή επιρροή που ενδέχεται να είχε η πανδημία πάνω του.

Προκειμένου να εκπονηθεί η συγκεκριμένη εργασία έλαβε χώρα μια ερευνητική προσέγγιση στα μουσεία, μια μελέτη περίπτωσης κατά την οποία πραγματοποιήθηκε συλλογή δεδομένων που αφορούσαν τις δράσεις των πολιτισμικών ιδρυμάτων και τις προτάσεις του ICOM.

Αρχικά, μελετήθηκε συγκεκριμένη βιβλιογραφία, η οποία αφορούσε τις μουσειακές σπουδές και το «παγκοσμίως συνδεδεμένο μουσείο» ώστε να κατανοηθεί η αρχική σύλληψη της έννοιας του (*Knell 2019,2*). Αυτό ήταν απαραίτητο για να τεθεί στην συνέχεια το ζήτημα της επικοινωνίας μεταξύ μουσείων και επισκεπτών κυρίως στην σύγχρονη εποχή.

Αφού συγκροτήθηκε ένα θεωρητικό πλαίσιο γύρω από την έρευνα, ξεκίνησε η καταγραφή των δράσεων. Η τελευταία οργανώθηκε με βάση τις ημερομηνίες δημοσίευσης των ενεργειών από τα μουσεία. Σε αρκετές περιπτώσεις υπήρξαν λεπτομέρειες που ήταν απαραίτητο να αποσαφηνιστούν, όπως το γεγονός πως ορισμένες διετίθεντο και προ πανδημίας αλλά αναδημοσιεύονταν στις ιστοσελίδες τους. Προσωπική πρωτοβουλία αποτέλεσε το γεγονός πως επικοινωνήσα απευθείας με τα μουσεία τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα, ώστε να αποσαφηνιστούν κάποιες πληροφορίες και η παρούσα έρευνα να αποτελείται από πραγματικά στοιχεία, τα οποία επιβεβαίωσαν άνθρωποι που εργάζονται στα ιδρύματα πολιτισμού. Το μουσείο (TATE Modern), στο Λονδίνο, το (Rijks Museum), στο Άμστερνταμ, το Εθνικό μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, στην Αθήνα και η Εθνική Πινακοθήκη, επίσης στην Αθήνα, ανταποκρίθηκαν άμεσα και εξέφρασαν τις ευχαριστίες τους για το ενδιαφέρον, καθώς μοιράστηκαν ένα πλήθος πληροφοριών σχετικά με τις διευκρινήσεις που τους ζητήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τα μουσεία στην Ελλάδα οργάνωσα δύο συνεντεύξεις. Η πρώτη έγινε στην Διευθύντρια Επικοινωνίας του ΕΜΣΤ, την κυρία Κασσιανή Μπενάκη και η δεύτερη στην κυρία Λίνα Τσίκουτα - Δειμέζη, η οποία είναι μια από τις επιμελήτριες της Εθνικής Πινακοθήκης στην Αθήνα. Οι προαναφερθείσες έδωσαν σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τις δράσεις κατά την διάρκεια της καραντίνας και με χαρά προτάθηκαν να μοιραστούν στοιχεία επικοινωνίας συναδέλφων τους, ώστε να συλλεχθούν ακόμα περισσότερες πληροφορίες.

Στην συνέχεια πραγματοποιήθηκε η συγκεντρωτική καταγραφή των δράσεων σε μορφή κειμένου και ταυτόχρονα συγκροτήθηκαν οι πίνακες του παραρτήματος. Πιο συγκεκριμένα, έγιναν δύο ειδών καταγραφές, η πρώτη βάσει της ημερομηνίας δημοσίευσης και η δεύτερη βάσει του περιεχομένου των αναρτήσεων, όπως προαναφέρθηκαν.

Το κεντρικό ζήτημα σε όλο το εύρος της εργασίας ήταν οι τρόποι επικοινωνίας των μουσείων, ο σκοπός των δράσεων τους και το τι αλλάζει για τα πολιτισμικά ιδρύματα εξαιτίας της νέας εποχής η οποία προκλήθηκε από την εμφάνιση της πανδημίας. Επιθυμώντας να απαντηθούν αυτά τα ερωτήματα συλλέχθηκε συγκεκριμένη βιβλιογραφία η οποία και μελετήθηκε ώστε να καταστεί δυνατή η εισαγωγή στις μουσειακές σπουδές και η κατανόηση αυτού του κλάδου. Αφού αποκτήθηκε αυτό το

θεωρητικό επίπεδο γνώσεων, χρησιμοποιήθηκε, για να ερμηνευτούν οι δράσεις των μουσείων και ο σκοπός της οργάνωσής τους.

Στην συνέχεια, κατά την αξιολόγηση των δεδομένων, ο σχολιασμός από τον γράφοντα, έλαβε υπόψη για τα διαμόρφωση των τελικών σχολίων. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στα ζητήματα που ανέδειξαν συζητήσεις ειδικών, ανθρώπων των μουσείων και μουσειολόγων από όλο τον κόσμο γύρω από την επίδραση της πανδημίας στα μουσεία και γενικότερα στο χώρο του πολιτισμού, στα (webinars) που οργανώθηκαν από το ICOM σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το κριτήριο επιλογής του δείγματος μουσείων από την Ελλάδα και το εξωτερικό, για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας είναι η επισκεψιμότητα σύμφωνα με το παρακάτω σκεπτικό.

Τα μουσεία διαχέουν πληροφορίες οι οποίες στοχεύουν στην ενημέρωση του κοινού σχετικά με θέματα της επικαιρότητας, και, στην περίπτωση μας, γύρω από το φαινόμενο της πανδημίας. Ταυτόχρονα δίνεται έμφαση και στο περιεχόμενο του μουσείου, δηλαδή, στα έργα τέχνης ώστε να δημιουργηθεί μια γέφυρα επικοινωνίας μεταξύ μουσείου και επισκεπτών. Για να επιτευχθεί η τελευταία σχεδιάζονται εκθέσεις και οργανώνονται δράσεις προώθησης των εν λόγω θεσμών οι οποίες εκτός των άλλων αποσκοπούν και στην αναβάθμιση της εμπειρίας των επισκεπτών στον φυσικό χώρο αλλά και έξω από αυτόν. Η πρόσβαση σε δεδομένα τα οποία αφορούν την δραστηριότητα και τις επιλογές των ανθρώπων, δηλαδή, το τι ενδιαφέρει το κοινό, είναι καίριας σημασίας· χάρη σε αυτήν όλα τα ιδρύματα πολιτισμού έχουν την δυνατότητα να βελτιώνουν την εμπειρία των επισκεπτών τους.

Ένα μουσείο δύναται να συλλέξει και να επηρεάσει δεδομένα τα οποία συγκεντρώνονται από δραστηριότητες που έχουν σχέση με την αλληλεπίδραση μουσείου και επισκεπτών, είτε στον φυσικό είτε στον διαδικτυακό χώρο, και σε στοιχεία που αποβλέπουν στην απόκτηση μιας οπτικής εκ μέρους των επισκεπτών η οποία θα είναι πιο σύνθετη και θα λειτουργεί πιο σχολαστικά (*Drotner at al. 2019, 264*). Στηριζόμενοι σε αυτό το επιχείρημα προκύπτει πως τα μουσεία, καθώς έχουν πρόσβαση σε τέτοια δεδομένα καταφέρνουν να προσαρμόζονται στις ανάγκες των πολιτών. Δίνοντας βάση στα ενδιαφέροντα του κοινού(συλλέγοντας πληροφορίες και αξιολογώντας τις). Με αυτό τον τρόπο δημιουργούν πράγματι μια στενή σχέση

μεταξύ αυτών και των επισκεπτών. Κατά λογική συνέπεια ένα μουσείο με μεγαλύτερο αριθμό πολιτών που ασχολούνται με τις δράσεις του, θα έχει και μεγαλύτερο εύρος συλλογής δεδομένων και στοιχείων. Αυτό σημαίνει πως όσο περισσότεροι είναι οι επισκέπτες τόσο μεγαλύτερο θα είναι και το ποσοστό των δεδομένων που συγκεντρώνονται. Ένα μεγαλύτερο ποσοστό σίγουρα θα ανταποκρίνεται περισσότερο σε μια γενική και πιο πιθανή εικόνα του προφίλ των επισκεπτών των μουσείων. Επομένως ένας θεσμός με μεγαλύτερο κοινό, ένα μουσείο με υψηλή επισκεψιμότητα τόσο στον φυσικό όσο και στον διαδικτυακό χώρο του, διαθέτει περισσότερα δεδομένα μέσω των οποίων επωφελείται τόσο το ίδιο όσο και οι άνθρωποι στους οποίους απευθύνεται.

Με το κριτήριο της επισκεψιμότητας επιλέχθηκαν, λοιπόν, τα εξής Μουσεία: το (Museum of Modern Art) στην Νέα Υόρκη, το Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, το (Prado) στην Μαδρίτη, το μουσείο (RijksMuseum) στο Άμστερνταμ, η (Tate Modern) και η (National Gallery) στο Λονδίνο, το Εθνικό μουσείο Σύγχρονης Τέχνης και η Εθνική Πινακοθήκη στην Αθήνα.

Κλείνοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την κυρία Άννα – Μαρία Κάντα, για την πρόταση του θέματος της εργασίας, για τις συμβουλές και βιβλιογραφικές της προτάσεις, μεταξύ των οποίων και δικές της δημοσιεύσεις. Ακόμα, να ευχαριστήσω την κυρία Έλενα Χαμαλίδη, για το γεγονός πως έκανε την επαφή με την κυρία Κάντα, και για όλες τις παρατηρήσεις και τα σχόλια σχετικά με την εργασία καθ' όλο το διάστημα της εκπόνησης της. Επιπλέον, είναι σημαντικό να ευχαριστήσω τον κύριο Ανδρέα Γιαννακουλόπουλο και τον κύριο Σταύρο Βλίζο που δέχτηκαν να είναι συνεπιβλέποντες της παρούσας έρευνας και βοήθησαν με το να εκφράσουν σχόλια σχετικά με το θέμα και την ανάπτυξη του. Τέλος, θα επιθυμούσα να ευχαριστήσω όλους τους ανθρώπους από τα μουσεία που δέχτηκαν αμέσως να δώσουν πλήθος πληροφοριών προκειμένου να συνδράμουν στην εκπόνηση αυτής της εργασίας. Συγκεκριμένα από την Ελλάδα θα ήθελα να ευχαριστήσω την κυρία Κασσιανή Μπένου από το ΕΜΣΤ και τις κυρίες Λίνα Τσίκουτα – Δεϊνέζη, Άρτεμις Ζερβοπούλου και Έφη Αγαθονίκου από την Εθνική Πινακοθήκη της Ελλάδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Τρόποι Επικοινωνίας των Ιδρυμάτων Πολιτισμού

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τα μουσεία

Στην ενότητα αυτή κάνω μια επισκόπηση του σκεπτικού, των τρόπων και των σκοπών του ανοίγματος των μουσείων στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, με βάση την υπάρχουσα βιβλιογραφία, για να καταλήξω στις προκλήσεις που τέθηκαν από τη συγκυρία της πανδημίας και της καραντίνας.

Κατά γενική ομολογία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) έχουν ηγεμονεύσει σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, ακόμα και στον χώρο της τέχνης και του πολιτισμού. Πιο συγκεκριμένα τα εν λόγω μέσα εξυπηρετούν το μουσείο ώστε να αναβαθμίσει την επιρροή του, να αναπτύξει το ενδιαφέρον των επισκεπτών του, να αυξήσει την συμμετοχή της κοινωνίας στα δρώμενα που οργανώνει, και να επιτύχει στις εκπαιδευτικές του δραστηριότητες. Η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων συνέβαλε στην ριζική αναδιοργάνωση του επικοινωνιακού μοντέλου που ακολουθούν τα μουσεία. Ήδη από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα τα μουσεία ακολούθησαν ένα μοντέλο το οποίο επικεντρώνει στην οπτική του κοινού, δηλαδή, στο ερώτημα «τι είναι αυτό που οι άνθρωποι θέλουν να γνωρίσουν;» (Eilean Hooper-Greenhill 1995, 2). Στόχο αποτελεί η αποφυγή της παλαιότερης τακτικής μετάδοσης πληροφοριών με κριτήριο τους στόχους του ίδιου του μουσείου. Τα τελευταία χρόνια έχουν διεξαχθεί πολλές συζητήσεις και αντίστοιχες προσπάθειες από την επιστημονική κοινότητα η οποία ασχολείται τόσο με τις μουσειακές σπουδές όσο και με την θέση του επισκέπτη στον 21^ο αιώνα ώστε να καταστεί πιο ξεκάθαρος ο ρόλος και η έννοια του μουσείου (Knell 2019, 2).

Σύμφωνα με δημοσίευση του ICOM, στην επίσημη ιστοσελίδα του, οι δράσεις οι οποίες συνδέονται με τον ορισμό του μουσείου, είναι η εκμάθηση, η συντήρηση, η έρευνα, η έκθεση και η επικοινωνία (ICOM 2007). Αυτές εξυπηρετούνται από τις επιλογές που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) στα μουσεία. Ειδικότερα, όσον αφορά την εκμάθηση/εκπαιδευτικό ρόλο, θεωρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δύνανται να εξυπηρετήσουν τα μουσεία ώστε να αυξήσουν το

δίκτυο επαφών τους· ο σκοπός, εξάλλου είναι οι επισκέπτες να καταφέρουν να αλληλεπιδρούν τόσο μεταξύ τους όσο και σε σχέση με εκθέματα του μουσείου που μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετικά μέρη και συλλογές.

Ταυτόχρονα, η έννοια της συντήρησης, ερμηνεύεται ως η ικανότητα των (social media) να διατηρήσει ένα πεδίο πληροφοριών. Αυτό σημαίνει πως μια κοινότητα σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον μοιράζεται πληροφορίες σχετικά με θέματα που απασχολούν τα μέλη της (Drotner, Schröder 2013,18). Καθώς αυτά παραθέτουν πληροφορίες βάσει αποτελεσμάτων έρευνας που μπορεί να έχει κάνει ο καθένας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να λειτουργήσουν ως ένα αρχείο που φυλάσσει και διατηρεί της πληροφορίες που μοιράστηκε ο ένας χρήστης με τον άλλο, αλλά και τις πληροφορίες που μεταδίδει το ίδιο το μουσείο. Ο σκοπός στην παρούσα περίπτωση δεν είναι η μεταφορά του ‘αρχείου’ του μουσείου σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον με αποτέλεσμα να χαθεί από το φυσικό του περιβάλλον, αλλά να χρησιμοποιήσει το μουσείο την δύναμη των (social media), ώστε να αποκτήσει και σε αυτό τον χώρο μια ισχυρή παρουσία. Έτσι οι χρήστες θα ανατρέξουν σε υλικό του μουσείου χωρίς να χρειάζεται απαραίτητα να το επισκεφτούν. Πολλοί άνθρωποι, δηλαδή, μπορεί να θέλουν να αντλήσουν πληροφορίες και να μην έχουν την δυνατότητα να ταξιδέψουν, ώστε να επισκεφτούν το μουσείο. Φυσικά τα τελευταία χρειάζεται να γνωρίζουν καλά τις δυνατότητες αυτών των μέσων και το υλικό που πρόκειται να δημοσιεύσουν. Οτιδήποτε δημοσιεύεται αναπαράγεται από το κοινό είτε επειδή κοινοποιείται είτε επειδή αναδημοσιευτεί σε άλλους χρήστες. Επίσης επιβάλλεται τα μουσεία να είναι ιδιαίτερα προσεκτικά καθώς οτιδήποτε κοινοποιείται μένει στον διαδικτυακό χώρο στο πέρασμα του χρόνου.

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από ανθρώπους που εργάζονται στα μουσεία ως ερευνητές, τους δίνει την δυνατότητα να προσκαλέσουν τους απλούς επισκέπτες, δηλαδή τους πολίτες, να ασχοληθούν με θέματα που αφορούν το μουσείο και την τέχνη. Κατά αυτό τον τρόπο δημιουργούνται θεματικές ομάδες (groups) στις οποίες οι άνθρωποι συζητούν για αυτά τα θέματα και ως εκ τούτου ερευνούν συλλογικά, καθώς συμβάλουν και οι ίδιοι στην ερευνητική διαδικασία. Δημιουργείται, δηλαδή, μια ερευνητική διαδικτυακή προσέγγιση στο περιεχόμενο του μουσείου. Η παρουσία των ιδρυμάτων πολιτισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργεί αυτομάτως ένα χώρο, στον οποίο οι χρήστες μπορούν επίσης να

σχολιάζουν συγκεκριμένες αναρτήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί μια δράση του ΕΜΣΤ, στο (instagram), στην οποία το μουσείο έθετε ερωτήματα στους επισκέπτες του και τους παρότρυνε να ‘αφήσουν’ τις απαντήσεις τους σε σχόλια(*ΕΜΣΤ 2020*). Το αποτέλεσμα είναι να δημιουργείται ένας διάλογος μέσα από ερωτοαπαντήσεις, δημιουργώντας μια διαλογική συζήτηση, με την έννοια του ότι ο διάλογος μπορεί να αναδεικνύει νέα ζητήματα προς έρευνα, η οποία με την σειρά της θα τροφοδοτήσει εκ νέου νέα ερωτήματα και, κατ’ επέκταση τη συνέχεια στην επικοινωνία μεταξύ χρηστών και μουσείου.

Όσον αφορά τις εκθέσεις και την επικοινωνία των μουσείων η χρήση των (social media) μπορεί να φανεί εξίσου χρήσιμη και αποτελεσματική. Όταν ένα μουσείο πραγματοποιεί μια ζωντανή μετάδοση με σκοπό την περιήγηση στους χώρους του και τις εκθέσεις του, καταφέρνει να δημιουργήσει και πάλι ένα επικοινωνιακό πλαίσιο ανάμεσα στους επισκέπτες, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να αντιδράσουν και να σχολιάσουν τα εκθέματα. Ακόμη, σε αυτές τις περιπτώσεις οι διαδικτυακοί επισκέπτες συχνά προτείνουν βελτιώσεις των δράσεων του μουσείου, ή διατυπώνουν εποικοδομητική κριτική, την οποία οφείλει να λαμβάνει υπόψη του το μουσείο. Επίσης όπως αυτό δημοσιεύει και κοινοποιεί υλικό έτσι και οι επισκέπτες των προφίλ του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να το αναδημοσιεύουν ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους. Η διαδικασία αυτή ανταλλαγής πληροφοριών συμβάλει στην δημιουργία ενός μοντέλου επικοινωνίας ανάμεσα στο μουσείο και το κοινό του. Ας σημειωθεί εδώ ότι η χρήση των (social media), δεν έχει σκοπό να αλλάξουν το εννοιολογικό πλαίσιο του μουσείου αλλά να το ενισχύσουν με σκοπό να αυξήσουν την επιρροή του (*Drotner, Schröder 2013,19*).

Όλες αυτές οι συζητήσεις σχετικά με τον ρόλο και το επικοινωνιακό πλαίσιο του μουσείου είναι σχετικές με θέματα που απασχολούσαν, βέβαια, ήδη την προ COVID-19 εποχή. Η επικοινωνία των μουσείων με το κοινό τους έχει απασχολήσει την επιστημονική κοινότητα ήδη από το 1980. Στο βιβλίο με τίτλο «*Museum, Media, Message*», (1995) η *Eileen Hooper-Greenhill* μιλώντας για την επικοινωνία στα μουσεία της Βρετανίας αναφέρει μια προσπάθεια που έγινε από *Roger Miles* και τους συνεργάτες του. Είχαν δημιουργήσει έναν αποτελεσματικό τρόπο έκθεσης, χρησιμοποιώντας επικοινωνιακά μοντέλα από την τεχνολογία πληροφοριών, μορφωτικά πρότυπα από την ψυχολογία της συμπεριφοράς και κοινωνικά μοντέλα

από Αμερικανούς θετικιστές που ασχολούνται με την Θεωρία της επικοινωνίας. Αυτή η προσπάθεια είχε να κάνει με την υπόθεση πως, αν τελειοποιηθεί το μέσο επικοινωνίας, θα ήταν σίγουρα επιτυχής η μετάδοση μηνυμάτων. Θεωρήθηκε πως αν η έκθεση ήταν άρτια σχεδιασμένη, οι θεατές θα αντιδρούσαν σχεδόν αυτόματα. Αυτό το παράδειγμα είχε σκοπό να δείξει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη του μέσου και ότι το κοινό επηρεάζεται από αυτό. Άλλωστε δυο δεκαετίες αργότερα επιβεβαιώθηκε η επιτυχία αυτής της προσέγγισης και τέθηκε το ζήτημα της σημασίας του θεατή στο μουσειακό χώρο. (1995,4-5). Αυτή η προσπάθεια ανέδειξε τη σημασία του μέσου και της επικοινωνίας, η οποία εμπεδώθηκε στο πέρασμα του χρόνου. Το μουσείο έχει σκοπό να διατηρήσει και να διαφυλάξει την κληρονομιά τόσο των ιδεών και της θεωρίας όσο και των αντικειμένων και των έργων τέχνης, τα οποία ακολουθούν την ανθρωπότητα στην εξέλιξή της μέσα στα χρόνια. Η αλληλεπίδραση των πολιτών με αυτή την κληρονομιά με σκοπό την καλλιέργεια και τη γνώση, τη μελέτη και την ‘απόλαυση’ είναι ιδιαίτερα σημαντική.

