



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Οι πολυμεσικές εφαρμογές στους εκθεσιακούς
χώρους μέσα από τα αρχαιολογικά μουσεία της
Ηλείας**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ/ΤΩΝ

Αντωνόπουλος Νικόλαος

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Ζαφειράκης Παναγιώτης

ΠΥΡΓΟΣ - 2018



TECHNOLOGICAL EDUCATIONAL INSTITUTE OF WESTERN GREECE

FACULTY OF MANAGEMENT AND ECONOMY

DEPARTMENT OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND COMMUNICATION IN CULTURAL AND HOSPITALITY
UNITS

BACHELOR'S THESIS

**The multimedia applications in the exhibitions
through the archaeological museums of Ilia**

STUDENT NAME/S

Antonopoulos Nikos

SUPERVISING PROFESSOR

Zafeirakis Panagiotis

PYRGOS - 2018

Πρόλογος

Η επιλογή του συγκεκριμένου θέματος για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας έγινε με σκοπό να φωτιστεί το θέμα της ένταξης των πολυμεσικών εφαρμογών στα ελληνικά μουσεία και πιο συγκεκριμένα στα αρχαιολογικά. Στα αρχαιολογικά μουσεία της χώρας παρατηρείται απουσία στην συντριπτική τους πλειοψηφία των μέσων αυτών . Η πτυχιακή μας εργασία λοιπόν στοχεύει στο να ρίξει φως στην παρούσα κατάσταση, να την αξιολογήσει με βάση τα κριτήρια των επισκεπτών και τέλος να υποβάλει προτάσεις και συμβουλές για την χρήσης τους.

Περίληψη

Η πτυχιακή εργασία περιστρέφεται γύρω από την χρήση των πολυμέσων στα μουσεία. Πριν όμως εξετάσουμε αυτή την σχέση θα πρέπει να δούμε καλύτερα την σχέση του μουσείου με το κοινό του δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ελληνική πραγματικότητα. Έπειτα αφού εξετάσουμε τον ορισμό και τα συστατικά των πολυμέσων θα δούμε πρακτικές στα μουσεία αλλά και έρευνες κοινού που έχουν γίνει. Θα μελετήσουμε τις ειδικές περιπτώσεις των αρχαιολογικών μουσείων της Ηλείας και την σχέση του με τις πολυμεσικές εφαρμογές. Τέλος η έρευνα κοινού που θα κάνουμε θα μας οδηγήσει στα τελική αξιολόγηση της σχέσης των πολυμέσων με τα μουσεία , την γνώμη του κοινού για την χρήση τους ώστε ασφαλέστερα να μπορέσουμε να αξιολογήσουμε την κατάσταση και τέλος να παραθέσουμε προτάσεις και συμβουλές.

Λέξεις Κλειδιά

Πολυμέσα

Μουσεία

Κοινό

Έρευνα κοινού

Αρχαιολογικά μουσεία

Abstract

The bachelor's thesis is on the use of multimedia in museums. Before looking at this relationship, however, we should look better at the relationship between the museum and its audience, with a particular emphasis on Greek reality. Then, after looking at the definition and the components of multimedia, we will see museum practices as well as public surveys that have been done. We will study the special cases of the archaeological museums of Ilia and its relation to multimedia applications. Finally, the visitor survey that we will do, will lead us to the final evaluation of the relationship between multimedia and museums, the public's opinion on how to use them so that we can safely assess the situation, and finally give suggestions and advices.

Keywords

Multimedia

Museums

Public

Visitor survey

Archeological museums

Ευχαριστίες

Ειδικές ευχαριστίες στον εποπτεύον καθηγητή μου κ. Ζαφειράκη για τις πολύτιμες συμβουλές του και την αξιόλογη βιβλιογραφία που με βοήθησε. Επίσης του φίλους μου που με βοήθησαν να μοιραστεί η έρευνα κοινού σε όσον το δυνατό περισσότερα χέρια. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την συνάδελφο μου ,Αγγελική Τζανετέα καθώς αν δεν ήταν αυτή θα είχα φύγει από τον πρώτο κιόλας χρόνο από το τμήμα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	2
Περίληψη	3
Λέξεις Κλείδια	3
Abstract	4
Keywords	4
Ευχαριστίες	5
1. Μουσείο και κοινό: ευκαιρίες , προκλήσεις και στρατηγικές της εποχής.	7
1.1. Το κοινό και τα ελληνικά μουσεία.....	10
1.2. Μουσειολογικές πρακτικές ανά τον κόσμο.....	15
2. Πολυμεσικές εφαρμογές στα μουσεία.....	26
2.1. Τα πολυμέσα.....	26
2.2. Τα πολυμέσα στα Μουσεία.....	33
2.3. Η έρευνα για την χρήση των πολυμέσων στα μουσεία	46
3. Τα αρχαιολογικά μουσεία της Ηλείας	53
3.1. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας.....	54
3.2