Από την άλλη, πλευρά, η ψηφιοποίηση και η επικοινωνία μέσω των κοινωνικών δικτύων ενδέχεται να κρύβει και κινδύνους ή να απειλεί την επιβίωση των μουσείων από υλική, οικονομική άποψη, δηλ. να συμβάλει στη μείωση των εξόδων τους. Πόσο μάλλον σε μουσεία που τους έχει επιβληθεί να δημιουργήσουν, για να επιβιώσουν, ένα μοντέλο “έπισκεπτών-πελατών”. Ενδεικτικό παράδειγμα εν προκειμένω αποτελεί το μουσείο *PRADO* στην Μαδρίτη, από το οποίο ζητήθηκε να μειώσει την οικονομική στήριξη που λαμβάνει από το κράτος κατά 50-80% (Fuchs 2004). Το γεγονός αυτό δημιουργεί προβληματισμούς για την ψηφιοποίηση του μουσείου καθώς χάνεται η φυσική παρουσία των επισκεπτών και μειώνονται τα έσοδα (Drotner, Schröder 2013). Η πιο σημαντική τους απώλεια προκύπτει από το γεγονός πως μειώνεται το “ticketing” δηλαδή η αγορά εισιτηρίων. Έτσι ίσως κάποια μουσεία - κυρίως τα πιο μικρά και αυτά που λειτουργούν ως οικονομικά αυτόνομα – ανησυχούν για τον ρυθμό ψηφιοποίησης του υλικού τους. Η ευκαιρία που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γενικά, αλλά ιδιαίτερα κατά την διάρκεια της καραντίνας, είναι ότι τα μουσεία καταφέρνουν να ξανασυσταθούν στους επισκέπτες τους σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον και να δημιουργηθούν σχέσεις ζωτικής σημασίας. Το αποτέλεσμα που προκύπτει είναι να διεγείρουν το ενδιαφέρον και την ανάγκη σε κάποιον άνθρωπο να θέλει –έστω και ασυναίσθητα -να επισκεφτεί

τον φυσικό χώρο του μουσείου και να εντάξει την ενασχόληση του με αυτό στην καθημερινότητα του (Drotner, SchrØder 2013).

Ο εμπορικός χαρακτήρας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνει την δυνατότητα κατάταξης των χρηστών και εκτίμηση της επιρροής που ασκεί κάθε προφίλ μουσείου στους επισκέπτες του. Οι τελευταίοι αντιμετωπίζονται, ωστόσο, συνήθως, ως καταναλωτές και, η χρήση που κάνουν αντικατοπτρίζεται, κάπως απλουστευτικά, ίσως από τα «μου αρέσει», τα «κλικ» και τα “like” στις προβολές των βίντεο. Ακόμα και ο Simon Knell στο βιβλίο του «*The Contemporary Museum*» (2019) στην περιγραφή της έννοιας του σύγχρονου μουσείου, σημειώνει πως το 2017 αποδείχθηκε ότι στις επιπτώσεις της ψηφιακής επανάστασης στη σύγχρονη εποχή περιλαμβάνουν και την παροχή της δυνατότητας σε μεγάλες εταιρίες να παρακολουθούν και να ελέγχουν την κοινωνία (2019, 3).

Το μουσείο, όμως, ποτέ δεν απέβλεπε στην αντιμετώπιση των επισκεπτών του ως καταναλωτών· η χρήση αυτών των εφαρμογών και τα στοιχεία που προσφέρονται από τα δεδομένα (data) και την επεξεργασία τους, το εξυπηρετούν υπό την έννοια ότι καταφέρνει να έχει συνολικότερη εικόνα σχετικά με τις προτιμήσεις των επισκεπτών του και έτσι να δημιουργεί υλικό ενδιαφέρον γι’ αυτούς και να κερδίζει ισχυρή θέση στην κοινωνία (Drotner, SchrØder 2013,20). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δύνανται να προσφέρουν προγράμματα καταγραφής των επιλογών του κοινού, και να παρέχουν στο μουσείο πρόσβαση σε αυτά, ώστε να δέχεται μια εποικοδομητική κριτική στο έργο του και στις δράσεις του.

Από την άλλη πλευρά, είναι εξίσου σημαντικό να δίνεται στον (μελλοντικό) επισκέπτη η αίσθηση ότι λαμβάνεται σοβαρά υπόψη η γνώμη του, και πως ο ρόλος αυτού του επικοινωνιακού μοντέλου είναι ουσιαστικός ως προς αυτό. Από την πλευρά των μουσείων, πάλι, ο λόγος δεν είναι άλλος παρά οι επισκέπτες πράγματι να βρίσκουν ενδιαφέρον στις δημοσιεύσεις των μουσείων και, βέβαια, σε αυτά τα ίδια, στις συλλογές και τις δράσεις τους. Έτσι αυτά θα μπορούν να εστιάσουν στο τι θέλουν να μεταδώσουν, πώς να το μεταδώσουν, ποιον αφορά η πληροφορία που μεταδίδουν, πότε και πού (Drotner, SchrØder 2013,16). Αυτή την αμφίδρομη σχέση μεταξύ ενός μουσείου και του κοινού του δεν μπορεί να εξυπηρετήσει, παρά ένα επικοινωνιακό μοντέλο διαδραστικού χαρακτήρα, το οποίο να εστιάζει στην

αλληλεπίδραση των επισκεπτών και των ανθρώπων των μουσείων σε ένα κοινό πλαίσιο.

Επί πλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) επιτρέπουν στα μουσεία να ‘διαμορφώσουν’ κατά κάποιο τρόπο, και ίσως να αυξήσουν το κοινό τους προσφέροντας κατανοητές πληροφορίες και διατηρώντας ή ενισχύοντας το ενδιαφέρον του. Με άλλα λόγια, τα (social media) εξυπηρετούν την αναβάθμιση της παρουσίας των μουσείων σε περιβάλλοντα στα οποία οι επισκέπτες ή οι δυνάμει επισκέπτες είναι ήδη δραστήριοι, όπως το (facebook), (instagram), (YouTube) και όχι μόνο στο πλαίσιο του φυσικού περιβάλλοντος του μουσείου ή μόνο στην ιστοσελίδα του.

Έτσι κατά την διάρκεια της πανδημίας και κυρίως της καραντίνας τα μουσεία συνειδητοποίησαν ότι προκειμένου να αποκτήσουν διαδικτυακούς επισκέπτες ή να διατηρήσουν την επαφή με τους επισκέπτες τους τον ιστοχώρο, θα έπρεπε να αναπτύξουν ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επί πλέον, κατέστη σαφές στους ανθρώπους των μουσείων ότι οι δράσεις αυτές θα πρέπει να είναι συνειδητές και κατά συνέπεια άρτια σχεδιασμένες, δηλ. ότι το μουσείο θα πρέπει να γνωρίζει γιατί θέλει να επικοινωνήσει, ώστε να δημοσιοποιήσει τις κατάλληλες πληροφορίες και να αναρωτηθεί τους λόγους για τους οποίους, σε πρώτο επίπεδο, το κοινό το επισκέπτεται (Eilean Hoope-Greenhil 1995).

Μια πρακτική που θα μπορούσε να βοηθήσει ώστε δημιουργηθεί τέτοια σχέση μεταξύ επισκεπτών και μουσείων θα ήταν το τελευταίο να απαντά στα σχόλια και τα ερωτήματα των επισκεπτών ώστε να υφίσταται πράγματι η ύπαρξη ενός ενωμένου δικτύου (Drotner, Schröder 2013, 20). Κατ’ αυτό τον τρόπο προκύπτει το ζήτημα της διαχείρισης του δημοσίου διαλόγου τον οποίο τα μουσεία φροντίζουν να το αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη προσοχή. Όπως επεσήμανε ο Mattia Agnetti στο webinar: “*impact, innovations and planning for post-crisis*” το μουσείο οφείλει να είναι επανδρωμένο με άτομα τα οποία διαθέτουν τόσο επικοινωνιακές δεξιότητες, όσο και εξειδικευμένες γνώσεις¹. Το επιστημονικό υπόβαθρο των ανθρώπων των μουσείων, έγινε, έτσι σαφές ότι επιβάλλεται να είναι διεπιστημονικό, να συνδυάζει την θεωρία της επικοινωνίας, τις μουσειακές σπουδές και την θεωρία των μέσων,

¹ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-oecd-webinar/>

ώστε αυτοί, να μπορούν να σχεδιάσουν καινοτόμες προσεγγίσεις με βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα αποτελέσματα (*Drotner, Schröder 2013, 21*).

Καταγραφές των δράσεων των μουσείων

Στην ενότητα αυτή οργανώνονται συγκεντρωτικά οι δράσεις των μουσείων κατά την διάρκεια της καραντίνας, και χωρίζονται ανάλογα με το είδος τους σε εκπαιδευτικά προγράμματα, ξεναγήσεις-περιηγήσεις, προβολές εκδηλώσεων και ανάδειξη ‘θησαυρών’.

Προκειμένου να συγκεντρωθούν τα απαραίτητα στοιχεία κι έτσι να πραγματοποιηθεί η παρούσα εργασία και στην συνέχεια να αξιολογηθεί το υλικό που συγκεντρώθηκε χρησιμοποιήθηκαν δύο κύριες μέθοδοι. Η πρώτη ήταν η αναζήτηση και καταγραφή όλων των δημοσιεύσεων των μουσείων σχετικά με τις δράσεις τους κατά την διάρκεια της καραντίνας. Σε δεύτερο στάδιο, επιδιώχθηκε η επικοινωνία με τα ίδια τα μουσεία, μεταξύ άλλων, ώστε να καταστεί σαφές ποιές από αυτές τις δράσεις και πρωτοβουλίες αποτελούσαν καινοτομίες με στόχο την αντιμετώπιση της δύσκολης συγκυρίας, και ποιες συγκαταλέγονταν σε τακτικές δράσεις που προϋπήρχαν του COVID-19. Η TATE Modern, το RijksMuseum, το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, και η Εθνική Πινακοθήκη, στην Αθήνα, ανταποκρίθηκαν άμεσα και εξέφρασαν τις ευχαριστίες τους για το ενδιαφέρον, και μοιράστηκαν ένα πλήθος πληροφοριών σχετικά με τις διευκρινήσεις που ζητήθηκαν με προθυμία.

Στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι να παρουσιαστούν όλα τα στοιχεία που συλλέχθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει πλήρως κατανοητό από τους αναγνώστες της εργασίας το θέμα και το ευρύτερο πλαίσιο αυτής, δηλαδή, ο τρόπος επικοινωνίας των μουσείων. Έτσι στην συνέχεια καταγράφονται αναλυτικά οι πρωτοβουλίες των μουσείων οι δράσεις τους σχετικά με τα εκπαιδευτικά προγράμματα, τις ξεναγήσεις-περιηγήσεις, την προβολή των εκδηλώσεων (π.χ. YouTube) και την ανάδειξη των ‘θησαυρών’ που αυτά διαθέτουν.

Όσον αφορά τα εκπαιδευτικά προγράμματα φαίνεται πως όλα τα μουσεία προσπάθησαν να μεταφέρουν ένα μεγάλο μέρος των δράσεων τους στον διαδικτυακό χώρο, ώστε να τα καταστήσουν προσιτά στους επισκέπτες τους. Πιο συγκεκριμένα, το MoMA στην αρχή της καραντίνας δημοσίευσε έναν οδηγό, ο οποίος έδινε ιδέες σχετικά με τους τρόπους οι οποίοι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ώστε να μείνουν τα παιδιά απασχολημένα στο σπίτι (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Μια

από αυτές τις ιδέες ήταν προτάσεις για γρήγορες ζωγραφιές, η καθεμία από τις οποίες θα έπρεπε να διαρκεί τουλάχιστον 30 λεπτά. Οι γονείς θα είχαν την δυνατότητα να συμμετέχουν ή απλά να αφήσουν τα παιδιά να απασχολούνται δημιουργικά, και οι ίδιοι να εκμεταλλευτούν προς όφελός τους αυτό τον χρόνο. Όπως διευκρίνισε και το ίδιο το μουσείο, αυτές οι ζωγραφιές αποτελούν μια ευκαιρία να μείνουν απασχολημένα τα παιδιά μακριά από τις οθόνες των υπολογιστών, τάμπλετ, των κινητών (Frisch, Margulies, & Bodinson 2020). Επίσης στα πλαίσια του να ανακαλύψουν τα παιδιά την τέχνη στο σπίτι προτάθηκαν κάποια έργα από την συλλογή του μουσείου και μαζί με αυτά μια ιστορία πίσω από το κάθε έργο. Το μουσείο ζητούσε στην συνέχεια από τα ίδια τα παιδιά να δημιουργήσουν έργα που θα ήταν εμπνευσμένα από τις συγκεκριμένες εικόνες και από τις πληροφορίες που έλαβαν.

Εκτός από τις εικόνες το MoMA δημοσίευσε και ήχους. Προτάθηκε από τους εκπαιδευτικούς του μουσείου η ιδέα να αποκτούν τα παιδιά νέες γνώσεις για την τέχνη βλέποντας εικόνες έργων και ακούγοντας πληροφορίες για αυτά(βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Το μουσείο διατύπωσε προτάσεις για να παράγουν τα ίδια τέχνη, προσφέρθηκε, δηλαδή, ένας οδηγός (Frisch, Margulies, & Bodinson 2020) ο οποίος έδειχνε βήμα-βήμα πως μπορούν να φτιάχνουν κατασκευές. Ακόμα υπήρξε η ιδέα να χρησιμοποιηθούν απλά υλικά στο σπίτι ώστε να μιμηθούν τα παιδιά έργα καλλιτεχνών όπως το να ζωγραφίζουν πορτρέτα όπως η Frida Kahlo.

Σημειώνεται, επίσης, πως το μουσείο επεσήμανε την εποχή της αβεβαιότητας την οποία βίωνε το πλήθος των ανθρώπων· στηρίχτηκε εκεί για να προτείνει την ιδέα να εμπνευστούν οι επισκέπτες από τους καλλιτέχνες που λειτούργησαν με την τεχνική της αβέβαιης-τυχαίας επιλογής. Μια από αυτές τις ιδέες ήταν η δημιουργία ενός τυχαίου κολλάζ. Πηγή έμπνευσης αποτέλεσε το έργο του Ellsworth Kelly με τα χρωματιστά τετράγωνα. Η πρόταση του μουσείου αφορά την δημιουργία ενός αντίστοιχου κολλάζ μέσα από την τυχαία επιλογή κύβων χρωματιστού χαρτιού και την τοποθέτηση τους στο χαρτί. Η πρόταση «Αφήστε να πέσει μια γραμμή» έδινε την οδηγία στα παιδιά να εμπνευστούν από τα έργα του Jean Arp. Όπως ο καλλιτέχνης έριχνε σε μια επιφάνεια ένα κορδόνι για να δει τι σχήμα θα αποτυπωθεί έτσι και τώρα η πρόταση είναι να αφήσει κανείς να πέσει ένα σχοινί σε μια επιφάνεια και να

δει το σχήμα που δημιουργείται. Στην συνέχεια αν επιθυμεί μπορεί να κολλήσει το σχοινί και να διατηρήσει το σχήμα.

Το μουσείο εμπνευσμένο από το έργο της Dayanita Singh προτείνει στο κοινό να δημιουργήσει μια τυχαία τοποθέτηση εικόνων και φωτογραφιών και στην συνέχεια να προσπαθήσει είτε το ίδιο το άτομο είτε μέλη της οικογένειας να φανταστούν μια ιστορία από την σειρά των φωτογραφιών. Μια ακόμα ιδέα πηγάζει από έργα του καλλιτέχνη William Anastasi ο οποίος ακουμπούσε το μολύβι του πάνω σε ένα χαρτί κατά την διάρκεια που περπατούσε ή βρισκόταν σε κάποιο μέσο μεταφοράς με σκοπό το μολύβι να κινείται όχι από το χέρι αλλά από τις κινήσεις που κάνει το χέρι επηρεαζόμενο από εξωτερικούς παράγοντες. Ακριβώς το ίδιο προτάθηκε και στους αναγνώστες του οδηγού που πρότεινε το μουσείο (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Άλλη μια επιρροή από καλλιτέχνη που αποτέλεσε ιδέα για δραστηριότητα ήταν αυτή από τον Yoko Ono ο οποίος έγραψε οδηγίες για να δημιουργήσει κανείς τέχνη. Έτσι σε βίντεο στο YouTube υπάρχει μια επιμελήτρια του μουσείου (Sarha Kennedy) η οποία ακολουθεί τις οδηγίες του καλλιτέχνη και δείχνει στους θεατές πως μπορούν και αυτοί να κάνουν το ίδιο.

Σε συνέχεια των δημοσιεύσεων των δράσεων αναρτήθηκε από το μουσείο η πρόταση να πειραματιστούν τα παιδιά με υλικά, με την κίνηση και με την σύνθεση ώστε να δημιουργήσουν έργα τέχνης. Από την χρήση των υλικών μέχρι και την κίνηση του σώματος μπορεί να δημιουργηθεί τέχνη που έχει σχέση με την σύνθεση. Δόθηκαν έξι δραστηριότητες που ήταν εμπνευσμένες από πειραματισμούς καλλιτεχνών (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Ο Richard Serra κατέγραψε ενέργειες που μπορεί να κάνει ένας άνθρωπος και τις χρησιμοποίησε με την σειρά που τις είχε καταγράψει ώστε να κατασκευάσουν σύνδεση μεταξύ των υλικών που διέθετε. Η Judith Scott έφτιαξε γλυπτά μέσα από μια διαδικασία κατά την οποία τύλιγε αντικείμενα το ένα με το άλλο με αποτέλεσμα να δημιουργούνται νέα σχήματα. Μια εξίσου ενδιαφέρουσα περίπτωση είναι αυτή της Janine Antoni η οποία χρησιμοποίησε το σώμα της ως εργαλείο. Έβαφε τις βλεφαρίδες της και ανοιγόκλεινε γρήγορα τα μάτια της σε ένα χαρτί για να αποτυπώσει την κίνηση του βλεφάρου της. Έτσι δόθηκε η οδηγία στους αναγνώστες να χρησιμοποιήσουν και αυτοί το σώμα τους ως εργαλείο με σκοπό την δημιουργία ενός έργου. Το MoMA εμπνευσμένο από την Sari Dienes προτείνει στους αναγνώστες των προτάσεων του να ακουμπήσουν πάνω σε

ενδιαφέρουσες υφές ένα χαρτί και να το ζωγραφίζουν με ένα κραγιόν ή ένα μολύβι ώστε να δουν πώς αυτή η υφή θα αποτυπωθεί στο χαρτί. Επίσης εμπνευσμένο από τον Jack Whitten το μουσείο προτείνει στους αναγνώστες να βάλουν μια ποσότητα μπογιάς πάνω σε μια επιφάνεια αλουμινίου και να κουνήσουν την επιφάνεια ή να τραβήξουν μέρος της μπογιάς σε όλο το εύρος της επιφάνειας με διάφορα αντικείμενα. Στο τέλος συνιστά να παρατηρήσουν τα σχέδια που δημιουργήθηκαν. Σε όλες τις περιπτώσεις προτείνεται να κάνουν οι αναγνώστες μια συζήτηση με άλλα μέλη της οικογένειας σχετικά με ερωτήματα που τίθενται στο πέρας κάθε δραστηριότητας.

Επιπροσθέτως το μουσείο έφτιαξε μια λίστα με ταινίες μικρού μήκους ως προτάσεις για τις οικογένειες ώστε να τις δουν με τα παιδιά μέσα στο διάστημα της καραντίνας (Hunnicut, Frisch, & Margulies 2020). Οι ταινίες χωρίζονταν σε είδη τα οποία ήταν (Creative Kids), (Marvelous mysteries), (Sticky Situations). Για κάθε ταινία παρέχονταν στο τέλος ερωτήσεις για συζήτηση. Δόθηκε το χασταγκ “#MakingWithMoma” ώστε να δημοσιεύεται οτιδήποτε δημιουργικό σχετικά με αυτό το προτζεκτ.

Ο τρίτος οδηγός που δημοσίευσε το MoMA σχετιζόταν και αυτός με τρόπους που μπορούν τα παιδιά να παρατηρούν την τέχνη. Προτάθηκε η έκθεση της Dorothea Lange η οποία συνοδευόταν με επεξηγηματικά κείμενα πάνω στα έργα της (Meister 2020). Επίσης ανακοινώθηκε το δραστηριότητα με τίτλο “ Louise Lawres tracing for you” (Margulies 2020). Δόθηκαν 12 ζωγραφίες από την καλλιτέχνη για να τις κατεβάσει στον υπολογιστή του ο καθένας και να τις χρωματίσει. Στη συνέχεια τις δημοσίευσε μέσω του μουσείου σε μια προσπάθεια να βοηθήσει τους ανθρώπους να παραμείνουν δημιουργικοί κατά την διάρκεια της απομόνωσης και το μουσείο από την πλευρά του παραχωρεί το χασταγκ “ #DrawingWithMoma” ώστε το κοινό να τις δημοσιεύσει και έτσι το μουσείο να αναδημοσιεύσει κάποια έργα στα ψηφιακά κανάλια του.

Παρόμοια τακτική ακολούθησε το μουσείο του Λούβρου· μέσα σε διάστημα έξι εβδομάδων δημοσίευσε ποικίλες δράσεις εκ των οποίων κάποιες ήταν εκπαιδευτικές. Το πλήθος των επιλογών που δόθηκαν σχετικά με τα εκπαιδευτικά προγράμματα ήταν δραστηριότητες που είχαν προταθεί στο κοινό και πριν την καραντίνα. Υπήρξε όμως και μία νέα πρόταση που αφορούσε την ζωγραφική. Αυτή

πρόσταζε τον χρωματισμό των έργων του Clo'e Floirat , τα οποία εκτίθενται στο μουσείο του Λούβρου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας) . Τα έργα είχαν αποχρωματιστεί και είχαν δημιουργηθεί με την μορφή σκίτσων στα οποία δινόταν η δυνατότητα ο επισκέπτης της σελίδας να χρωματίσει.

Το μουσείο TATE Modern , από την πλευρά του, ανακοίνωσε κατά την διάρκεια αναστολής της λειτουργίας του πως τα παιδιά έτσι και αλλιώς είχαν πρόσβαση ακόμα και προ καραντίνας σε δραστηριότητες και παιχνίδια(quiz) μέσω του (Tate Kids)· μπορούσαν, δηλαδή, μπορούν να δημοσιεύουν και να μοιράζονται ακόμα και την δική τους καλλιτεχνική δραστηριότητα με άλλους χρήστες. Η ανακοίνωση του μουσείου περιελάμβανε ένα σύνολο δράσεων το οποίο αφορούσε την απασχόληση των παιδιών με δραστηριότητες που υπήρχαν και πριν την καραντίνα αλλά αναδημοσιεύθηκαν συγκεντρωτικά (TATE MODERN 2020). Επεσήμανε την ύπαρξη εκπαιδευτικών πηγών που διέθετε στην ιστοσελίδα του, οι οποίες βοηθούν τα παιδιά να ανακαλύπτουν θέματα της καθημερινότητας, όπως η ύπαρξη ζώων σε έργα τέχνης και ζητήματα σχετικά με το φύλο και με το σώμα, σημείωσε ακόμα πως επί τούτου υπενθυμίζει αυτές τις δράσεις με αφορμή ότι εκείνο το διάστημα τα σχολεία παρέμεναν κλειστά και το μουσείο προσπαθεί να συμβάλει στην εκπαίδευση των παιδιών. Η TATE ανέφερε πως στο κανάλι του μουσείου στο (Youtube) είχαν αναρτηθεί βίντεο που έδειχναν τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να μιμείται κανείς καλλιτέχνες και πιο συγκεκριμένα τις τεχνικές ζωγραφικής. Η δράση αυτή με τα βίντεο υπήρχε και πριν την καραντίνα αλλά συνεχίστηκε και κατά την διάρκεια αυτής με νέες δημοσιεύσεις παρ'όλο που το μουσείο βρισκόταν σε κατάσταση αναστολής της λειτουργίας του. Ακόμα ανακοίνωσε σχετικά με μια διαδικτυακή ραδιοφωνική εκπομπή πως επρόκειτο να δημοσιεύσει βίντεο στο (Youtube) για το πώς να δημιουργήσουν τα παιδιά τις τεχνικές εκτύπωσης του Warhol (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Σε επόμενη ανακοίνωση του το μουσείο ανέφερε και πάλι πως στο επόμενο διάστημα θα δημοσίευσε περισσότερα βίντεο σχετικά με την μίμηση των τεχνικών που ακολουθούν οι καλλιτέχνες.

Ακόμα και στην περίπτωση του RijksMuseum, το μουσείο υπενθυμίζει στους επισκέπτες τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να επισκεφτούν από τον 'καναπέ' του σπιτιού τους συμμετέχοντας πέραν των άλλων σε εκπαιδευτικά προγράμματα (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Αρχικά το μουσείο υπενθύμισε την

ύπαρξη του προγράμματος (RijksCreative) και πιο συγκεκριμένα πως υπάρχουν βίντεο στο (Youtube) σχετικά με τεχνικές που ακολουθούσαν οι μεγάλοι καλλιτέχνες και τις προτείνει ώστε τα παιδιά να φτιάξουν τα δικά τους έργα. Αυτή είναι μια δράση που υπήρχε και πριν την καραντίνα αλλά το μουσείο την αναδημοσιεύσει και την προωθεί για παιδαγωγικούς σκοπούς. Το πρόγραμμα (10 Things) αποτελεί μια δράση του μουσείου που συνεχίζει να οργανώνεται κατά την διάρκεια της καραντίνας και προτείνεται στους επισκέπτες με σκοπό να γνωρίσουν καλύτερα κάποια έργα τέχνης που διαθέτει το μουσείο και παρέχει σ' αυτό το πρόγραμμα δέκα πληροφορίες σχετικά με κάθε έργο.

Όσον αφορά τα πολιτισμικά ιδρύματα στην Ελλάδα, αυτά με μεγάλη προθυμία ανταποκρίθηκαν στα διευκρινήσεις που τους ζητήθηκαν. Συγκεκριμένα, η κυρία Κασσιανή Μπενάκη από το ΕΜΣΤ και η κυρία Λίνα Τσίκουτα – Δεϊμέζη από την Εθνική Πινακοθήκη μοιράστηκαν αρκετές πληροφορίες. Η δεύτερη, μάλιστα, παρέπεμψε στην κυρία Άρτεμις Ζερβού και στην κυρία Έφη Αγαθονίκου, οι οποίες με την σειρά τους παρέθεσαν πλήθος πληροφοριών, οι οποίες ήταν πλήρως κατατοπιστικές για τον διαχωρισμό των δράσεων των μουσείων.

Σημειώνεται πως το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στην Αθήνα διαθέτει –ήδη- προ πανδημίας στην ιστοσελίδα του τρεις κατηγορίες φυλλαδίων: τα εκπαιδευτικά έντυπα πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης για την μόνιμη συλλογή, τα αντίστοιχα φυλλάδια που απευθύνονται και στις δύο βαθμίδες της εκπαίδευσης και τέλος το υλικό για τους εκπαιδευτικούς (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Τα πρώτα και τα δεύτερα λειτουργούν με παρόμοιο τρόπο. Η διαφορά τους έγκειται στο πλήθος των πληροφοριών εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Αυτό σημαίνει πως περιγράφονται κινήματα τέχνης και κατονομάζονται καλλιτέχνες οι οποίοι έδρασαν στο πλαίσιο αυτών των κινήματων. Στην συνέχεια με ερωτήσεις και ασκήσεις πρακτικού χαρακτήρα, όπως η ζωγραφική, γίνεται προσπάθεια κατανόησης των πληροφοριών που αναλύθηκαν στο θεωρητικό μέρος του φυλλαδίου με ενότητες όπως “σκέφτομαι και απαντώ” και “δημιουργώ”. Σε εκείνα που απευθύνονται στους εκπαιδευτικούς παρέχονται πληροφορίες σχετικά με καλλιτέχνες και με τα έργα τους, και στο τέλος κάθε περιγραφής προτείνονται θέματα για συζήτηση.

Το πρόγραμμα που προσφέρει το ΕΜΣΤ κατά την διάρκεια της καραντίνας είναι να παροτρύνει τα παιδιά να εξερευνήσουν τα έντυπα που αναφέρθηκαν, και να

δημιουργήσουν ζωγραφιές, κατασκευές και γενικά εικόνες εμπνευσμένες από όσα εξερεύνησαν (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Πιο συγκεκριμένα, στις σελίδες του μουσείου που διατίθενται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram) δινόταν το όνομα ενός καλλιτέχνη, ο τίτλος του έργου του και το αντίστοιχο εκπαιδευτικό έντυπο. Έτσι το μουσείο χρησιμοποιώντας υλικό που ήδη διέθετε προσπάθησε να κρατήσει δημιουργικά τα παιδιά ζωγραφίζοντας, κατασκευάζοντας ή δημιουργώντας. Τέλος τα παρότρυνε να στείλουν αυτά τα έργα σε email του μουσείου με σκοπό να αναρτηθούν από το ΕΜΣΤ στα << προφίλ>> του που έχει στα προαναφερθέντα μέσα.

Η Εθνική Πινακοθήκη, στην Αθήνα, το μουσείο PRADO, στην Μαδρίτη διαθέτουν και αυτά εκπαιδευτικά προγράμματα αλλά δεν δημοσίευσαν κατά την διάρκεια της καραντίνας ψηφιακές δράσεις με στόχο την εκπαίδευση. Μόνο το μουσείο PRADO σε κάποιες ψηφιακές περιηγήσεις που οργάνωσε στα (social media) ανέφερε κάποιες από αυτές τις δραστηριότητες. Αν και στην πρώτη δημοσίευσή του σχετικά με τις δράσεις που θα οργάνωνε κατά την διάρκεια της καραντίνας, είχε αναφέρει πως θα δημιουργούσε ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα, φαίνεται ότι τελικά δεν κατάφερε να το πραγματοποιήσει, αφού στις επόμενες δημοσιεύσεις του δεν υπήρξε σχετικό πρόγραμμα (Museo Del Prado 2020) .

Πέρα από τα εκπαιδευτικά προγράμματα οι περισσότερες δράσεις των μουσείων περιελάμβαναν προτάσεις που αφορούσαν ξεναγήσεις στα εκθέματα και περιηγήσεις στις συλλογές και στους χώρους των κτηρίων καθενός από αυτά. Φυσικά οι πληροφορίες που δίνονταν στις ξεναγήσεις ήταν επιμορφωτικές και μπορεί να θεωρηθεί πως κάποιες από αυτές είχαν εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Σε αυτό το σημείο των καταγραφών, όμως, χρήζει ιδιαίτερης ανάγκης να αποσαφηνιστεί ότι οι δράσεις σχετικά με ξεναγήσεις-περιηγήσεις καταγράφονται αποκλειστικά και μόνο ως προσπάθεια των μουσείων να πραγματοποιήσουν διαδικτυακές ξεναγήσεις-περιηγήσεις και όχι με βάση τις πληροφορίες που δίνουν, δηλαδή το περιεχόμενο. Άλλωστε δεν πρόκειται για δραστηριότητες εκπαιδευτικού χαρακτήρα αλλά για ξεναγήσεις το περιεχόμενο των οποίων είναι κατεξοχήν επιμορφωτικός.

Το MoMA ανακοίνωσε στα τέλη Μαρτίου πως είχαν προγραμματιστεί ψηφιακές προβολές στις εκθέσεις και συλλογές του μουσείου. Δήλωσε ότι θα γίνουν περιηγήσεις σε εκθέσεις με σκοπό την προβολή έργων τέχνης από συλλογές του.

Αυτές λάμβαναν χώρα, μέσω βίντεο, συγκεκριμένες μέρες του μήνα και μάλιστα ημέρα Πέμπτη· τότε οι επιμελητές θα απαντούσαν σε ερωτήματα των επισκεπτών (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Πιο αναλυτικά, προβλήθηκε στις 9 Απριλίου “*Home Movies*”, (Virtual film exhibition), στις 16 Απριλίου “*Félix Fénéon: The Anarchist and the Avant-Garde—From Signac to Matisse and Beyond*” (Virtual exhibition exploration), στις 23 Απριλίου “*Judd*” (virtual exhibition exploration) και στις 30 Απριλίου “*Dorothea Lange: Words & Pictures*” (Virtual exhibition exploration). Τον Μάιο προβλήθηκε στις 7 του μήνα “*The sculpture Garden*” (virtual exhibition), στις 14 Μαΐου “*Neri Oxman: Material Ecology*” (virtual exhibition exploration), στις 21 Μαΐου “*Amy Sillman—The Shape of Shape*” (virtual exhibition exploration) και στις 28 Μαΐου “*Sur moderno*” (virtual exhibition exploration). Επίσης τον Απρίλιο μια από τις επιμελήτριες του μουσείου βρισκόταν σε ζωντανή μετάδοση μέσω του (YouTube), περιηγούνταν στον χώρο κάποιας έκθεσης στο μουσείο και απαντούσε σε ερωτήσεις των ψηφιακών θεατών².

Το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι, την πρώτη εβδομάδα των ανακοινώσεών του πρότεινε στους επισκέπτες μια ήδη υπάρχουσα εμπειρία εικονικής πραγματικότητας με την χρήση εξοπλισμού (VR Headset) ώστε να γνωρίσουν καλύτερα το έργο “*Mona Liza*”. Συνάμα με την υπενθύμιση αυτής της επιλογής το μουσείο τους καλεί να παρακολουθήσουν μια ψηφιακή έκθεση πορτρέτων από τους Durrer, Rembrandt και Delacroix η οποία είχε τον τίτλο “*Advent of the Artist*”. Μια ακόμα περιήγηση που οργάνωσε εξελισσόταν σε ένα χώρο όπου διετίθεντο ρωμαϊκές αντιγραφές από τις χαμένες ελληνικές καρνατίδες μέσω βίντεο που δημοσιεύθηκε στο (facebook) και στο (instagram). Την τελευταία εβδομάδα των δημοσιεύσεων του μουσείου προτείνεται ψηφιακή περιήγηση της έκθεσης “*Furusiyya*” η οποία χαρακτηρίστηκε ως “*The art of chivalry between East and West*” και πραγματοποιείται από το μουσείο του Λούβρου στο Άμπου Ντάμπι (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Η TATE Modern ανακοίνωσε πως διατίθεται στην σελίδα του μια (Online) αποκλειστική έκθεση από τον “*Faustin Linyekula*”. Εξέφρασε πως ένας από τους πολλούς τρόπους που είναι δυνατή η πρόσβαση στην τέχνη προσφέρεται από τα ψηφιακά κανάλια σε αρκετές πλατφόρμες(YouTube, Instagram κ.α.). Ο συγκεκριμένος καλλιτέχνης επρόκειτο να δώσει παράσταση από τις 20 μέχρι τις 29

² https://www.youtube.com/watch?v=NjyWI-Bz6Q8&t=418s&ab_channel=TheMuseumofModernArt

Μαρτίου όπως και άλλοι καλλιτέχνες. Παρ όλα αυτά όσοι από αυτούς θα κατάφερναν κατά την διάρκεια των τότε συνθηκών να βρεθούν στο Λονδίνο, θα έδιναν την παράσταση μπροστά στην κάμερα σε έναν άδειο χώρο. Στην ιστοσελίδα του μουσείου, στο σημείο που δημοσιεύονταν οι εκθέσεις, υπήρξε αναρτημένη παράσταση η οποία διετίθετο δωρεάν για να την παρακολουθήσει το κοινό. Επίσης δόθηκε η δυνατότητα ελεύθερης (online) περιήγησης στην έκθεση του Andy Warhol από τις 6 Απριλίου, καθώς και στην έκθεση της Aubrey Beardsley από τις 13 Απριλίου. Οι περιηγήσεις ήταν διαθέσιμες στην σελίδα του μουσείου και στο κανάλι του στο (YouTube). Το μουσείο ξεναγεί τον θεατή στον άδειο χώρο των συλλογών επιτρέποντας του να απολαύσει την πρόσβαση σε μεγάλες καλλιτεχνικές δουλειές και σε ιδιωτικές συλλογές - 100 έργα από τον Warhol σε όλο το εύρος της καριέρας του - και 200 από τον Beardsley -. Σχετικά με τον δεύτερο ακολούθησε συζήτηση μεταξύ ενός ιστορικού και μιας (drag) προσωπικότητας συζητώντας για το (drag) φύλο και την επιθυμία του καλλιτέχνη να είναι εξαιρετικά προσεγμένος.

Το RijksMuseum ανήκει και αυτό στην κατηγορία των μουσείων που προσφέρουν περιηγήσεις κατά την διάρκεια της καραντίνας. Το συγκεκριμένο, ανοίγει ξανά έναν από τους σημαντικότερους χώρους του, την “Gallery of Honor”. Πρόκειται για ένα σημείο του κτηρίου όπου εκτίθενται τα έργα μεγάλης ιστορικής και καλλιτεχνικής αξίας από τις συλλογές του μουσείου και χρονολογούνταν τον 17^ο αιώνα. Είναι ένας χώρος ανοιχτός προς το κοινό αλλά αυτή την φορά μέσω μιας (online) πλατφόρμας η οποία καλείται “*Rijksmuseum Masterpieces Up Close*”. Οι επισκέπτες της σελίδας μπορούν να περιηγηθούν ψηφιακά στον χώρο κατά βούληση μέσω της χρήσης σύγχρονων πολυμέσων ενώ βρίσκονται στο σπίτι, να παρατηρήσουν λεπτομέρειες και να ακούσουν ιστορίες για τα έργα που φιλοξενούνται στον συγκεκριμένο χώρο του μουσείου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Σύντομα βίντεο, ήχοι και γραπτές περιγραφές προσφέρονται σε όλους τους επισκέπτες δωρεάν. Επίσης, μέσω της εφαρμογής (Rijks App) οι χρήστες κάποιες εβδομάδες μετά την έναρξη της καραντίνας είχαν την δυνατότητα να δημιουργήσουν την δική τους ξενάγηση από τα αγαπημένα τους έργα και - όχι απαραίτητα - να παρακολουθήσουν κάποια από τις ήδη υπάρχουσες.

Το Museo del Prado κατά την διάρκεια της καραντίνας ανακοινώνει ότι θα ξεκινήσει ένα πρόγραμμα που θα λέγεται “#PradoWithYou” μέσα από τα (προφίλ) του

μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η περιήγηση θα διαρκούσε μια ώρα σε καθημερινή βάση, και θα αποτελούσε παρουσίαση εκθέσεων και ξενάγηση από κάποιους επιμελητές του μουσείου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Το Prado επισήμανε τότε ότι μέσα στην συγκεκριμένη περίοδο το πρόγραμμα θα έδινε τη δυνατότητα στο κοινό να βλέπει χώρους και να ανακαλύπτει δραστηριότητες του μουσείου μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ ταυτόχρονα θα προβάλλονταν και άλλες δραστηριότητες που έχει οργανώσει. Πράγματι στο αμέσως επόμενο διάστημα από την ανακοίνωση, το μουσείο ξεκίνησε να πραγματοποιεί τις προαναφερθείσες ενέργειες.

Τα εν λόγω πολιτιστικά ιδρύματα εκτός από τα εκπαιδευτικά προγράμματα και τις ξεναγήσεις-περιηγήσεις, οι οποίες κατέλαβαν μεγάλο μέρος των δράσεων τους κατά την διάρκεια της καραντίνας, φρόντισαν να συμπεριλάβουν σε αυτές και την προβολή παρελθόντων εκδηλώσεων. Για παράδειγμα, το μουσείο του Λούβρου δημοσίευσε μέσω της πλατφόρμας του (YouTube) συναυλίες που είχαν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν στο αμφιθέατρο του κτηρίου και δεν διατίθενταν μέχρι τότε διαδικτυακά (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης πως με το πέρας της καραντίνας αυτό το υλικό έπαψε πια να διατίθεται. Η δημοσίευση των συναυλιών έγινε δύο φορές στο διάστημα της καραντίνας, μια στις αρχές Απριλίου και μια στα μέσα του ίδιου μήνα.

Η TATE Modern ανακοινώνει ότι θα πραγματοποιηθεί διαδικτυακά την δράση UNIQLO “UNIQLO Tate Lates Night In”. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία η οποία πραγματοποιούνταν κάθε τελευταία Παρασκευή του μήνα και είχε αφήσει το στίγμα της στην πολιτισμική σκηνή του Λονδίνου προσφέροντας ένα δωρεάν και ανοιχτό κέντρο ώστε να επικοινωνούν και να ανταλλάσουν ιδέες άνθρωποι από τον χώρο της τέχνης (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Είναι μια εκδήλωση που παρουσιάζει ταλέντα, γνωστούς “ντι-τζει” και διάσημους καλλιτέχνες. Αυτή η ενέργεια προσπαθεί να εμπνεύσει και να συνδέσει τους ανθρώπους από όλα τα μέρη του κόσμου. Υποστήριζε τοπικούς καλλιτέχνες και τους επέτρεπε να εκθέτουν ακόμα και μέσα στην καραντίνα. Μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα το μουσείο ανακοίνωσε πως θα πραγματοποιούνταν και δεύτερη φορά η συγκεκριμένη δράση και ότι θα εστίαζε σε θέματα (LGBTQ+) με αφορμή το Pride.

Η National Gallery, στο Λονδίνο, σε όλη την ιστορία της ύπαρξης της έχει αναστείλει την λειτουργία της μόνο δύο φορές. Συγκεκριμένα κατά την διάρκεια της καραντίνας στις δημοσιεύσεις της δήλωσε πως μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η εποχή της εξέλιξης του COVID-19 σε πανδημία, είναι η δεύτερη φορά που το μουσείο έκλεισε ξανά τις πόρτες του. Εμπνευσμένη από τα κονσέρτα της Myra Hess, στα οποία οργανώνονταν βραδιές αφιερωμένες στην μουσική μια φορά την εβδομάδα, αποφάσισε να δημιουργήσει ένα νέο ψηφιακό πρόγραμμα στο οποίο οι άνθρωποι παρέμεναν 'ενωμένοι' χάρη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις ιστοσελίδες (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Προωθούσε, επίσης, email με προτάσεις σχετικά με την δυνατότητα δημιουργικών ενασχολήσεων των ανθρώπων στο σπίτι, καθώς σχετικά με τρόπους με τους οποίους η τέχνη θα μπορούσε να τους βοηθήσει να παραμείνουν πνευματικά υγιείς κατά στη δύσκολη συγκυρία. Σε αυτή την περίπτωση, γίνεται πρώτη φορά λόγος για ένα νέο τρόπο σύνδεσης και επικοινωνίας με το μουσείο, χάρη στον οποίο οι άνθρωποι θα μπορούσαν και ίσως θα μπορούν στο μέλλον να παρατηρούν, να χρησιμοποιούν και να αντιδρούν σε σχέση με την τέχνη από όπου και αν βρίσκονται.

Η Εθνική Πινακοθήκη του Λονδίνου ανακοινώσε πως το τμήμα National Gallery X στο πλαίσιο της συνεργασίας της με την εταιρία Analema και το πανεπιστήμιο King's College είχε σκοπό να αναδείξει την σημασία της εξελισσόμενης τεχνολογίας για την εμπειρία της τέχνης και της εμπειρίας που προσφέρουν τα μουσεία. Έτσι, είχε κιόλας ετοιμάσει τρία βίντεο από τις 2 Ιουνίου. Τα τελευταία χρησιμοποιούσαν πολυμεσικούς αισθητήρες, ώστε να αποδίδουν με την βοήθεια της τεχνολογίας την αίσθηση και τον ήχο που ίσως θα ταίριαζε στα των αριστουργηματικά έργα της Εθνικής Πινακοθήκης (Βαν Γκοχ, Μονε, Βαν Ικ). Το μουσείο καλεί, λοιπόν, εν μέσω της πανδημίας το κοινό του να αλληλεπιδράσει με αυτό, ώστε να μυηθεί σε εξελισσόμενους τρόπους απόδοσης των χρωμάτων, των ήχων, και λειτουργίας των αισθήσεων. Στο πλαίσιο της έκτακτης συνθήκης, επιχειρείται, δηλαδή, μια εισαγωγή σε εξελισσόμενες μορφές μουσείων.

Το ΕΜΣΤ είχε σχεδιάσει μια δράση στο παρελθόν η οποία λεγόταν << *Face forward...into my home* >> και ένα διαδραστικό πρόγραμμα, το οποίο φροντίζει να συγκεντρώνει αφηγήσεις ανθρώπων οι οποίοι έχουν αναγκαστεί να εγκαταλείψουν την πατρίδα τους και ερχόμενοι στην Ελλάδα προσπαθούν να χτίσουν μία καινούργια

ζωή. Πρόκειται, δηλαδή, για ένα παλαιότερο πρόγραμμα, το οποίο προσαρμόζεται στις συνθήκες της καραντίνας. Οι φάσεις ολοκλήρωσης της εκάστοτε ιστορίας είναι τρεις: ως πρώτη φάση ορίζονται τα εργαστήρια αφήγησης, δεύτερη τα φωτογραφικά πορτρέτα και η τρίτη η έκθεση των δύο προηγούμενων. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πρώτο επίπεδο όπου το ΕΜΣΤ προσφέρει το έναυσμα ώστε να ξεκινήσει μια συζήτηση με θέμα τα σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα. Αυτό το ερέθισμα είναι η παρουσίαση σύγχρονων έργων τέχνης από την συλλογή του ΕΜΣΤ με σκοπό να προξενήσει συναισθήματα και αναμνήσεις στους ανθρώπους που επρόκειτο να μοιραστούν την ιστορία τους (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Η εκ νέου παρουσίαση αυτού του προγράμματος επιδιώχθηκε μέσα από τα προφίλ του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram), στα οποία αναρτήθηκαν ιστορίες οι οποίες πλαισιώθηκαν με έργα τέχνης. Επιπροσθέτως προτάθηκε στους θεατές των συγκεκριμένων βίντεο να στείλουν τις δικές τους ιστορίες, τις οποίες έχουν ανακαλέσει από την μνήμη τους. Αυτή η υπενθύμιση έπρεπε να έχει δημιουργήσει συναισθήματα τα οποία προκλήθηκαν από έργα του ΕΜΣΤ με απώτερο σκοπό να μοιράζονται αυτές οι ιστορίες με όλους τους ανθρώπους. Αφορμή στάθηκε η περίοδος της επιβεβλημένης κοινωνικής απομόνωσης. Μια δεύτερη δράση του μουσείου σχετικά με την προβολή εκδηλώσεων ήταν το γεγονός πως στα πλαίσια της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων, το ΕΜΣΤ αποφάσισε να προσφέρει διαδικτυακά την παράσταση “ No man is an island entire of itself” στην οποία οι θεατές καλούνταν να πληρώσουν το εισιτήριο για να παρακολουθήσουν διαδικτυακά μια παράσταση που ήταν προγραμματισμένη να γίνει στον φυσικό χώρο του μουσείου³. Στα τέλη του Ιουνίου η ίδια παράσταση παρουσιάστηκε ξανά, αυτή την φορά, στο φυσικό χώρο του ιδρύματος (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Όπως όλα τα μουσεία, έτσι και η Εθνική Πινακοθήκη στην Αθήνα ετοίμασε και δημοσίευσε στο (facebook) σχολιασμούς πάνω σε έργα του Θεοτοκόπουλου. Αφορμή στάθηκαν οι ημέρες του Πάσχα και επιλέχθηκαν έργα που σχετίζονταν με το Θείο Πάθος. Ενδιαφέρον, επίσης, παρουσιάζει το γεγονός πως με βάση αυτές τις δημοσιεύσεις δημιουργήθηκε μια ψηφιακή παρουσίαση. Οργανώθηκε, δηλαδή, μια διαδικτυακή έκθεση μέσα από εικόνες και επεξηγηματικά κείμενα η οποία

³ <https://www.emst.gr/events/event-no-man-is-an-island-entire-of-itself>

δημοσιεύθηκε στην ιστοσελίδα του μουσείου. Οι εικόνες αυτές είχαν κοινό στοιχείο το γεγονός πως, όλες απεικόνιζαν τα πάθη του Ιησού. (*Μαρίνα Λαμπράκη-Πλάκα 2020*)

Πολλές από αυτές τις δράσεις που έγιναν είχαν σκοπό την ανάδειξη ‘θησαυρών’ των μουσείων. Τα τελευταία προσπάθησαν να φέρουν ξανά στην μνήμη τα αριστουργηματικά έργα που φιλοξενούν στις συλλογές τους και να υπενθυμίσουν τους φυσικούς χώρους τους μέσα από μια ποικιλία δράσεων. Οι τελευταίες, φυσικά, περιλαμβάνουν την προσπάθεια ανάδειξης των έργων, αλλά δίνουν και επιπλέον κατευθύνσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, προβολές, ξεναγήσεις. Στις δράσεις που σχολιάζονται στην συνέχεια το κοινό στοιχείο αναφοράς εστιάζεται στην ανάδειξη των χώρων και των έργων με ποικίλους τρόπους και μέσα από αρκετές ηλεκτρονικές πλατφόρμες και εργαλεία που αφειδώς προσφέρει η τεχνολογία.

Το μουσείο του Λούβρου δημοσίευσε την πρώτη εβδομάδα των αναρτήσεων του άρθρο με τίτλο *«Τι δραστηριότητες προσφέρει το Λούβρου, οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν από το σπίτι»* (βλ. ΠΑΡΑΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Οι δράσεις αυτές αφορούσαν τα έργα μεγάλης αξίας του μουσείου και το παλάτι στο οποίο αυτό στεγάζεται. Το μουσείο παροτρύνει το κοινό να επισκεφτεί τα προφίλ που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωση (Facebook, instagram, Twitter) ώστε να παρακολουθήσει παρουσιάσεις των αριστουργηματικών έργων του και των πιο σημαντικών χώρων του κτηρίου. Πιο αναλυτικά, δημοσιεύονταν φωτογραφίες και βίντεο με συνοδεία κειμένων που αφορούσαν την ιστορία του μουσείου με το ‘χασταγκ’ (LouvreHistory) κάποιες ημέρες του μήνα, συγκεκριμένα Πέμπτη. Αντίστοιχες δημοσιεύσεις με περιεχόμενο το οποίο αφορούσε λεπτομέρειες σχετικά με τα έργα τέχνης που βρίσκονται στο μουσείο με το ‘χασταγκ’ (Louvre Details) κοινοποιούταν πάλι κάποιες ημέρες του μήνα, αυτή την φορά Παρασκευή. Στο (facebook) δημοσιευόταν κάθε Κυριακή η παρουσίαση ενός μόνο έργου τέχνης. Στο (twitter) με το ‘χασταγκ’ (Work of the day) προσφέρονταν εικόνες και κείμενα σχετικά και πάλι με έργα τέχνης από τις συλλογές του μουσείου. Συγκεκριμένα στις 7.30 το πρωί αναρτούσαν δημοσιεύσεις στα Γαλλικά και στις 19.00 στα Αγγλικά, σε καθημερινή βάση.

Ο πίνακας με τον τίτλο *“The Nightwatch”* είναι ο μεγαλύτερος πίνακας σε διαστάσεις και ο πιο γνωστός που διαθέτει το RijksMuseum. Η ψηφιακή του

αποκατάσταση υπήρξε ένα από τα πιο φιλόδοξα εγχειρήματα του μουσείου. Το Rijks προσκάλεσε το κοινό να παρακολουθήσει αυτή την διαδικασία μέσα από ένα συγκεκριμένο χώρο που είχε δημιουργηθεί στην ιστοσελίδα του κατά την διάρκεια της καραντίνας αποκλειστικά γι αυτό το θέμα. Μετά από περίπου δύο μήνες το μουσείο κατάφερε και δημοσίευσε την μεγαλύτερη και πιο λεπτομερή φωτογραφία του πίνακα που έχει ποτέ δημοσιευθεί. Κατά αυτό τον τρόπο δόθηκε η δυνατότητα στους επισκέπτες να τον μεγεθύνουν και να διακρίνουν τις πινελιές χρώματός του (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Το RijksMuseum σε μια προσπάθεια να αναδείξει τα έργα των συλλογών του συγκέντρωσε τους επιμελητές του μουσείου με σκοπό να δημοσιεύουν βίντεο στα προφίλ που διαθέτει το ίδιο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πρόκειται για βίντεο-αφηγήσεις ιστοριών σχετικά με τα αγαπημένα έργα του κάθε επιμελητή. Για παράδειγμα, ο Pieter Roelofs , υπεύθυνος για τα έργα ζωγραφικής και γλυπτικής, μίλησε στο πρώτο βίντεο για το έργο “The Merry Family” (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας) .

Η National Gallery του Λονδίνου τον Απρίλιο του 2020 με αφορμή την παγκόσμια ημέρα νοσηλευτριών (12 Μαΐου) αποφάσισε να καλέσει τους ψηφιακούς επισκέπτες της να τιμήσουν τους γιατρούς, τους θεραπευτές και γενικά τους ανθρώπους που φροντίζουν τους συνανθρώπους τους - όπως ηλικιωμένους μέσα από έργα τέχνης (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Αυτό που έκανε ήταν η δημοσίευση μιας λίστας από έργα τέχνης τα οποία απεικονίζουν πρόσωπα της ιστορίας που υπήρξαν είτε γιατροί είτε άτομα με σημαντική προσφορά στον τομέα της υγείας. Η λίστα αυτή συνοδευόταν από επεξηγηματικά κείμενα. Επίσης, το μουσείο δημοσίευσε βίντεο στα οποία οι επιμελητές του μιλούσαν σχετικά με έργα της συλλογής τα οποία ερμήνευαν και ταυτόχρονα έδιναν πληροφορίες σχετικά με τις τεχνικές, τις λεπτομέρειες και την έμπνευση των καλλιτεχνών.

Επιπρόσθετα το μουσείο με αφορμή την επέτειο της ημέρας της «*Νίκης στην Ευρώπη*», δηλαδή το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου, στις 8 Μαΐου δημοσίευσε ένα κείμενο το οποίο επεσήμανε όλες τις δράσεις της Εθνικής Πινακοθήκης του Λονδίνου κατά την διάρκειά του. Έχει ιδιαίτερη σημασία αυτή η ανακοίνωση διότι η γραμμή που ακολούθησε τότε το μουσείο στάθηκε η πηγή έμπνευσης για τις ενέργειες που ακολούθησαν, μέχρι και σήμερα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει,

κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, η δράση του μουσείου να εκθέτει στον φυσικό του χώρο μια εικόνα κάθε μήνα· αυτή η ενέργεια ονομάστηκε «εικόνα του μήνα». Κατά την διάρκεια της καραντίνας το μουσείο εμπνέεται από αυτές τις δράσεις του παρελθόντος και επαναλαμβάνει την ενέργεια «εικόνα του μήνα», αλλά, αυτή την φορά ψηφιακά από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης⁴. Συγκεκριμένα δημοσιεύθηκαν ακριβή στοιχεία σχετικά με το ποιές ήταν οι εικόνες του μήνα τότε και δίνεται η επιλογή της πρόσβασης σε ορισμένα έργα που φιλοξένει το μουσείο.

Η National Gallery του Λονδίνου με αφορμή την γιορτή του Πάσχα καλεί τους επισκέπτες της να ανακαλύψουν την ιστορία των Παθών μέσα από πίνακες της συλλογής του μουσείου. Πρόσφερε, έτσι, την (online) προβολή σχετικών έργων, ενώ παράλληλα παρατίθενταν επεξηγηματικά κείμενα με την ερμηνεία των έργων, σε μια προσπάθεια που είχε και εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Τέλος, στη σειρά των βίντεο “make and create” δίνονται ιδέες για να φτιάξει κανείς έργα τέχνης μόνος του από το σπίτι εμπνευσμένα από έργα των συλλογών του μουσείου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Μία ακόμα δράση της National Gallery πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την εταιρεία “Ocean Outdoor” , η οποία εμπορεύεται οθόνες μεγάλου μεγέθους για προβολές σε δημόσιους χώρους. Σκοπός της δράσης ήταν να προβληθούν ψηφιακά εικόνες κάποιων από τα μεγαλύτερα έργα τέχνης στο δημόσιο χώρο κατά την περίοδο που το μουσείο ήταν κλειστό (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Η συνεργασία αυτή επεκτάθηκε στην προβολή έργων σε διάφορες πόλεις της Αγγλίας, όπως το Μπέρμιγχαμ, το Εδιμβούργο, η Γλασκώβη, το Ληντς, το Λονδίνο, το Μάντσεστερ, το Νιούκασλ, το Νότιγγχαμ και το Σαουθάμπτον. Μάλιστα, η εταιρεία με τις γιγαντο-οθόνες προσέφερε τις υπηρεσίες της στο μουσείο δωρεάν για δυο εβδομάδες. Τα έργα που προβλήθηκαν ήταν του Van Gogh’s το “Sunflowers” (1888) και το “A Wheatfield, with Cypresses” (1889), του Monet το “The Water-Lily Pond” (1899), του Jan van Eyck το “The Arnolfini Portrait” (1434), του Seurat το “Bathers at Asnières” (1884), της Vigée Le Brun το “Self Portrait in a Straw Hat” (1782) και του Rousseau το “Surprised!” (1891). Η πινακοθήκη επεσήμανε πως θεωρεί την προβολή κάποιων από τα καλύτερα έργα ορισμένων εθνών σε ψηφιακή μορφή πηγή

⁴ <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/visitors-asked-to-picture-staying-in-as-national-gallery-s-new-digital-programme-brings-art-to-the-home-during-closure>

θετικής ενέργειας. Σκοπός αυτής της δράσης ήταν να δώσει το μουσείο αυτή την δύσκολη περίοδο παρηγοριά και έμπνευση. Επίσης πίστευε ότι με αυτό τον τρόπο θα καταφέρει να προσελκύσει περισσότερο κοινό.

Το Εθνικό μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στην Αθήνα κατά την διάρκεια της καραντίνας δημοσίευσε στο προφίλ του στο (facebook) βίντεο στο οποίο οι εργαζόμενοι του μουσείου επέλεξαν και περιέγραψαν με δική τους προσέγγιση αγαπημένα τους έργα από την συλλογή του ΕΜΣΤ τα οποία θεώρησαν πως είναι συνδεδεμένα μαζί του. Αυτά τα βίντεο με τις περιγραφές και την εικόνα του εκάστοτε έργου δημοσιεύτηκαν στην πλατφόρμα (Smartify), με τίτλο «*Η συλλογή του ΕΜΣΤ από το προσωπικό του μουσείου*» (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Εκτός από αυτή την δράση το ΕΜΣΤ δημοσίευσε στα προφίλ του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φωτογραφίες από το καλλιτεχνικό αρχείο του οι οποίες δεν είχαν χρησιμοποιηθεί καθόλου, και το μουσείο αποφάσισε πως θα μπορούσε να τις προβάλλει από τα κοινωνικά δίκτυα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δημοσίευση στο (facebook) στις 22 Απριλίου μιας εικόνας στη Νέα Υόρκη, περίπου στο 1970, στο εργαστήριο του Στήβεν Αντωνάκου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Η Εθνική Πινακοθήκη της Αθήνας, αντίστοιχα, ανακοίνωσε πως με αφορμή την Διεθνή ημέρα μουσείων 2020 και το θέμα αυτής που σχετίζεται με την ισότητα, την ποικιλομορφία και την κοινωνική συνοχή, θα παρουσίαζε την ψηφιακή δράση “Solitaire/ Solidaire” η οποία αφορούσε στην δημοσίευση δυο ή τριών έργων τέχνης από όλα τα τμήματα του μουσείου και θα σχολιάζονταν από τις επιμελήτριες της Εθνικής Πινακοθήκης (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Η περίοδος των δημοσιεύσεων διαρκούσε από 1 έως 18 Μαΐου. Επίσης, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η προσπάθεια ανάδειξης ‘θησαυρών’ της διάσημης Πινακοθήκης Μπρέρα στην Ιταλία από την διευθύντρια της αντίστοιχης στην Ελλάδα, Μαρίνα Λαμπράκη-Πλάκα. Η τελευταία, ως χαιρετισμό στον πολύπαθο λαό του Βόρειου μέρους της χώρας, δημοσίευσε κείμενα με σχολιασμούς τα οποία αφορούσαν έργα που φιλοξενούνται στην Ιταλία (Μαρίνα Λαμπράκη-Πλάκα 2020). Τέλος η Εθνική Πινακοθήκη στην Ελλάδα παρουσίασε ένα άρθρο στο (facebook) με θέμα «*τον θρήνο για τον χαμένο ναυτικό*», το οποίο είναι σχετικό με το έργο της συλλογής του μουσείου «*Ψαριανό Μοιρολόι*» και σκοπό είχε να ξανασυστήσει τα εκθέματα του στο κοινό (Μαρίνα Λαμπράκη-Πλάκα 2020).

Καταγραφές των προτάσεων του ICOM

Σε αυτή την ενότητα θα καταγράψω τις προτάσεις που δημοσιεύθηκαν από το ICOM κατά την διάρκεια της καραντίνας, προκειμένου να προστατέψει και να διατηρήσει τον κλάδο του πολιτισμού, εν μέσω της πρωτοφανούς εμπειρίας της πανδημίας.

Το International Council of Museums είναι ένας οργανισμός ο οποίος εκπροσωπεί την διεθνή κοινότητα των μουσείων. Κατά την διάρκεια της καραντίνας ανακοίνωσε πως, γενικά, η αναστολή λειτουργίας δημοσίων χώρων (σχολεία, μαγαζιά, εργοστάσια) θα οδηγήσει σε σημαντική ύφεση της παγκόσμιας οικονομίας. Αναμφίβολα λόγω της παρούσας κατάστασης θα επηρεαζόταν ο χώρος του πολιτισμού (μουσεία, θέατρα, σινεμά, βιβλιοθήκες). Αυτός ο κλάδος επρόκειτο τότε να αντιμετωπίσει απώλειες οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν μόνιμα το τοπίο πολιτισμού, αλλά και την οικονομία των ίδιων των μουσείων, με κίνδυνο την μόνιμη αναστολή λειτουργίας τους, δηλαδή, να οδηγηθούν σε κλείσιμο. Ως εκ τούτου το ICOM εξέφρασε την ανησυχία του για το μέλλον τους, το οποίο συνδέεται με αυτό της πολιτισμικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Στην προσπάθεια του να βοηθήσει τα μουσεία, το ICOM δημοσίευσε οδηγούς με ιδέες για τα μουσεία προκειμένου να οργανώσουν πιο συστηματικά τις δράσεις τους. Αυτές οι δημοσιεύσεις περιλάμβαναν κείμενα σχετικά με την υπεράσπιση των πολιτιστικών ιδρυμάτων, με προτάσεις προς αυτά και με webinars στα οποία άνθρωποι από πολλά μουσεία ανά τον κόσμο συνομιλούσαν σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον· ο στόχος δεν ήταν άλλος παρά να μείνουν ενωμένοι και να σχολιάσουν την επιρροή που ασκεί η πανδημία στα μουσεία.

Όσον αφορά την υπεράσπιση των μουσείων, το ICOM δημοσίευσε, επιπλέον, δύο κείμενα τα οποία πραγματεύονταν τρόπους με τους οποίους θα μπορούσαν να ζητήσουν χρηματοδοτήσεις. Στο πρώτο δημοσιεύτηκαν στοιχεία των οικονομικών επιπτώσεων της πανδημίας στα μουσεία (ICOM 2020). Ως παράδειγμα ανέφερε την περίπτωση της Ιταλίας, όπου τα μουσεία αντιμετώπιζαν μεγάλο οικονομικό πρόβλημα. Επίσης αναφέρθηκε η περίπτωση των αντίστοιχων ιδρυμάτων στην Αμερική, όπου όπως αναφέρονται στα κείμενα του ICOM το ένα τρίτο αυτών δεν θα λειτουργήσουν ξανά. Ακόμα, δήλωσε πως θα προσπαθήσει να έρθει σε επαφή με

κυβερνήσεις, ιδρυτήματα και οργανισμούς ώστε να ανακαλύψει τρόπους για να βοηθηθούν οικονομικά τα μουσεία και έτσι να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά τους.

Στο δεύτερο κείμενο δημοσιεύθηκε υλικό προς τα μουσεία με πρακτικές σύμφωνα με τις οποίες θα ήταν σε θέση να διαχειριστούν τα οικονομικά τους και να εκφράσουν την ανάγκη για οικονομική βοήθεια (ICOM 2020). Αρχικά, προτάθηκε να προσφέρουν τις απαραίτητες υπηρεσίες ώστε να εξασφαλίσουν στους εργαζόμενους την δουλειά τους. Ακόμα δόθηκε η οδηγία στα μουσεία πως καλό θα ήταν να μείνουν δικτυωμένα μεταξύ τους και ύστερα πως θα ήταν εποικοδομητικό να δημοσιοποιήσουν την επιρροή που τους ασκεί η πανδημία. Τέλος προτάθηκε να επικοινωνήσουν με πολιτικούς και να τους ενημερώσουν διεξοδικά για την οικονομική κατάσταση των μουσείων και σε κάθε περίπτωση να παραμείνουν σε επαφή με το ICOM.

Σε σχέση με τις προτάσεις-οδηγούς δημοσιεύθηκαν 5 ανακοινώσεις από το ICOM, εκ των οποίων η πρώτη αναφερόταν στο πώς μπορούν να διατηρούν την σιγουριά τους ότι οι χώροι των εκθέσεων τους παραμένουν ασφαλείς προς τους επισκέπτες. Οι προτάσεις του αφορούσαν τρεις κατηγορίες. Η πρώτη, γενικές οδηγίες, η δεύτερη κάποιες σχετικά με τον χώρο των εκθέσεων και η τρίτη αντίστοιχες προς τους επισκέπτες των εκθέσεων. Στις τρεις αυτές κατηγορίες οι οδηγίες αφορούσαν την μείωση των αριθμών των ατόμων, τις αποστάσεις ασφαλείας, την απολύμανση, την καθαριότητα των χώρων και η απομόνωση τόσο των χώρων όσο και των ατόμων σε περίπτωση κρούσματος (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Στην δεύτερη δημοσίευση δόθηκαν ιδέες για το πώς θα μπορούσαν τα μουσεία να προστατεύσουν τους χώρους τους την περίοδο κατά την οποία παρέμεναν κλειστά. Αναρτήθηκαν προτάσεις για έλεγχο των συστημάτων ασφάλειας, για την απομάκρυνση των έργων τέχνης σε ασφαλείς χώρους και για καθημερινή αναφορά από το τοπικό αστυνομικό τμήμα (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Στο τέλος του κειμένου έγιναν συστάσεις προς τα μουσεία ώστε να αρχίσουν να σκέφτονται το μέλλον τους μετά το πέρας της πανδημίας.

Στην τρίτη δημοσίευση απαριθμήθηκαν ιδέες για το πώς τα μουσεία μπορούν να ξανακερδίσουν το κοινό τους (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Μια πρόταση αφορούσε την έκθεση των συλλογών των μουσείων διαδικτυακά. Μια επιπλέον ιδέα

ήταν να δημιουργηθούν ψηφιακές περιηγήσεις μέσω των προφίλ των μουσείων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα “hashtag” και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) μπορούν να κρατήσουν ενωμένους τους ανθρώπους γύρω από θέματα της τέχνης, γι αυτό, προτάθηκε να δημιουργήσουν τέτοιου είδους πλαίσια ώστε να αναδημοσιεύουν τις κοινοποιήσεις των επισκεπτών τους με αποτέλεσμα να επικοινωνούν με αυτούς. Μια εξίσου σημαντική ιδέα ήταν να δημιουργήσουν τα μουσεία “κουίζ” ώστε να προσελκύσουν περισσότερο κοινό.

Στην τέταρτη δημοσίευση γνωστοποιήθηκαν οκτώ βήματα προς την υπεράσπιση του δικτύου των μουσείων (ICOM 2020). Αρχικά θεωρήθηκε αρκετά σημαντικό να στηρίζουν το προσωπικό τους και να αφουγκράζονται τις προτάσεις του. Έπειτα κρίθηκε αναγκαίο να εστιάσουν τα μουσεία στις καλύτερες δραστηριότητες που προσφέρουν και να βρουν τρόπους με τους οποίους το κοινό θα μπορούσε να έχει πρόσβαση σε αυτές. Η αίσθηση πως τα μουσεία δεν λειτουργούν μεμονωμένα αλλά υπάρχει διαλεκτική σχέση μεταξύ τους ήταν καθοριστική. Και τούτο γιατί συγκλίνοντας ως προς τον τρόπο με τον οποίο έπρεπε να διαχειριστούν την πανδημία και την επιρροή που τους ασκούσε, θα μπορούσαν να διαχειριστούν καλύτερα αυτή την πρωτόγνωρη εμπειρία. Ακόμα προτάθηκε στα μουσεία να αναλογιστούν συγκεκριμένες άδικες κοινωνικές περιπτώσεις όπως η καταστρατήγηση των δικαιώματα των ζώων, ώστε να αποτελέσουν εφελκυστικό έμπνευσης για την υπεράσπισή τους. Σημαντική ήταν τόσο η διαχείριση του προβλήματος, όσο και η κατανόησή του ώστε, όταν θα αντιμετωπιζόταν ο ιός και δεν θα υπήρχε πια η πανδημία, τα μουσεία να κατέληγαν σε συμπεράσματα γύρω από αυτή την εμπειρία. Κατά αυτόν τον τρόπο τα πολιτιστικά ιδρύματα θα ήταν σε θέση να διατύπωναν ανεπιφύλακτα τις απόψεις τους στο ICOM, ώστε αυτό με την σειρά του να τις χρησιμοποιήσει αποβλέποντας στην μελλοντική προστασία των μουσείων.

Τέλος, στην πέμπτη δημοσίευση δόθηκαν οδηγίες για την τακτική που θα έπρεπε να ακολουθήσουν τα μουσεία μετά την επανέναρξη της λειτουργίας τους. Αυτές αφορούσαν την υγειονομική προστασία τόσο των επισκεπτών όσο και των εργαζομένων με σκοπό την απολύμανση και την καθαριότητα (ICOM 2020).

Εκτός από δημοσιεύσεις κειμένων και οδηγιών, το ICOM διοργάνωσε τρία “webinar” στα οποία συγκέντρωνε ανθρώπους από πολλά μουσεία ανά τον κόσμο αποβλέποντας στην ανταλλαγή απόψεων και ιδεών. Πιο συγκεκριμένα στο πρώτο “webinar”

εκφράστηκαν θέσεις σχετικά με την επιρροή που ασκεί η πανδημία⁵. Πάνω σε αυτό το θέμα παρουσιάστηκαν ιδέες για καινοτομίες και συζητήθηκε πώς ενδέχεται να πραγματοποιηθεί η επανέναρξη λειτουργίας των μουσείων. Με άλλα λόγια με ποιον τρόπο θα πρέπει να λειτουργήσουν και τι θα έχει αλλάξει στο μουσειακό χώρο μετά από αυτή την εμπειρία.

Στο δεύτερο “webinar” συζητήθηκαν και πάλι οι επιρροές της πανδημίας στα μουσεία· όμως, αυτή την φορά ο σκοπός ήταν να δοθεί σημασία στην περίοδο άρσης της αναστολής λειτουργίας των μουσείων⁶. Σε αντίθεση με το πρώτο “webinar”, στο δεύτερο, η φάση ανάκαμψης των μουσείων ήταν αρκετά κοντά και έτσι οργανώθηκε αυτή η συζήτηση για να εκφραστούν ιδέες και απόψεις σχετικά με την τότε προβλεπόμενη επαναλειτουργία των μουσείων.

Στο τρίτο “webinar”, που οργανώθηκε από το ICOM στις αρχές Αυγούστου, τέθηκε το ζήτημα του κατά πόσο η κοινωνία μπορεί να βοηθήσει τα μουσεία να ανακάμψουν από την δύσκολη περίοδο που διήνυσαν⁷. Η βασική ιδέα ήταν να βρεθούν τρόποι βάσει των οποίων θα μπορούσαν να συνεργαστούν με την ευρύτερη κοινωνία ώστε να προσελκύσουν και πάλι επισκέπτες στους μουσειακούς χώρους και έτσι να ξανά συστηθούν στο κοινό τους.

Όλα τα παραπάνω αφορούν το κύριο περιεχόμενο των δημοσιεύσεων που έκανε η ICOM κατά την διάρκεια της καραντίνας. Στο παράρτημα αυτής της εργασίας δίνονται στατιστικά στοιχεία που δημοσίευσε σχετικά με τα μουσεία σε όλο τον κόσμο εν μέσω καραντίνας.

⁵ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-oecd-webinar/>

⁶ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-webinar-preparing-for-the-reopening-of-museums-the-aftermath-of-a-pandemic/>

⁷ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-webinar-local-communities-strengthening-museums/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Αξιολόγηση όλων των δράσεων και προτάσεων

Η επιρροή που ασκεί η πανδημία στα μουσεία, ο τρόπος και τα μέσα με τα οποία επιδιώκουν να επικοινωνήσουν με το κοινό τους και οι καινοτομίες που δημιούργησαν οι ίδιοι οι θεσμοί εκμεταλλευόμενοι την τεχνολογία, είναι ζητήματα που απασχόλησαν όλο το εύρος της παρούσας εργασίας. Ακόμα οι προτάσεις και οι οδηγοί που δημοσιεύθηκαν από το ICOM, με σκοπό να βοηθήσει τα μουσεία σε αυτή την πρωτόγνωρη εμπειρία της πανδημίας, χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Όσον αφορά την αξιολόγηση των δράσεων των μουσείων, αυτή γίνεται σε πρώτο επίπεδο σε σχέση με την κοινωνία. Σχολιάζεται, δηλαδή, η κοινωνική μέριμνα που λαμβάνουν τα μουσεία απέναντι στους πολίτες και οι αξίες που προέβαλαν με σκοπό να τους προσελκύσουν.

Σε αυτό το κεφάλαιο εξάλλου αξιολογούνται οι δράσεις τις οι οποίες ακολούθησαν και εφάρμοσαν τελικά τα μουσεία σε αρκετούς τομείς. Οι κύριοι παράγοντες σχετικά με τα ερωτήματα που αντιμετωπίζονται χωρίζονται σε κατηγορίες. Οι τελευταίες αφορούν τόσο τα εκπαιδευτικά προγράμματα και τις ξεναγήσεις-περιηγήσεις όσο και τις προβολές εκδηλώσεων - όπως, μέσω (YouTube)- και την ανάδειξη θησαυρών από τις συλλογές των μουσείων. Ταυτόχρονα οι παράγοντες σχολιάζονται σε δύο θεματικούς άξονες. Ο πρώτος, αφορά τις βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες συνέπειες στα μουσεία εξαιτίας της αναστολής λειτουργίας τους ενώ ο δεύτερος είναι σχετικός με προτάσεις με σκοπό την προστασία του κλάδου των μουσείων από θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση.

Μέριμνα για την κοινωνία

Σε αυτή την ενότητα θα εξετάσω το ζήτημα της μέριμνας που λήφθηκε από τα πολιτιστικά ιδρύματα προς την κοινωνία, με σκοπό να αποδείξω τους τρόπους με τους οποίους το Μουσείο βρίσκεται σε επαφή με τους πολίτες κατά την διάρκεια της καραντίνας.

Το MoMA στις δράσεις του συμπεριέλαβε ζωγραφίες για τα παιδιά οι οποίες, όπως δήλωσε, θα τα απασχολούσαν για 30 λεπτά της ώρας. Αρχικά αυτή η πρόταση διατυπώθηκε για να εξυπηρετήσει τους γονείς· με αυτό τον τρόπο κατάφερναν να κερδίσουν χρόνο μέσα στην ημέρα, καθώς κάποιος από αυτούς ενδέχεται να δούλευαν μέσω τηλεργασίας και να μην είχαν την δυνατότητα να αφιερώσουν απεριόριστο χρόνο στα παιδιά τους. Αυτή την απασχόληση κατά βάση παρείχε το σχολείο, όμως εκείνη την περίοδο κατά την οποία και αυτό παρέμενε κλειστό, το μουσείο επιβεβαίωσε τον ρόλο του σε σχέση με την δημιουργική απασχόληση. Κατά αυτό τον τρόπο τα πολιτιστικά ιδρύματα επωμίζονται το ρόλο του σχολείου και προσφέρουν ενδιαφέροντα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα.

Τα 30 λεπτά ζωγραφικής, ωστόσο, είχαν και έναν δεύτερο σκοπό κατά τη δήλωση του μουσείου και, ειδικότερα, να μειωθούν οι ώρες έκθεσης των παιδιών στις ηλεκτρονικές οθόνες (Frisch, Margulies, & Bodinson 2020). Πράγματι, όταν τα παιδιά περνούν αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα στο ψηφιακό περιβάλλον, μειώνονται οι δημιουργικές δραστηριότητες με άμεσο αντίκτυπο την διατάραξη της ψυχικής τους υγείας. Αυτό συμβαίνει επειδή παύουν να αλληλεπιδρούν με φυσικά υλικά, να εξασκούν τις δυνατότητές τους και το γεγονός πως δεν μένουν σε επαφή με τον πραγματικό κόσμο. Το MoMA φαίνεται να προσπαθεί να αποφύγει αυτά τα αποτελέσματα και στοχεύει να εξασκήσει την αντίληψη και την κριτική ικανότητα των παιδιών προσφέροντας τους δημιουργικές δραστηριότητες, όπως αυτή που προαναφέρθηκε. Παρ' όλα αυτά σε επόμενη δημοσίευση το μουσείο προτείνει να ζωγραφίσουν τα παιδιά κάποια έργα της Louise Lawres τα οποία είχαν αποχρωματιστεί και προσφέρονταν ψηφιακά ως σκίτσα (Marcoci 2020). Σίγουρα η οθόνη έχει δημιουργική πλευρά, όμως το μουσείο φαίνεται πως προσφέρει αυτή την εναλλαγή από το αναλογικό στο ψηφιακό και αντίστροφα· ο στόχος δεν είναι άλλος

από το να αποφύγει την καθολική χρήση ηλεκτρονικών συσκευών στην καραντίνα και να υπενθυμίσει ότι υπάρχουν και αναλογικοί τρόποι απασχόλησης.

Πέρα όμως από αυτή την δράση του MoMA, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η πρόταση να παρακολουθούν τα παιδιά βίντεο που τους δείχνουν πώς να μιμούνται τεχνικές καλλιτεχνών, ώστε να αναπτύξουν ικανότητες οι οποίες βασίζονται στην αντίληψη τους (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Η πρόταση αυτή βασιζόταν στο σκεπτικό ότι, καθώς προσπαθούν τα παιδιά να μιμηθούν τεχνικές, αρχίζουν να προβληματίζονται για τον τρόπο που πρέπει να χρησιμοποιούν τα υλικά και έτσι επινοούν διόδους για να πετύχουν το ίδιο αποτέλεσμα. Αυτή η διαδικασία συμβάλει στην προσπάθεια εκπαίδευσης της αντίληψης των παιδιών καθώς και στην εξάσκηση της κριτικής τους ικανότητας.

Τόσο οι ζωγραφιές όσο και η μίμηση καλλιτεχνών προσφέρουν σημαντικά αποτελέσματα και δραστηριότητες απασχόλησης των παιδιών με δημιουργικό περιεχόμενο. Ταυτόχρονα, οι προτάσεις ταινιών του μουσείου παρουσιάζουν ενδιαφέρον, αν αναλογιστεί κανείς πως το μουσείο πρότεινε την συζήτηση ποικίλων θεμάτων μετά το πέρας της κάθε ταινίας ανάμεσα σε παιδιά και γονείς (Yetter 2020). Σε αυτή την περίπτωση το MoMA συνδράμει στο να χρησιμοποιήσουν τα παιδιά τις επικοινωνιακές τους δεξιότητες και να τις αναπτύξουν, καθώς χρειάζεται να αναρωτηθούν για τα πολλαπλά θέματα που τίγονται και να εκφράσουν την γνώμη τους. Ο σκοπός αυτής της δράσης παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ιδίως σε μια περίοδο, κατά την οποία τα ερεθίσματα λόγω του εγκλεισμού είναι σχεδόν ανύπαρκτα.

Μια εξίσου σημαντική δράση αφορούσε τις περιηγήσεις σε εκθέσεις και συλλογές του μουσείου σε επιλεγμένες ημέρες. Κατά την διάρκεια αυτών και συγκεκριμένα ημέρα Πέμπτη οι επιμελητές του μουσείου απαντούσαν σε ερωτήσεις των θεατών (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Το ενδιαφέρον είναι πως δημιουργήθηκε στο κοινό η αίσθηση ότι υπήρχε αναμονή για κάποια συγκριμένη εκδήλωση. Κάτι τέτοιο μοιάζει συνήθεια της καθημερινής ζωής και κάνει τους πολίτες να ξεχνιούνται από την κοινωνική απομόνωση. Ο λόγος είναι ότι δίνεται η αίσθηση κανονικότητας σε μια περίοδο κατά την οποία είναι δύσκολο κανείς να ακολουθεί ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα, καθώς σχεδόν όλα τα ιδρύματα και οι οργανισμοί ανέστειλαν της λειτουργίας τους.

Αντίστοιχα, το ΕΜΣΤ δημοσίευε στο (facebook) το όνομα κάποιου καλλιτέχνη και τα παιδιά καλούνταν να ανατρέξουν στα εκπαιδευτικά φυλλάδια του μουσείου, για να αντλήσουν πληροφορίες για αυτόν (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Στην συνέχεια τα παιδιά έφτιαχναν ζωγραφιές εμπνευσμένες από τα έργα του και τις προωθούσαν στο μουσείο. Κατά αυτόν τον τρόπο προέκυψε ένα μοντέλο επικοινωνίας σύμφωνα με το οποίο το μουσείο έστελνε ένα μήνυμα και τα παιδιά απαντούσαν σε αυτό με μια ζωγραφιά σχετική με τον καλλιτέχνη. Αυτό μοιάζει με ένα μοντέλο στο οποίο το μουσείο αποτελεί τον πομπό και τα παιδιά τον δέκτη σε μια τακτική επικοινωνία. Έτσι δημιουργήθηκε η αίσθηση επαφής και προήχθη ένα είδος επικοινωνίας από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ακόμα το ΕΜΣΤ δημοσίευσε στο (facebook) φωτογραφίες που βρίσκονταν στο αρχείο του. Αυτές δεν περιλαμβάνονται σε κάποια από τις εκθέσεις του μουσείου στον φυσικό του χώρο και κατά συνέπεια οι επισκέπτες δεν έχουν πρόσβαση εκεί (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Παρατηρείται σε αυτό το σημείο πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δύνανται να λειτουργήσουν ως ένα αρχείο ή ως ο μεσάζων που ανοίγει το κλειστό αρχείο (του μουσείου) στο κοινό (Drotner, Schrøder 2020,19). Αυτό σημαίνει πως το μουσείο δημοσιεύοντας υλικό στο οποίο δεν θα είχαν πρόσβαση οι επισκέπτες, χτίζει ένα είδος ηλεκτρονικού αρχείου σε πλατφόρμες στις οποίες οι επισκέπτες του είναι ήδη αρκετά ενεργοί. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να ανατρέξουν ανά πάσα στιγμή στην σελίδα του και να αναζητήσουν δημοσιεύσεις σχετικά υλικό που τους κινεί το ενδιαφέρον. Μία μερίδα ανθρώπων θα αναρωτιόταν γιατί να μην διατίθεται το παρόν υλικό στην ιστοσελίδα του μουσείου και πρέπει να δημοσιεύεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυτού. Κατά μια πρώτη ματιά το ερώτημα μπορεί να μείνει αναπάντητο· αν όμως αναλογιστεί κανείς πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα χώρο στον οποίο οι πολίτες είναι ενεργοί θα απαντήσει αμέσως στο ερώτημα. Φυσικά και δεν πρέπει να σταματήσει η διάδοση πληροφοριών και γνώσης μέσα από τις ιστοσελίδες των μουσείων αλλά οφείλει ταυτόχρονα να ενισχυθεί η παρουσία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε αυτά τα μέσα, εξαιτίας όσων αναφέρθηκαν πιο πάνω, είναι πιο πιθανό κάποιος χρήστης να παρατηρήσει κάποια ανάρτηση του μουσείου και ίσως του φανεί ενδιαφέρον το περιεχόμενο της και έτσι να αρχίσει να εξερευνά στο υλικό του. Αυτή η αναζήτηση φέρνει το κοινό πιο κοντά στο μουσείο και του προξενεί αμείωτο ενδιαφέρον. Είναι πολύ πιθανό στο μέλλον ο ψηφιακός επισκέπτης να πραγματοποιήσει μια επίσκεψη

στον φυσικό χώρο του μουσείου. Ειδικά κατά την διάρκεια της καραντίνας μια τέτοια προσπάθεια αποβαίνει ιδιαίτερα σημαντική. Ο λόγος είναι ότι τα μουσεία ήδη είχαν αρχίσει να προβληματίζονται για την επαναλειτουργία τους και για το πώς θα καταφέρουν να προσελκύσουν το κοινό στους φυσικούς τους χώρους. Οι δράσεις μέσω του διαδικτύου, όπως αυτή του ΕΜΣΤ, ήταν σημαντικές και θα αποζημιώναν τα μουσεία μακροπρόθεσμα.

Το μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι δημοσίευσε κάποιες συναυλίες οι οποίες είχαν πραγματοποιηθεί στο αμφιθέατρο του κτηρίου και έτσι μέσω αυτής της δράσης προσφέρθηκε πρόσβαση στο συλλεκτικό υλικό του μουσείου (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Οι θεατές ακόμα και αν δεν κατάφεραν ποτέ να το επισκεφθούν ή να αγοράσουν ένα εισιτήριο για να παρακολουθήσουν ένα κονσέρτο, είχαν την δυνατότητα κατά την διάρκεια της καραντίνας να αποκτήσουν αυτή την εμπειρία από το σπίτι τους. Η προσφορά του μουσείου απέδειξε πως όλοι μπορούν να είναι κοινωνοί του υλικού του με οποιονδήποτε τρόπο. Μετά το πέρας της καραντίνας το μουσείο ολοκλήρωσε αυτή την δράση και το υλικό δεν ήταν πια διαθέσιμο στην ιστοσελίδα του. Μια τέτοια κίνηση είναι άξια απορίας. Ίσως, έτσι το μουσείο ήθελε να υπενθυμίσει πως ο θησαυρός του διατίθεται ‘μέσα στο παλάτι’ που στεγάζει το μουσείο, και πως μόνο εκεί πια μπορεί κανείς να αλληλεπιδράσει απόλυτα με το υλικό του, δηλ. διά ζώσης. Ίσως να ήταν ένα μήνυμα πως, παρ’ όλο που το μουσείο έμενε ενεργό διαδικτυακά, η επίσκεψη στο φυσικό του χώρο αναμφισβήτητα είναι αναντικατάστατη εμπειρία.

Όπως το MoMA έτσι και το μουσείο του Λούβρου ακολούθησε ένα πρόγραμμα δημοσιεύσεων σχετικά με το υλικό του συγκεκριμένες μέρες και ώρες. Το γεγονός πως δημοσίευε συγκεκριμένες μέρες, συγκεκριμένες ώρες αλλά ακόμα και σε συγκεκριμένη γλώσσα κάθε φορά, δείχνει πως το Λούβρο μεριμνά για όλους τους πολίτες της κοινωνίας. Εκτός από το ότι εγκαινίασε καθημερινή επαφή με τον κόσμο σε μια περίοδο κατά την οποία οι άνθρωποι ήταν αποκομμένοι τόσο ο ένας από τον άλλο όσο και από το μουσείο, το Λούβρο προσέφερε τις δημοσιεύσεις του στο (twitter) το πρωί στα Γαλλικά και το απόγευμα στα Αγγλικά. Στον φυσικό χώρο του μουσείου τα επεξηγηματικά κείμενα που βρίσκονται δίπλα από κάθε έργο περιγράφουν το έκθεμα σε διάφορες γλώσσες αποτελώντας καθοριστικό κομμάτι της επικοινωνίας του μουσείου· κατά αναλογία και στο διαδίκτυο οι δημοσιεύσεις

πραγματοποιούνται σε δύο γλώσσες με σκοπό την διευκόλυνση των επισκεπτών και τον σεβασμό στο δικαίωμα τους στην πρόσβαση και την κατανόηση του υλικού του.

Το μουσείο PRADO αποτελεί επίσης μια ιδιάζουσα περίπτωση καθώς δημιούργησε ένα καθημερινό ραντεβού με τον κόσμο μέσα από ένα (live streaming) στο (instagram) κάθε πρωί, το οποίο διαρκούσε μια ώρα και αφορούσε την ξενάγηση στους χώρους και τα έργα του μουσείου. Προσπάθησε και αυτό το μουσείο να δώσει την αίσθηση πως, παρ' όλο που οι άνθρωποι είναι απομονωμένοι, αυτό προσφέρει ένα περιβάλλον επικοινωνίας, έστω μια ώρα την ημέρα. Οι θεατές της ζωντανής μετάδοσης είναι σε θέση να σχολιάζουν και να αλληλεπιδρούν με τον επιμελητή, ο οποίος ξεναγεί τους ψηφιακούς επισκέπτες. Έτσι το PRADO δημιουργεί ένα δίκτυο επικοινωνίας με πολιτισμικό χαρακτήρα σύμφωνα με τον οποίο οι άνθρωποι επικοινωνούν και παραμένουν δικτυωμένοι σε καθημερινή βάση, ενώ η δια ζώσης επικοινωνία δεν επιτρέπεται διότι θεωρείται επικίνδυνη.

Η National Gallery στο Λονδίνο δήλωσε πως ακολούθησε την ίδια γραμμή δράσεων όπως είχε κάνει κατά την διάρκεια του Β Παγκοσμίου Πολέμου. Η παρούσα δήλωση αυτόματα οδηγεί σε συμπεράσματα πως η πανδημία μοιάζει με περίοδο πολέμου και προκύπτουν ανησυχίες για το τομέα του πολιτισμού. Αυτές τις ανησυχίες είχε εκφράσει και η ICOM.

Όλες οι δράσεις της National Gallery είναι καλά μελετημένες και μεριμνούν για την κοινωνία· ειδικά η συνεργασία της με την εταιρία “Ocean Outdoor”, η οποία αφορά την έκθεση εικόνων –έργων τέχνης που φιλοξενεί το μουσείο- σε γιγάντιες οθόνες στους δρόμους των πόλεων, αποδεικνύει ακόμα πιο έντονα τον κοινωνικό χαρακτήρα του μουσείου. Μέσα από αυτή την ενέργεια το μουσείο εκφράζει την παρηγοριά του στους πολίτες και προσφέρει μια πηγή θετικής ενέργειας στην καθημερινότητά τους. Προβάλλοντας αυτές τις εικόνες, οι πολίτες εμπνέονται και ξεχνιούνται από την καθημερινότητα κατά την διάρκεια της οποίας η ανησυχία και το αίσθημα της αβεβαιότητας κυριαρχούσε στην σκέψη τους. Το μουσείο προσπάθησε να τις αποβάλει έστω και παροδικά μέσω της χρήσης της τεχνολογίας. Συγκεκριμένα, με την διεκπεραίωση αυτής της δράσης η National Gallery κατάφερε να υπενθυμίσει την πανταχού παρουσία της. Το αποτέλεσμα θα ήταν να προσελκύσει ξανά το κοινό στους φυσικούς χώρους του με την έναρξη της επαναλειτουργίας του.

Βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες συνέπειες στα μουσεία εξαιτίας της αναστολής λειτουργίας τους

Παρακάτω θα σχολιάσω ποιες συνέπειες προέκυψαν βραχυπρόθεσμα στον τρόπο επικοινωνίας των μουσείων, οι οποίες ενδέχεται, τελικά, να αποβούν χρήσιμες μακροπρόθεσμα.

Η αναστολή λειτουργίας των μουσείων σήμανε την έναρξη προβληματισμού σχετικά με τον τρόπο και με τα μοντέλα επικοινωνίας που έπρεπε να χειριστούν, ώστε να παραμείνουν σε επαφή με το κοινό τους. Το διαπροσωπικό πλαίσιο μεταβαίνει από τον φυσικό του χώρο στο διαδικτυακό περιβάλλον και αυτή η επαφή παύει πια να γίνεται δια ζώσης - πρόσωπο με πρόσωπο. Πρόκειται για μια αλλαγή στο μοντέλο επικοινωνίας των μουσείων (Eilean Hooper – Greenhil 1995, 6). Τόσο στο φυσικό όσο και στο διαδικτυακό περιβάλλον, το μέσο που χρησιμοποιείται είναι πάντοτε ένα - είτε αφορά αντικείμενα, είτε πλατφόρμες ενώ οι δέκτες καλύπτουν ένα μεγάλο αριθμό ατόμων. Στον πρώτο αυτοί αποτελούν τα πρόσωπα που παρευρίσκονται σε ένα περιβάλλον μια συγκεκριμένη στιγμή, ενώ στο δεύτερο οι δέκτες αποτελούν τα άτομα τα οποία επιθυμούν να επισκεφτούν μια ιστοσελίδα ανά πάσα στιγμή. Κατά αυτό τον τρόπο το μουσείο δημοσιεύει υλικό στην ιστοσελίδα του και θέτει το μήνυμά σε δημόσια δικαιοδοσία, δηλαδή, σε ένα δημόσιο πλαίσιο (Drotner, Schröder 2013, 18). Η έκθεση και η πρόσβαση σε αυτό μπορεί να θεωρηθεί απόλυτα βοηθητική για την κοινωνία σε περίοδο πανδημίας όπως το 2020. Κάτι τέτοιο σχετίζεται με συγκεκριμένους παράγοντες που αφορούν αφενός τις ανάγκες της κοινωνίας και αφετέρου τις πρωτοβουλίες των μουσείων σε σχέση με αυτές.

Τα μουσεία διαθέτουν πλήθος εκπαιδευτικών προγραμμάτων τα οποία περιλαμβάνουν δραστηριότητες σχετικές με τα αντικείμενα που διαθέτει ένα μουσείο και πληροφορίες-γνώσεις που λαμβάνονται από το αρχείο αυτού (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Σχεδόν ταυτόχρονα με την παρούσα κατάσταση τίθεται σε εφαρμογή και η αναστολή λειτουργίας των σχολείων. Τα μουσεία πια θα αποτελούν μια εναλλακτική μέθοδο, ώστε να κρατήσουν οι γονείς τα παιδιά σε επαφή με την γνώση από το σπίτι. Φυσικά τα περισσότερα από αυτά διέθεταν ήδη δημοσιευμένο το εκπαιδευτικό τους υλικό στις ιστοσελίδες τους, αλλά κατά την διάρκεια της

καραντίνας δημιουργήθηκε εκεί χώρος που αφορούσε είτε καινούργιες δράσεις είτε την σύνοψη των παλαιότερων με τίτλους όπως “TateKids” από το μουσείο Tate Modern και «Δημιουργικοί στο σπίτι» από το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης στην Αθήνα. Το μουσείο δημοσιεύοντας υλικό το οποίο αφορούσε δράσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα αρχικά εξυπηρετούσε τους γονείς και τους ανθρώπους που φροντίζουν τα παιδιά στο σπίτι, ώστε να προσφέρουν δημιουργική απασχόληση και να μην απομακρυνθούν τα παιδιά από τον κόσμο της μάθησης. Έτσι το μουσείο επωμίζεται το ρόλο του σχολείου και προσφέρει ενδιαφέροντα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα.

Η ύπαρξη του (digital) ήταν μια επιπλέον προσφορά στο μουσείο. Κατά την περίοδο της καραντίνας αποτελεί τον μοναδικό τρόπο μεταφοράς μηνυμάτων αφού χάρη σε αυτό οι διαπροσωπικές σχέσεις και η επικοινωνία εξυπηρετούνται από τα ψηφιακά μέσα, όπως το διαδίκτυο, για να καλύψουν τις ανάγκες των ανθρώπων. Ο θεσμός του μουσείου σε σχέση με τα εκπαιδευτικά του προγράμματα φαίνεται να ενισχύεται παρά την αρχική επιρροή της πανδημίας (βλ. δράσεις μουσείων στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ). Ακόμα και μακροπρόθεσμα το μουσείο μέσα από τις δράσεις και την διαδικτυακή παρουσία και προσφορά του, κερδίζει το κοινό του και επανατοποθετείται στην καθημερινή ζωή των πολιτών. Για παράδειγμα, οι δράσεις μέσω του διαδικτύου - όπως αυτή του ΕΜΣΤ - με την δημοσίευση εικόνων από το αρχείο του, θα ‘αποζημιώσαν’ τα μουσεία μακροπρόθεσμα φέρνοντας τον κόσμο ξανά στους φυσικούς χώρους του (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Τα μουσεία, εκτός από το περιβάλλον έκθεσης έργων τέχνης, αποτελούν έναν χώρο ο οποίος δίνει τη δυνατότητα στους καλλιτέχνες να εκφράζονται και να επικοινωνούν μεταξύ τους. Η Tate Modern συνήθιζε πριν από την εξέλιξη του COVID-19 σε πανδημία, να οργανώνει βραδιές με τον τίτλο “UNIQLO” στις οποίες καλλιτέχνες από όλους τους τομείς της τέχνης συγκεντρώνονταν για να επικοινωνούν και να ανταλλάσσουν ιδέες (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Κατά την διάρκεια της καραντίνας φαίνεται πως μια τέτοια δράση είναι ακόμα πιο σημαντική, αφού βιώνοντας στο έπακρο τον εγκλεισμό προκύπτουν ερωτήματα για την θέση του καλλιτέχνη μέσα στα κλειστά μουσεία. Παρά την απελπιστική και απογοητευτική κατάσταση το συγκεκριμένο μουσείο συνεχίζει την οργάνωση αυτής της βραδιάς μέσω του διαδικτύου. Χρησιμοποιείται η τεχνολογία και τα διαδικτυακά μέσα, σε

αυτή την περίπτωση το (live streaming), με σκοπό να κρατήσει ενωμένους τους πολίτες-καλλιτέχνες. Αυτή η δράση θα μπορούσε να διατηρηθεί διαδικτυακά και μετά την επαναλειτουργία του μουσείου, ώστε καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο να συνομιλούν μεταξύ τους ακόμα και αν δεν μπορούν να βρεθούν στο Λονδίνο, στον φυσικό χώρο του μουσείου. Πρόκειται για μια ενέργεια η οποία μακροπρόθεσμα μπορεί να δημιουργήσει ένα ισχυρό δίκτυο επικοινωνίας ανάμεσα στους καλλιτέχνες. Το μουσείο χρησιμοποιώντας πλατφόρμες ζωντανής μετάδοσης αποδεικνύει πως δεν γνωρίζει σύνορα και αυτή η δράση κάνει γνωστό το έργο του ανά τον κόσμο και ενδυναμώνει το ρόλο του. Αυτό επιβεβαιώνεται από τα στατιστικά στοιχεία των μουσείων τα οποία διατίθενται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας. Επομένως, αυτή η εξέλιξη του στο διαδικτυακό περιβάλλον αποδεικνύει την πανταχού παρουσία του και ότι αγωνίζεται προς την μακροπρόθεσμη ενίσχυση του ρόλου του.

Ο τρόπος με το οποίον θα μεταδοθεί το υλικό που διαθέτει το μουσείο αποτελεί την κατεξοχήν ανησυχία αυτών κατά την διάρκεια της καραντίνας. Ακόμα και μετά το διάστημα της καραντίνας ορισμένα ιδρύματα πολιτισμού, όπως PRADO , συνέχισαν δράσεις όπως την καθημερινή περιήγηση ζωντανής μετάδοσης από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πράγματι, λοιπόν, εν καιρώ πανδημίας προέκυψαν δράσεις από τα μουσεία τα οποία είχαν απήχηση και συνεχίζονται και στο μέλλον. Αυτά ανακάλυψαν τρόπους διάδοσης πληροφοριών οι οποίες φάνηκαν λειτουργικές και υιοθετήθηκαν.

Μία σειρά δραστηριοτήτων από την πλευρά των μουσείων, η οποία κατά την διάρκεια της καραντίνας παρουσιάζει ενδιαφέρον, είναι η ανάδειξη ‘θησαυρών’ και η προβολή εκδηλώσεων. Για παράδειγμα, το Rijks Museum επιτρέπει στους επισκέπτες να παρακολουθήσουν την διαδικασία ψηφιοποίησης του έργου “The Nightwatch” (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας). Αυτή η ενέργεια έχει ως αποτέλεσμα να αποδίδει μακροπρόθεσμα στο μουσείο τίτλους εξέλιξης και καινοτομίας και να δίνει την εντύπωση στους επισκέπτες ότι συμμετέχουν και αυτοί στα δρώμενα του μουσείου. Τα πολιτισμικά ιδρύματα αναγκαστικά ακολουθούν την εξέλιξη της τεχνολογίας και προσαρμόζονται σ’ αυτή γιατί τα εξυπηρετεί λόγω του τάχιστου ρυθμού κοινοποίησης πληροφοριών και της δυνατότητας ψηφιακής παρουσίας σε όλο τον κόσμο. Μετέρχονται αυτή την τεχνολογία για να επιτύχουν συγκεκριμένους σκοπούς που είναι τόσο η ανάδειξη ‘θησαυρών’ από τις συλλογές τους όσο και η

προβολή εκδηλώσεων. Το παραγόμενο αποτέλεσμα είναι να δημιουργείται μια διαλεκτική σχέση ανάμεσα στο μουσείο και στους επισκέπτες. Φυσικά το κέρδος του είναι διπλό, διότι αφενός προωθούνται τα προγράμματα και τα αριστουργήματα που φιλοξενεί στην συλλογή του και αφετέρου ισχυροποιείται και ο ρόλος του.

Η άμεση ανταπόκριση των μουσείων και η χρήση καινοτόμων ιδεών δεν περνάει απαρατήρητη. Όλες οι παραπάνω δράσεις και οι καινοτομίες έχουν αποτέλεσμα το οποίο ικανοποιεί τον αρχικό στόχο, να οικοδομηθεί δηλαδή μια μελλοντική άρρηκτη σχέση μεταξύ επισκεπτών και μουσείου. Το τελευταίο ισχυροποιεί τον ρόλο του και αναγνωρίζει πως η χρήση των ψηφιακών μέσων με σκοπό την ανάδειξη του πολιτισμού αποτελεί τακτική η οποία βρίσκει απήχηση και εν τέλει κερδίζει τους νέους. Πρόκειται για μια διαπίστωση την οποία τα μουσεία περιλαμβάνουν στις στατιστικές δημοσιεύσεις τους (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ της εργασίας).

Προτάσεις με σκοπό την προστασία του κλάδου των μουσείων από θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση

Σε αυτή την ενότητα εξετάζω τους τρόπους με τους οποίους η Ευρωπαϊκή Ένωση θα μπορούσε να προστατέψει τον κλάδο των μουσείων. Πηγή έμπνευσης για όσα προτείνονται στην συνέχεια αποτελεί η ομιλία του Maciej HOFMAN στο πρώτο webinar που διοργανώθηκε από το ICOM με τίτλο *“impact, innovation and planning for post-crisis”*⁸.

Από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωση θα ήταν εφικτό να ασκηθεί πολιτική με τέτοιο τρόπο ώστε να καταστεί πολύτιμος αρωγός των μουσείων. Θα μπορούσαν, δηλαδή, να δημιουργηθούν προγράμματα οικονομικής στήριξης τους ή και να συγκεντρωθούν χρήματα για χρηματοδοτήσεις. Τα προγράμματα αυτά θα στόχευαν σ’ έναν εκπαιδευτικό χαρακτήρα μέσα από χρηματοδοτήσεις σε εκπαιδευτικές δράσεις όσο και σε αντίστοιχες για την ψηφιοποίηση τους ώστε να οργανώνουν διαδικτυακές εκδηλώσεις. Με άλλα λόγια θα μπορούσαν να δοθούν χρήματα στα μουσεία ώστε να επενδύσουν στην τεχνολογία και την άμεση ψηφιοποίηση τους για να παραμείνουν ενεργά ακόμα και διαδικτυακά.

Σίγουρα ένα πεδίο στο οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση ασκεί πολιτική είναι στον τρόπο που επιβάλλεται να διαχειριστούν τα μουσεία την έναρξη επαναλειτουργίας τους και να λάβουν συγκεκριμένα μέτρα για να προστατευτούν τα ίδια αλλά και οι επισκέπτες τους (βλ. πρώτο webinar ICOM ομιλία του Maciej HOFMAN). Πέρα από αυτό όσον αφορά το κομμάτι των χρηματοδοτήσεων η Ευρωπαϊκή Ένωση θα ήταν σε θέση να λειτουργήσει και με διαφορετικό τρόπο για να βοηθήσει οικονομικά τα μουσεία. Αν ενισχυθεί η οικονομία των χωρών που επλήγησαν από την πανδημία το αποτέλεσμα θα είναι η αντίστοιχη ενίσχυση της κοινωνία ώστε να αποτελέσει ένα σταθερό έρεισμα για τους πολίτες της. Έτσι θα προστατευτεί και το πεδίο του πολιτισμού, γιατί, αν δεν αντιμετωπιστούν πολύ πιο βασικά οικονομικά προβλήματα, οι άνθρωποι δεν θα απομακρυνθούν από το μουσείο.

⁸ <https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-oecd-webinar/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΜΕΡΟΣ Α: Καταγραφές των δράσεων των μουσείων και της ICOM με βάση το περιεχόμενο τους – Χρονολογικές Καταγραφές

MoMA

<https://www.moma.org/visit/families>

Η συνεχώς αναπτυσσόμενη συλλογή διαθέτει 200.000 έργα εκ των οποίων τα 84.000 είναι αυτή την στιγμή διαθέσιμα on-λάιν. Όσον αφορά το εκπαιδευτικό έργο του μουσείου ήδη από το 2012 διατίθενται δωρεάν μαθήματα τόσο στο coursera όσο και από την ίδια την ιστοσελίδα του μουσείου.

Κατά την διάρκεια της καραντίνας το μουσείο έδωσε την επιλογή στον επισκέπτη να δώσει το μείλ του και το μουσείο του έστειλε κάθε εβδομάδα έναν οδηγό που περιλάμβανε τρόπους που μπορεί κανείς να ασχοληθεί με την τέχνη από όπου και αν βρίσκεται, κυρίως με πηγές για οικογένειες και δασκάλους. Οι κατηγορίες και οι δράσεις ήταν οι ακόλουθες.

AT-HOME ACTIVITIES

19/03/2020 Δημοσιεύθηκε ανακοίνωση η οποία ενημέρωνε πως το κανάλι του MOMA στο (YouTube) διέθετε βίντεο σχετικά με τις συλλογές, τις εκθέσεις, τις συζητήσεις και (art making) του μουσείου.

20/03/2020 Δημοσιεύθηκε ένας οδηγός που έδινε ιδέες για τρόπους με τους οποίους μπορούν να απασχοληθούν τα παιδιά στο σπίτι, σε μια προσπάθεια να τα κρατήσουμε για λίγο μακριά από οθόνες(υπολογιστών, κινητών και τάμπλετ) . Αυτός ο οδηγός διέθετε τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- Ιδέες για ζωγραφική
- Ανακαλύπτοντας την τέχνη στο σπίτι προβλήθηκαν έργα του μουσεία και ιστορίες σχετικά με τα έργα

- Ήχοι για παιδιά όπου έντυναν ακουστικά ένα έργο το μουσείου δίνοντας πληροφορίες γι αυτό.
- Οδηγός με βήματα ώστε να δημιουργήσουν τα παιδιά δικές τους κατασκευές.
- Εμπνευσμένοι από υλικά που έχουν χρησιμοποιήσει στα έργα τους διάφοροι καλλιτέχνες προτείνετε στα παιδιά να φτιάξουν έργα από αντίστοιχα υλικά.

31/07/2020

Το μουσείο επισήμανε την εποχή της αβεβαιότητας όπου βίωσε το πλήθος των ανθρώπων και στηρίχτηκε εκεί για να προτείνει την ιδέα να εμπνευστούμε από τους καλλιτέχνες που λειτούργησαν με την τεχνική της αβέβαιης-τυχαίας επιλογής

- Δημιουργία κολάζ
- Με ένα κορδόνι προτάθηκε να δημιουργήσουν τα παιδιά σχήματα
- Τυχαία Ταξινόμηση εικόνων
- Οδηγίες για δημιουργία καλλιτεχνικών έργων.

28/08/2020

Δημοσιεύθηκε πρόταση για πειραματισμό με υλικά, συνδυαστικά με την κίνηση του σώματος με σκοπό την δημιουργία συνθέσεων. Από την χρήση των υλικών μέχρι και την κίνηση του σώματος μπορεί να δημιουργηθεί τέχνη που έχει σχέση με την σύνθεση καλλιτεχνικών έργων. Δόθηκαν έξι δραστηριότητες που ήταν εμπνευσμένες από πειραματισμούς καλλιτεχνών με τους ακόλουθους τίτλους.

- Δράση
- Τύλιγμα
- Άφησε το σημάδι σου
- Αποθανάτισε την επιφάνεια
- Σπρώχνοντας την μπογιά

Σε όλες τις περιπτώσεις προτείνεται στο τέλος να κάνουν οι αναγνώστες μια συζήτηση με άλλα μέλη της οικογένειας σχετικά με ερωτήματα που τίθενται στο τέλος κάθε δραστηριότητας.

FAMILY MOVIES.

21/04/2020 Το μουσείο έφτιαξε μια λίστα με ταινίες μικρού μήκους ως προτάσεις για τις οικογένειες ώστε να τις δουν με τα παιδιά μέσα στο διάστημα της καραντίνας. Οι ταινίες χωρίζονταν σε είδη τα οποία ήταν

- Creative Kids
- Marvelous mysteries
- Sticky Situations.

Για κάθε ταινία δίνονταν το τέλος ερωτήσεις για συζήτηση. Δόθηκε το χασταγκ “#MakingWithMoma” ώστε να δημοσιεύεται οτιδήποτε δημιουργικό σχετικά με αυτό το προτζεκτ.

GUIDE FOR LOOKING AT ART WITH KIDS

24/04/2020 Dorothea Lange είναι μια έκθεση με φωτογραφίες και επεξηγηματικά κείμενα.

25/03/2020 Ανακοινώθηκε το προτζεκτ με τίτλο Louise Lawres tracing for you. Δόθηκαν 12 ζωγραφίες από την καλλιτέχνη για να τις κατεβάσει στον υπολογιστή του ο καθένας και να τις χρωματίσει. Η καλλιτέχνης της δημοσίευσε μέσω του μουσείου για να κρατήσει δημιουργικό τον κόσμο μέσα στον καιρό της απομόνωσης και το μουσείο δίνει το χασταγκ “#DrawingWithMoma” ώστε το κοινό να τις δημοσιεύσει και έτσι το μουσείο να αναδημοσιεύσει κάποια έργα στα ψηφιακά κανάλια του.

<https://www.moma.org/magazine/articles/257>

30/03/2020 Ανακοινώθηκε πως θα πραγματοποιηθούν προγραμματισμένες ψηφιακές προβολές στις εκθέσεις και συλλογές του μουσείου. Το μουσείο δήλωσε πως θα γίνουν περιηγήσεις σε εκθέσεις από συλλογές μέσω βίντεο ιστοριών και ερωτήσεις και απαντήσεις από επιμελητές επιλεγμένες πέμπτες.

<https://www.moma.org/magazine/articles/267>

MUSEE DU LOUVRE

<https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home/>

<https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home-week-2/>

<https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home-week-3/>

<https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-4/>

<https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-5/>

<https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-6/>

Το μουσείο του Λούβρου σε όλη την πορεία του εστιάζει σε εμβληματικά έργα τέχνης με σκοπό την κατανόηση των λόγων που τα καθιστούν μοναδικά. Τόσο οι αναλυτικές ματιές στα έργα των συλλογών του όσο και η ιστορία του ίδιου του κτηρίου δίνουν την δυνατότητα στους επισκέπτες του να παρατηρούν, να κατανοούν και να συγκρίνουν τα έργα που διαθέτει. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου αυτές οι ενέργειες είναι αποτέλεσμα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρει το μουσείο σε μια προσπάθεια κατανόησης και ενασχόλησης με την τέχνη.

Το μουσείο θα ακολουθήσει μια διαδικασία δημοσίευσης κειμένων μία φορά την εβδομάδα με σκοπό να δώσει τρόπους στο κοινό όπου μπορεί να απασχολείται με θέματα τέχνης όσο το ίδιο παραμένει κλειστό.

1^η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

18/03/2020

«Τι δραστηριότητες προσφέρει το Λούβρου, οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν από το σπίτι».

- Το μουσείο προτείνει στο κοινό του να επισκεφθεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωση με σκοπό να παρακολουθήσει παρουσιάσεις των αριστουργηματικών έργων αλλά και των πιο σημαντικών χώρων του μουσείου.
- Υπενθυμίζει στους επισκέπτες του την ύπαρξη μιας παιδικής σειράς καρτούν η οποία

αποκαλύπτει στα παιδιά τα πιο σημαντικά έργα που διαθέτει το μουσείο.

- Το μουσείο προτείνει στους επισκέπτες του να περιηγηθούν στην εικονική πραγματικότητα του έργου “Mona Lisa”, μια δράση που διέθετε ήδη.
- ‘Advent of the Artist’ exhibition in the Petite Galerie. Ψηφιακή έκθεση πορτρέτων από τους Durrer, Rembrandt, Delacroix.

2^η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

25/03/2020

Σε αυτή την δημοσίευση το μουσείο του Λούβρου προτείνει δύο επιλογές στο κοινό οι οποίες αποτελούν δράσεις του προ COVID-19.

3^η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

01/04/2020

Το μουσείο του Λούβρου και την 3^η εβδομάδα προσφέρει δυο επιλογές από δράσεις που έχει πραγματοποιήσει προ COVID-19.

4^η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

08/04/2020

Προσφέρονται τρεις επιλογές από το μουσείο εκ των οποίων οι δύο υπήρχαν ήδη αλλά έχουν εμπλουτιστεί.

- Δημοσιεύτηκαν μέσω του (YouTube) συναυλίες που είχαν πραγματοποιηθεί στο αμφιθέατρο του Λούβρου. (με το πέρας της καραντίνας αυτά τα βίντεο έπαψαν να διατίθενται)
- Τα έργα ολλανδών καλλιτεχνών στο μουσείο του Λούβρου αναλύονται από τους επιμελητές του ίδιου του μουσείου. Είχε δημοσιευθεί το 2019 αλλά ξαναδημοσιεύθηκε και κατά το διάστημα της καραντίνας στο YouTube.
- Χρωματισμός των έργων του Clo'e Floirat's που υπάρχουν στο Λούβρο. Τα έργα έχουν αποχρωματιστεί και έχουν δημιουργηθεί σαν

σκίτσα όπου δίνεται η δυνατότητα ο επισκέπτης της σελίδας να τα χρωματίσει.

5η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

16/04/2020

Το μουσείο του Λούβρου πρότεινε δύο επιλογές στους επισκέπτες της ιστοσελίδας του.

- Περιήγηση στον χώρο του μουσείου όπου διαθέτει ρωμαϊκές αντιγραφές από τα χαμένα ελληνικά πρωτότυπα των καρυάτιδων. Το βίντεο είχε δημοσιευθεί στο (facebook) και (instagram).
- Μια νέα συλλογή από συναυλίες που είχαν πραγματοποιηθεί στο αμφιθέατρο του Λούβρου. (Με το πέρας της καραντίνας έπαψαν να διατίθενται αυτές οι δημοσιεύσεις)

6η ΕΒΔΟΜΑΔΑ

22/04/2020

Το μουσείο του Λούβρου προτείνει την ψηφιακή περιήγηση του “Furusiyya” exhibition “The art of chivalry between East and West” η οποία πραγματοποιείται από το Λούβρο Άμπου Ντάμπι, “Musée de Cluny”, “Musée national du Moyen Age”, “Musée du Louvre” και “Agence-France Museums”.

MUSEO DEL PRADO

<https://www.museodelprado.es/en/museum/press>

Το μουσείο διαθέτει ψηφιακό υλικό των έργων τα οποία φιλοξενεί στις συλλογές του. Ωστόσο επεκτείνει όσο ποτέ τα σύνορα του μέσω του διαδικτύου και καλεί τους πάντες να απολαύσουν έναν χώρο στον οποίο μπορούν να βρουν συναισθήματα, ιστορίες και ζωή. Οι δράσεις του μουσείου αφορούν τόσο νέες ενέργειες όσο και την υπενθύμιση των ήδη υπαρχόντων.

- | | |
|------------|--|
| 11/03/2020 | Ανακοινώνεται ότι θα ξεκινήσει ένα πρόγραμμα που θα λέγεται “#PradoWithYou” μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα του μουσείου. Η περιήγηση θα διαρκεί μια ώρα. Θα είναι παρουσίαση εκθέσεων και ξενάγηση από κάποιους επιμελητές του μουσείου. Επίσης, επισημαίνεται ότι κατά την διάρκεια της καραντίνας το πρόγραμμα αυτό θα δίνει την δυνατότητα το κοινό να βλέπει χώρους και να ανακαλύπτει δραστηριότητες του μουσείου μέσα από τα προφίλ του μουσείου στα κοινωνικά δίκτυα. |
| 03/04/2020 | Ανακοινώθηκαν τα στατιστικά στοιχεία της επισκεψιμότητας των διάφορων διαδικτυακών περιβαλλόντων. |
| 08/04/2020 | Οι εργαζόμενοι του μουσείου προσκαλούν το κοινό να περιηγηθεί στο μεγαλείο των συλλογών του μουσείου μέσω της ιστοσελίδας του. |
| 04/06/2020 | Ανακοινώνεται από το μουσείο ότι πρόκειται να ανοίξει ξανά τις πόρτες του στις 06/06 με μια νέα τοποθέτηση των ήδη υπαρχόντων έργων του μουσείου. Η έκθεση έχει τον τίτλο reunited και θα διαρκέσει μέχρι τις 13 Σεπτέμβρη. |

NATIONAL GALLERY OF LONDON

<https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases>

Η National Gallery είχε ισχυρή διαδικτυακή παρουσία μέσω της ιστοσελίδας της και των προφίλ που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όλες οι εκθέσεις διατίθενται διαδικτυακά και προσφέρουν επιλογές όπως προβολή εικόνων σε πλήρη οθόνη, ζουμ, επεξηγήσεις και ερμηνείες. Πολλές από αυτές τις εκθέσεις προσφέρονται και από άλλες πλατφόρμες όπως “Google arts and culture” και “Art UK”. Κάποιες από τις ήδη υπάρχουσες δράσεις του μουσείου είναι τα βίντεο σχετικά με πίνακες της συλλογής του και ζωντανές μεταδόσεις που γίνονται μέσω του (facebook) και του (YouTube). Στο δεύτερο διατίθενται μεγάλος αριθμός διαλέξεων, συζητήσεων και διαδικτυακών εκδηλώσεων.

- | | |
|------------|---|
| 17/03/2020 | Το μουσείο δημοσίευσε κείμενο όπου μεταξύ της αναφοράς ήδη υπάρχοντος ψηφιακού υλικού ενημερώνει του επισκέπτες αυτού πως θα δημοσιεύει στα προφίλ των κοινωνικών μέσω δικτύωσης και θα αποστέλλει μείλ με οδηγούς με προτάσεις. |
| 06/04/2020 | Το μουσείο καλεί τους επισκέπτες του να ανακαλύψουν την ιστορία για τα πάθη του Ιησού μέσα από πίνακες της συλλογής του μουσείου. Προσφέρει ψηφιακή προβολή σχετικών έργων καθώς επίσης ερμηνεύονται οι απεικονίσεις. Ακόμα προτείνει ένα ψηφιακό περίπατο που διέθετε ήδη στο ψηφιακό υλικό του το μουσείο. |
| 23/04/2020 | Δημοσιεύθηκε ένα κείμενο με τις εξής προτάσεις του μουσείου: <ul style="list-style-type: none">➤ Ανακοινώνει πως δημοσιεύονται βίντεο από τους επιμελητές του μουσείου σχετικά με έργα της συλλογής, οι οποίοι δίνουν ερμηνείες και πληροφορίες σχετικά με τις τεχνικές, τις λεπτομέρειες και την έμπνευση των καλλιτεχνών.➤ Δίνεται η επιλογή στους επισκέπτες να παρακολουθήσουν επιμελητές στο (YouTube) οι οποίοι μιλάνε για συγκεκριμένα έργα σε κάθε βίντεο.➤ Υπενθυμίζεται στο κοινό του μουσείου η ύπαρξη κειμένων σχετικά με έργα που φιλοξενούν οι χώροι του μουσείου και σχετικά βίντεο επιμελητών στο (Youtube) και στην ιστοσελίδα του μουσείου. |

- Παρουσιάζεται μια σειρά βίντεο “make and create” στην οποία δίνονται ιδέες για το πώς να φτιάξει κανείς έργα στο σπίτι του τα οποία είναι εμπνευσμένα από έργα των συλλογών του μουσείου.
- Το μουσείο ενημερώνει τους επισκέπτες του ότι πρόκειται να τους στέλνει email κατά την διάρκεια της καραντίνας με ανακοινώσεις και άρθρα.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΑΠΡΙΛΙΟΥ

Με αφορμή την παγκόσμια ημέρα νοσηλευτριών (12 Μαΐου) το μουσείο αποφάσισε να καλέσει τους ψηφιακούς επισκέπτες του να τιμήσουν τους γιατρούς, τους θεραπευτές και αυτούς που φροντίζουν γενικά άλλους ανθρώπους - όπως ηλικιωμένους - μέσα από έργα τέχνης. Έτσι δημοσίευσε μια λίστα από έργα τέχνης τα οποία απεικονίζουν πρόσωπα της ιστορίας τα οποία υπήρξαν είτε γιατροί είτε άτομα τα οποία προσέφεραν στην υγεία. Η λίστα αυτή συνοδευόταν από επεξηγηματικά κείμενα.

ΔΗΜΟΣΕΥΣΕΙΣ ΜΑΪΟΥ

- Το μουσείου δημοσιεύει ένα κείμενο το οποίο επισημαίνει όλες τις δράσεις της Εθνικής Πινακοθήκης κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου πολέμου.
- Η Εθνική Πινακοθήκη συνεργάστηκε με την εταιρία Ocean Outdoor με σκοπό να προβάλει κάποια από τα μεγαλύτερα και πιο εμπνευστικά έργα τέχνης σε εξωτερικούς χώρους.
- Το μουσείο προσφέρει ελεύθερη πρόσβαση στους επισκέπτες του σε τρία νέα έργα τέχνης και στους σχολιασμούς αυτών τα οποία πρόκειται να αποκτήσει από την συλλογή του George Pinto.

02/06/2020

Το μουσείο καλεί το κοινό του να αλληλεπιδράσει με τρία βίντεο τα οποία χρησιμοποιούν πολυμεσικούς αισθητήρες ώστε να αποδώσουν με τεχνολογικούς τρόπους την αίσθηση και τον

ήχο των έργων-αριστουργημάτων της Εθνικής Πινακοθήκης (Βαν Γκοχ, Μονε, Βαν Ικ). Τα βίντεο αυτά διατίθενται προς το κοινό από την ημέρα της δημοσίευσης.

RIJKS MUSEUM

<https://www.rijksmuseum.nl/en/press/press-releases/rijksmuseum-launches-10-ways-to-visit-rijksmuseum-without-leaving-home>

Από το 2012 το μουσείο έχει ξεκινήσει την διαδικασία ψηφιοποίησης της συλλογής του. Διαθέτει διαδικτυακά πάνω από 700.000 εικόνες υψηλής ευκρίνειας. Η πρόσβαση στο υλικό αυτό παρέχεται δωρεάν στους ψηφιακούς επισκέπτες του μουσείου. Ακόμα διαθέτει μια εφαρμογή για κινητά όπου οι χρήστες έχουν πρόσβαση σε πολυμεσικές εφαρμογές περιηγήσεων, online συλλογές και άλλες επιλογές.

26/03/2020

Το μουσείο δημοσίευσε έναν οδηγό ο οποίος πρότεινε στους επισκέπτες τρόπους για να επισκεφθούν το μουσείο από το σπίτι

- Είσοδος στην “Gallery of Honor” κατά την διάρκεια της καραντίνας.
- Επιμελητές από το σπίτι.
Οι επιμελητές του μουσείου δημοσιεύουν βίντεο-αφηγήσεις ιστοριών σχετικά με τα αγαπημένα έργα τους στα προφίλ που διαθέτει το ίδιο το μουσείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Το μουσείο υπενθυμίζει στους επισκέπτες το ψηφιακό υλικό των συλλογών του που διατίθεται στην ιστοσελίδα του.
- Μέσω του “Rijks App” οι επισκέπτες θα μπορούν να δημιουργήσουν την δική τους ξενάγηση
- Το μουσείο καλεί τους επισκέπτες της σελίδας του να παρακολουθήσει την εξέλιξη ψηφιοποίησης του έργου “The Nightwatch”.
- Το μουσείο υπενθυμίζει στο κοινό του την δράση “RijksCreative”.
- Το Rijksmuseum υπενθυμίζει την ύπαρξη του καναλιού του στο (YouTube)
- Το πρόγραμμα “10 Things” είναι μια δράση που προτείνεται ξανά στους επισκέπτες με σκοπό να γνωρίσουν καλύτερα κάποια έργα τέχνης που διαθέτει το μουσείο.

- Το μουσείο παροτρύνει τους επισκέπτες του να ενημερώνονται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του μουσείου.

12/05/2020

στον

Το μουσείο δημοσιεύει την μεγαλύτερη και πιο λεπτομερή εικόνα του πίνακα “The Nightwatch” και δίνει την ευκαιρία επισκέπτη να μεγεθύνει και να διακρίνει τις πινελιές χρώματος στον πίνακα.

Η ονлайн συλλογή του μουσείου προσφέρει 78000 έργα τέχνης. Οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν σε αυτή και να ρίξουν λεπτομερείς ματιές στα έργα των συλλογών του μουσείου. Επίσης, ραδιοφωνικές διαδικτυακές μεταδόσεις που εισάγουν τους ακροατές στην τέχνη και στους καλλιτέχνες μέσα από θεματικές ενότητες και αναλυτικοί οδηγοί για τις περιηγήσεις στις εκθέσεις διατίθενται ονлайн. Το “Tate Kids” είναι το εκπαιδευτικό κομμάτι του μουσείου το οποίο αποτελεί μια από τις σημαντικότερες δράσεις του με μεγάλο εύρος στο έργο που έχει προσφέρει μέσα στον χρόνο.

20/03/2020 Δημοσιεύθηκε ανακοίνωση πως διατίθεται στην σελίδα του μουσείου μια αποκλειστική έκθεση από τον Faustin Linyekula. Επίσης έναν βιβλιαράκι που περιλαμβάνει πρόσφατες συνεντεύξεις που έχουν πραγματοποιηθεί με καλλιτέχνες. Τα παιδιά έχουν πρόσβαση σε δραστηριότητες και παιχνίδια μέσω του “Tate Kids”

27/03/2020 Το μουσείο ανακοινώνει πως ενθαρρύνει την δημιουργικότητα στο σπίτι και δημοσιεύει μια σειρά από προτάσεις:

- Συγκεντρώνει ένα σύνολο δράσεων το οποίο αφορά την απασχόληση των παιδιών και το αναδημοσιεύει συγκεντρωτικά για ευκολία των επισκεπτών
- Επισημαίνει την ύπαρξη εκπαιδευτικών πηγών
- Αναφέρεται πως στο κανάλι του μουσείου στο YouTube υπάρχουν βίντεο που δείχνουν τρόπους να μιμείται κανείς καλλιτεχνικά διάφορους καλλιτέχνες
- Υπενθυμίζει παλαιότερες συνεντεύξεις καλλιτεχνών οι οποίες διατίθενται στο (YouTube).

02/04/2020

Το μουσείο ανακοινώνει δωρεάν ονλαιν περιήγηση στην έκθεση του Andy Warhol στο μουσείο από τις 6 Απριλίου, καθώς και στην έκθεση της Aubrey Beardsley από τις 13 Απριλίου.. Στην ιστοσελίδα του θα δημοσιευθούν δύο ταινίες που θα αφορούν αυτές τις δύο περιηγήσεις στις εκθέσεις.

- Αναφορικά με την έκθεση του Andy Warhol εκτός από την ταινία δημοσιεύθηκε στην σελίδα του μουσείου υλικό που αφορά τις σχέσεις με την μητέρα του, την ιστορία πίσω από κάποια έργα του και μια ιστορία με αυτόν και έναν φίλο του. Επισημαίνεται ακόμα η ύπαρξη μιας διαδικτυακής ραδιοφωνικής εκπομπής και κάποιων βίντεο στο (YouTube)
- Σχετικά με τον δεύτερο καλλιτέχνη Aubrey Beardsley θα ακολουθήσει δημοσίευση ενός οδηγού της έκθεσης και μίας ταινίας στην ιστοσελίδα του μουσείο.
- Το μουσείο αναφέρει πως σύντομα πρόκειται να δημοσιευθούν βίντεο στο YouTube σχετικά με την μίμηση των τεχνικών των καλλιτεχνών.

26/05/2020

Ανακοινώθηκε πως στις 29 Μαΐου θα γίνει διαδικτυακά το “UNIQLO Tate Lates Night In”, μια δράση του μουσείο που πραγματοποιούταν στον φυσικό χώρο του μουσείου το οποίο συγκέντρωνε πλήθος καλλιτεχνών.

19/06/2020

Ανακοινώθηκε πως το “ UNIQLO Tate Lates Night In” στις 3 Ιουλίου θα εστιάσει σε θέματα LGBTQ με αφορμή το Pride.

Εθνική Πινακοθήκη

<https://www.nationalgallery.gr/el/nea-anakoinoseis/anakoinoseis-deltia-tupou/1647-2020.html>

<https://www.nationalgallery.gr/el/psiphiakes-parousiaseis/museum/i-epitymvia-stili-tou-dimokleidi-kai-to-psariano-moiroloi-tou-nikiforou-lytra.html>

<https://www.nationalgallery.gr/el/psiphiakes-parousiaseis/museum/o-thanatos-sto-ergo-tou-greko.html>

Η Εθνική Πινακοθήκη κατά την διάρκεια της καραντίνας συνέχισε να δημοσιεύσει-όπως ήδη έπραττε- στα προφίλ που διαθέτει το μουσείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εικόνες από τα έργα της συλλογής του μουσείου. Σε καθημερινή βάση δημοσιευόταν ένα έργο που συνοδευόταν από κείμενο σχετικά με πληροφορίες που αφορούσαν το εκάστοτε έργο.

- | | |
|------------|--|
| 08/04/2020 | Χαιρετισμός στον πολύπαθο λαό της Ιταλίας και ιδιαίτερα στους πολίτες του Μιλάνου, που φιλοξενεί τους αριστουργηματικούς πίνακες του “Giovanni Bellini, Pieta” και του “Andrea Mantegna, Cristo Morto” στην Πινακοθήκη της Μπρέρα. |
| 21/04/2020 | Ψηφιακή παρουσίαση με θέμα «Ο θάνατος και τα πάθη του Χριστού στο έργο του Ελ Γκρέκο». |
| 30/04/2020 | Η Εθνική Πινακοθήκη θα παρουσιάσει μια ψηφιακή δράση με τίτλο “Solitaire/ Solidaire”. Η δράση αυτή αφορά την δημοσίευση δυο ή τριών έργων από όλα τα τμήματα των συλλογών στο (facebook) και (instagram), τα οποία θα επιλέγονται και θα σχολιάζονται από τις επιμελήτριες της Εθνικής Πινακοθήκης. Η περίοδος των δημοσιεύσεων ήταν από 1 έως 18 Μαΐου. |
| 18/05/2020 | Δημοσίευση στο (facebook) άρθρο σχετικά με την επερχόμενη ψηφιακή παρουσίαση με θέμα «Η επιτύμβια στήλη του Δημοκλείδη και το ‘Ψαριανό Μοιρολόι’ του Νικηφόρου Λύτρα». |

Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

<https://www.emst.gr/educational-programmes/emst-sto-spiti>

<https://www.emst.gr/events/event-no-man-is-an-island-entire-of-itself>

<https://smartify.org/tours/emst-collection-by-the-museum-staff>

Το ΕΜΣΤ διαθέτει στην εκπαιδευτική του συλλογή μια σειρά από έντυπα μορφωτικού χαρακτήρα. Αυτά είτε διατίθενται ηλεκτρονικά απευθείας στα παιδιά, είτε προσφέρονται –ηλεκτρονικά– στους εκπαιδευτικούς ως συμπληρωματική διδασκαλία. Το μουσείο δημοσιεύει τόσο στην ιστοσελίδα του όσο και στα προφίλ που διαθέτει στα κοινωνικά δίκτυα. Πιο συγκεκριμένα, στο (facebook) όπου το προφίλ του μουσείου διαθέτει πάνω από 48.000 ακόλουθους, δημοσιεύονται κυρίως οι δράσεις του μουσείου. Κατά το διάστημα της κοινωνικής απομόνωσης όπου τα μουσεία παρέμειναν κλειστά, το ΕΜΣΤ κινήθηκε σε τρεις άξονες διαδικτυακών δραστηριοτήτων συνδυαστικά με μια ονлайн παράσταση που προσέφερε στους επισκέπτες του κατά το διάστημα μεταξύ Μαρτίου και Μαΐου, μιας και στις αρχές Ιουνίου το ΕΜΣΤ άνοιξε ξανά τις πόρτες του στο κοινό.

ΜΑΡΤΙΟΣ – ΜΑΙΟΣ

Εκπαιδευτικό πλαίσιο

Οι δράσεις του μουσείου που αφορούσαν εκπαιδευτικά προγράμματα ήταν οι εξής:

- Μέσα από τις σελίδες του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram) δινόταν το όνομα ενός καλλιτέχνη, ο τίτλος ενός έργου του και το αντίστοιχο εκπαιδευτικό έντυπο. Παρότρυνε τα παιδιά να στείλουν δικά τους σχετικά έργα σε email του μουσείου με σκοπό να αναρτηθούν από το ΕΜΣΤ στα προφίλ που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Το ΕΜΣΤ αποφασίζει να προβεί στην παρουσίαση του προγράμματος “Face forward...into my home” εκ νέου αλλά αυτή την φορά ψηφιακά.

Επιπροσθέτως προτάθηκε στους θεατές αυτών των βίντεο να στείλουν τις δικές τους ιστορίες τις οποίες έχουν ανακαλέσει από την μνήμη τους .

Ανάδειξη έργων του μουσείου

- Το ΕΜΣΤ κατά την διάρκεια της καραντίνας δημοσίευσε στο προφίλ του στο (facebook) βίντεο όπου οι εργαζόμενοι του μουσείου επέλεξαν και περιέγραψαν με δική τους προσέγγιση αγαπημένα τους έργα. Αυτά τα βίντεο δημοσιεύθηκαν στην πλατφόρμα Smartify με τίτλο «Η συλλογή του ΕΜΣΤ από το προσωπικό του μουσείου».
- Δημοσιεύθηκαν στα προφίλ του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φωτογραφίες από το καλλιτεχνικό αρχείο του ΕΜΣΤ. Ένα παράδειγμα αποτελεί η δημοσίευση στο (facebook) στις 22/04 μιας εικόνας στη Νέας Υόρκη, περίπου στο 1970, στο εργαστήριο του Στήβεν Αντωνάκου.

Live Streaming Performance

Στα πλαίσια της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων το ΕΜΣΤ αποφάσισε να προσφέρει διαδικτυακά την παράσταση “ No man is an island entire of itself”. Στα τέλη του Ιουνίου η παράσταση επρόκειτο να παρουσιαστεί ξανά σε φυσικό χώρο.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS (ICOM)

<https://icom.museum/en/covid-19/>

Το ICOM ορίζεται ως ένας οργανισμός ο οποίος αποβλέπει στην προστασία των μουσείων. Αυτό σημαίνει πως προσπαθεί με κάθε μέσο και τρόπο να στηρίζει το πεδίο του πολιτισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι, πράττει οτιδήποτε θεωρεί πως είναι απαραίτητο ώστε να δημιουργήσει έναν μανδύα προστασία γύρω από τα πολιτισμικά ιδρύματα και τους οργανισμούς. Οι οδηγοί που δημοσίευσε δίνονται σε τίτλους στην συνέχεια.

ΥΠΕΡΑΣΠΙΣΗ

- Η σημασία βοηθητικών επιχορηγήσεων
- Λάβετε δράση: Υπερασπίζεται τα μουσεία

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- Διατήρηση των συλλογών των μουσείων
- Εξασφάλιση της προστασίας της πολιτισμικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια της καραντίνας: Μια πρόκληση για τα μουσεία και την αστυνομία
- Πώς να κερδίσετε το κοινό σας
- Μουσείο και Κορονοϊός: 8 βήματα για να κρατήσετε ενωμένα τα μουσεία μεταξύ τους
- Μουσεία και επαναλειτουργία τους: Εξασφαλίστε την ασφάλεια των επισκεπτών και του προσωπικού

WEBINARS

- ICOM/OECD Webinar: Επιρροή, καινοτομίες και σχέδια για την επαναλειτουργία των μουσείων
- ICOM Webinar: Προετοιμασία για την επαναλειτουργία των μουσείων
- ICOM Webinar: Τοπικές κοινωνίες, Ενίσχυση μουσείων

ΜΕΡΟΣ Β: Στατιστικές πληροφορίες

MUSEE DU LOUVRE

25/03/2020	Αύξηση επισκεπτών από 40.000 σε 400.000 την ημέρα από τις 19 Μαρτίου μέχρι την ημέρα της δημοσίευσης.
08/04/2020	Το μουσείο ενημερώνει πως τα προφίλ του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν δεχτεί σε σύνολο 138.000 ακόλουθους.
16/04/2020	Ένα βίντεο από τα χαμένα ελληνικά πρότυπα των καρνατίδων στο (facebook) και (instagram) μέσα σε 5 μέρες απέκτησε 1,1 εκατομμύριο προβολές.
22/04/2020	Από τις 12 Μαρτίου μέχρι και τις 21/04 η ιστοσελίδα του μουσείου του Λούβρου δέχτηκε 8,4 εκατομμύρια επισκέψεις εκ των οποίων 7 εκατομμύρια ήταν χρήστες που δεν είχαν επισκεφθεί ξανά την ιστοσελίδα. Η περιήγηση εικονικής πραγματικότητας του έργου Μόνα Λίζα εγκαταστάθηκε από πάνω από 6000 συσκευές. Κατά την διάρκεια της καραντίνας το μουσείο απέκτησε 224.000 καινούργιους ακόλουθους στα προφίλ που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το πιο προβεβλημένο βίντεο ήταν αυτό από τον χώρο των καρνατίδων με σχεδόν 1,4 εκατομμύρια προβολές συνολικά και πολλές διαδικτυακές αντιδράσεις.

03/04/2020

Ο αριθμός των επισκεπτών της ιστοσελίδας του αυξήθηκε κατά 258% σύμφωνα με την “Telefonica”. Σε σύγκριση με τον Φεβρουάριο, τον Απρίλιο παρατηρήθηκε αύξηση στα προφίλ του μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά 125%. Η Ισπανία και η Ιταλία με αύξηση 481% αλλά και η Ρωσία, το Μεξικό και η Αργεντινή είναι οι χώρες οι οποίες τον Μάρτιο επισκέφθηκαν περισσότερο την ιστοσελίδα του μουσείου. Οι ιστορίες που δημοσίευσε το μουσείο στο (instagram) είχαν 1581500 προβολές. Αυτό σημαίνει πως αυξήθηκαν κατά 3710% σε σχέση με τον Φεβρουάριο. Από τις 12 Μαρτίου, ημερομηνία όπου έκλεισε το μουσείο η δράση “#PradoWithYou” απέκτησε 1969852 χρήστες. Οι αντιδράσεις που δέχτηκε το μουσείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυξήθηκαν κατά 190% σε σχέση με τους προηγούμενους μήνες. Τα πιο δημοφιλή βίντεο που δημοσιεύθηκαν το “Rubens, Verones and Pousdin” και “ Garden of Selights” με 48.100 και 41.300 προβολές αντίστοιχα στο (facebook) και (Instagram). Τα πιο δημοφιλή πεδία στην ιστοσελίδα του μουσείου υπήρξαν όσα είχαν σχέση με εκθέσεις και παιδαγωγικές πηγές για παιδιά. Το μουσείο είχε 1.019.311, 678.318 και 1.252.586 ακόλουθους στο (facebook), (instagram), (twitter) αντίστοιχα. Οι πιο ενεργές χώρες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν η Ισπανία, το Μεξικό και η Αργεντινή.

23/04/2020

Σελίδες ψηφιακής περιήγησης αύξησαν την επισκεψιμότητα τους κατά 506% σε σχέση με την περίοδο πριν την καραντίνα (1-18 Μαρτίου). Σε σχέση με το ίδιο διάστημα την περασμένη χρονιά η αύξηση είναι 1985%. Η επισκεψιμότητα στις περιηγήσεις μέσω GOOGLE αυξήθηκε κατά 642% κατά την περίοδο όπου η κυβέρνηση πρόσταζε τον κόσμο να μείνει στο σπίτι. Σημειώνεται ακόμα αύξηση κατά 3046% σε σχέση με το ίδιο διάστημα την προηγούμενη χρονιά.

Οι σελίδες οι οποίες διαθέτουν εικόνες από την συλλογή του μουσείου (όπου μπορεί κανείς να εστιάσει στην εικόνα) απέκτησε 58% περισσότερους θεατές σε σχέση με την περίοδο προ καραντίνας και 10 % σε σχέση με την ίδια περίοδο την προηγούμενη χρονιά. Περισσότερο αυξήθηκε η επισκεψιμότητα στην δράση “behind-the-scenes” και του προτζεκτ “picture of the month” όπου σχολιαζόταν κάποιο έργο κάθε μήνα.

TATE MODERN

27/03/2020

Το μουσείο ανακοινώνει πως το μέρος της ιστοσελίδας του μουσείου το οποίο αφορά τα παιδιά είχε αύξηση 137% την εβδομάδα όπου έγινε η ανακοίνωση. Επίσης αναφέρει πως δημοσιεύθηκαν συνολικά 1500 έργα παιδιών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ / ΙΣΤΟΓΡΑΦΙΑ

Drotner, K. and Kim Christian Schrøder (2013), *Museum Communication and Social Media: the Connected Museum*. London: Routledge.

Drotner, K., et al. (2018). *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. New York: Routledge.

Hjarvard, S. (2013), *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and their visitors*, London: Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (1995). *Museum, Media, Message*. London: Routledge.

Knell, S. (2019). “Introduction: The museum in the global contemporary”, in *The Contemporary Museum: Shaping Museums for the Global Now*, ed. Simon Knell London: Routledge.

Κώστας Αρβανίτης(2014) *«Τα μουσεία και η μουσειολογία στην σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις, νέες σχέσεις (Μέρος ΙΑ)»* . Αρχαιολογία online, 8 Δεκέμβρη 2014,<https://www.archaiologia.gr/blog/2014/12/08/%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B7-%CF%83%CF%8D%CE%B3-12/> (Προσπέλαση Σεπτέμβρης 2020)

Έφη Μαρίνου, Ματούλα Κουσμένη(2020) *«Το βαθύ αποτύπωμα της πανδημίας στον πολιτισμό»*. Ανεξάρτητη Συνεταιρική Εφημερίδα, 8 Νοέμβρη 2020,https://www.efsyn.gr/themata/thema-tis-efsyn/267613_bathy-apotypoma-tis-pandimias-ston-politismo (Προσπέλαση Σεπτέμβρης 2020)

Μαρίνα Λαμπράκη – Πλάκα(2020) *«Ο θρήνος για τον χαμένο Ναυτικό»*. Ψηφιακές Παρουσιάσεις της Εθνικής Πινακοθήκης της Ελλάδος,

<https://www.nationalgallery.gr/el/psiphiakesparousiaseis/museum/i-epitymvia-stili-tou-dimokleidi-kai-to-psariano-moiroi-to-nikiforou-lytra.html>(Προσπέλαση Δεκέμβρης 2020)

Μαρίνα Λαμπράκη – Πλάκα(2020) «*Ο θάνατος και τα πάθη του Ιησού στο έργο του Ελ Γκρέκο*». Ψηφιακές Παρουσιάσεις της Εθνικής Πινακοθήκης της Ελλάδος, <https://www.nationalgallery.gr/el/psiphiakes-parousiaseis/museum/o-thanatos-sto-ergo-tou-greko.html> (Προσπέλαση Δεκέμβρης 2020)

Μαρίνα Λαμπράκη – Πλάκα(2020) «*Χαιρετισμός στον πολύπαθο λαό της Ιταλίας*». Εθνική Πινακοθήκη Ελλάδος, 8 Απριλίου 2020, <https://www.nationalgallery.gr/el/nea-anakoinoseis/anakoinoseis-deltia-typou/1645-xairetismos-ston-polypatho-lao-tis-italias-apo-ti-diefthyntria-tis-ethnikis-pinakothikis-ka-marina-lampraki-plaka.html> (Προσπέλαση Δεκέμβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “*Statement on the necessity for relief funds*”2020. <https://icom.museum/en/covid-19/advocacy/statement-on-the-necessity-for-relief-funds/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “*Take action: Advocate for museums*” 2020. <https://icom.museum/en/covid-19/advocacy/advocate-for-museums/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “*Conservation of museums collection*”, 2020. <https://icom.museum/en/covid-19/resources/conservation-of-museum-collections/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “*Ensuring cultural heritage security during lockdown: a challenge for museums professionals and police services*”, 2020. <https://icom.museum/en/covid-19/resources/ensuring-cultural-heritage-security-during-lockdown-a-challenge-for-museum-professionals-and-police-services/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “How to reach your public remotely”, 2020.

<https://icom.museum/en/covid-19/resources/how-to-reach-your-public-remotely/>

(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “Museums and COVID-19: 8 steps to support community resilience”, 2020.

<https://icom.museum/en/covid-19/resources/museums-and-covid-19-8-steps-to-support-community-resilience/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “museums and end of lockdown: Ensuring the safety of the public and staff”, 2020. <https://icom.museum/en/covid-19/resources/museums-and-end-of-lockdown-ensuring-the-safety-of-the-public-and-staff-2/>

(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “ICOM | OECD Webinar: impact, innovations, and planning for post-crisis”, 2020.

<https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-oecd-webinar/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “ICOM Webinar | Preparing for the reopening of museums”, 2020.

<https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-webinar-preparing-for-the-reopening-of-museums-the-aftermath-of-a-pandemic/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “ICOM Webinar | Local communities strengthening museums”, 2020.

<https://icom.museum/en/covid-19/webinars/icom-webinar-local-communities-strengthening-museums/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ICOM – Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, “Museum Definition”, 2007.

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>

(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

MUSEO DEL PRADO “The Museo Nacional del Prado will increase its online activities during this closing period”, 11 Μαρτίου 2020,

<https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/the-museo-nacional-del-prado-will->

[increase-its/6e83c242-b124-a506-80d4-b2bd11c01da5](https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/almost-2-million-people-visit-the-prado-during/8a4e5d5a-4006-6108-9c92-c2d9b4415101) (Προσπέλαση Σεπτεμβρίου 2020)

MUSEO DEL PRADO “*Almost 2 billion people visit the Prado during the confinement*”, 3 Απριλίου 2020, <https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/almost-2-million-people-visit-the-prado-during/8a4e5d5a-4006-6108-9c92-c2d9b4415101> (Προσπέλαση Σεπτεμβρίου 2020)

MUSEO DEL PRADO “*The Prado museum without borders*”, 8 Απριλίου 2020, <https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/the-prado-museum-without-borders/6dc70962-e0ac-6556-ce12-0bb2da3ffa1f> (Προσπέλαση Σεπτεμβρίου 2020)

MUSEO DEL PRADO “*The Museo del Prado is reopening with a spectacular new installation of its permanent collection*”, 4 Ιουνίου 2020, <https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/the-museo-del-prado-is-reopening-with-a/96ea8bf3-23af-fb73-6b22-0f8f19fa51a7> (Προσπέλαση Σεπτεμβρίου 2020)

MUSEO DEL PRADO “*Five years after completing its extension the Prado receives more than 3 million visitors and achieves 60% self-funding*”, 29 Δεκεμβρίου 2020, <https://www.museodelprado.es/en/whats-on/new/five-years-after-completing-its-extension-the/377ebfab-07de-4289-bf2e-112dada6ebe1> (Προσπέλαση Νοέμβριος 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*National Gallery, London - coronavirus update*”, 17 Μαρτίου 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/national-gallery-coronavirus-update> (Προσπέλαση Οκτώβριος 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*Tell the Easter story through National Gallery paintings*”, 6 Απριλίου 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/tell-the-easter-story-through-national-gallery-paintings> (Προσπέλαση Οκτώβριος 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*Visitors asked to picture ‘staying in’ as National Gallery’s new digital programme brings art to the home during closure*”, 23 Απριλίου, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/visitors->

[asked-to-picture-staying-in-as-national-gallery-s-new-digital-programme-brings-art-to-the-home-during-closure](#) (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*The National Gallery invites its online visitors to celebrate doctors, healers and carers through its paintings*”, Απρίλιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/the-national-gallery-invites-its-online-visitors-to-celebrate-doctors-healers-and-carers-through-its-paintings> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*The Nation’s Gallery is now on the nation’s streets - thanks to the generous support of Ocean Outdoor*”, Μάιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/the-nation-s-gallery-is-now-on-the-nation-s-streets-thanks-to-the-generous-support-of-ocean-outdoor> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*The National Gallery acquires three significant 18th-century pictures*”, Μάιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/the-national-gallery-acquires-three-significant-18th-century-pictures> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*Titian: Love, Desire, Death extended at the National Gallery*”, Μάιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/titian-love-desire-death-extended-at-the-national-gallery> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*New art installation reveals the sounds of colour in paintings as National Gallery X commissions virtual responses to coronavirus*”, Ιούνιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/new-art-installation-reveals-the-sounds-of-colour-in-paintings-as-national-gallery-x-commissions-virtual-responses-to-coronavirus> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*Sunflowers out of quarantine*”, Ιούνιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/sunflowers-out-of-quarantine>(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*The Nation’s Gallery, open and ready when you are*”, Ιούνιος 2020, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/press-releases/the-nation-s-gallery-open-and-ready-when-you-are>
(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

RIJKSMUSEUM “*Rijksmuseum launches 10 ways to visit Rijksmuseum without leaving home*”, 26 Μαρτίου 2020, <https://www.rijksmuseum.nl/en/press/press-releases/rijksmuseum-launches-10-ways-to-visit-rijksmuseum-without-leaving-home>
(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

THE NATIONAL GALLERY “*The National Gallery and Art Fund*”, <https://www.nationalgallery.org.uk/about-us/the-national-gallery-and-art-fund>
(Προσπέλαση Νοέμβρης 2020)

ΕΜΣΤ «*ΕΜΣΤ στο σπίτι*», Μάρτιος–Μάιος 2020, <https://www.emst.gr/educational-programmes/emst-sto-spiti> (προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

ΕΜΣΤ “*No man is an island entire of itself*”, <https://www.emst.gr/events/event-no-man-is-an-island-entire-of-itself> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Our galleries will be closing*”, 17 Μαρτίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/our-galleries-will-be-closing>
(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*New online performance by Faustin Linyekula released on Tate’s channels*”, 20 Μαρτίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/new-online-performance-faustin-linyekula-released-on-tates-channels> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate Encourages Creativity at Home with Activities, Quizzes, Films and more*”, 27 Μαρτίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-encourages-creativity-home-activities-quizzes-films-and-more>
(Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate Launches New Video Tours of Major Exhibitions*”, 2 Απριλίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-launches-new-video-tours-major-exhibitions> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate Pays Tribute to Key Workers with Message of Thanks*”, 15 Μαΐου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-pays-tribute-key-workers-message-thanks> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate Enterprises Appoints Tom Avery as Publishing Director*”, 21 Μαΐου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-enterprises-appoints-tom-avery-publishing-director> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate announces Uniqlo Tate Lates Night In*”, 26 Μαΐου, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-announces-uniqlo-tate-lates-night> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN << *Tate Celebrates Pride with Uniqlo Tate Lates Night In* >>, 19 Ιουνίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-celebrates-pride-uniqlo-tate-lates-night> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

TATE MODERN “*Tate joins worldwide screening of Love is the Message, The Message is Death by Arthur Jafa*”, 24 Ιουνίου 2020, <https://www.tate.org.uk/press/press-releases/tate-joins-worldwide-screening-love-message-message-death-arthur-jafa> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

MoMA “*LIVE Q&A with MoMA Curator Anne Umland (April 24)*”, 24 Απριλίου 2018, https://www.youtube.com/watch?v=NjyWl-Bz6Q8&t=418s&ab_channel=TheMuseumofModernArt (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Lisa Mazzola (2020) “*Learning Curve: Art Resources for Teaching and Learning from Home*” MoMA, 19 Μαρτίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/255> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Cari Frisch, Elizabeth Margulies, Sara Bodinson(2020) “*Art-Making Activities Families Can Do at Home*”, MoMA, 20 Μαρτίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/254> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Roxana Marcoci (2020) “*Louise Lawler’s Tracings for You*”, MoMA, 25 Μαρτίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/257> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Elizabeth Margulies (2020) “*Favorite Children’s Books about Art*”, MoMA, 26 Μαρτίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/262> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Alex Halberstadt (2020) “*Art Making in the Age of Putin*”, MoMA, 31 Μαρτίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/270> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Brittany Shaw, Ron Magliozzi (2020) “*Virtual Views: Home Movies*”, MoMA, 9 Απριλίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/276> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Sean Yetter (2020) “*Home Movies*”, MoMA, 9 Απριλίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/273> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Anna Blaha (2020) “*News in three lines*”, MoMA, 15 Απριλίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/279> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Amber Hunnicutt, Cari Frisch, Elizabeth Margulies (2020) “*What to Watch at Home: Streaming Family Movies to Spark Creativity*”, MoMA, 21 Απριλίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/285> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Sarah Meister (2020) “*Dorothea Lange’s Pictures of Children*”, MoMA, 24 Απριλίου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/294> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Francesca Rosenberg (2020) “*For caregivers : A guide for connective creatively*”, MoMA, 20 Μαΐου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/323> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Alethea Rockwell, Adelia Gregory, Larissa Raphael, Kelly Cannon (2020)

“Creativityathome”, MoMA, 27 Μαΐου 2020, <https://www.moma.org/magazine/articles/324> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “What activities does the Louvre offer that can be enjoyed from home?”, 18 Μαρτίου 2020, <https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “What activities does the Louvre offer that can be enjoyed from home? (week 2)”, 25 Μαρτίου 2020, <https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home-week-2/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “Louvre at home (week 3)”, 1 Απριλίου 2020, <https://presse.louvre.fr/what-activities-does-the-louvre-offer-that-can-be-enjoyed-from-home-week-3/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “Louvre at home (week 4)”, 8 Απριλίου 2020, <https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-4/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “Louvre at home (week 5)”, 16 Απριλίου 2020, <https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-5/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Louvre Museum “Louvre at home (week 6)”, 22 Απριλίου 2020, <https://presse.louvre.fr/louvre-at-home-week-6/> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2020)

Dale Fuchs (2020) “SPOTLIGHT: The art of financing the Prado”, The New York Times, 24 Δεκέμβρη 2004, <https://www.nytimes.com/2004/12/24/business/worldbusiness/spotlight-the-art-of-financing-the-prado.html> (Προσπέλαση Οκτώβρης 2004)

Alexander Martin (2020) “Coronavirus: People spending record amount of time online during lockdown”, SkyNews, 24 Ιουνίου 2020, <https://news.sky.com/story/coronavirus-people-spending-record-amount-of-time-online-during-lockdown-12013350> (Προσπέλαση Δεκέμβρης 2020)

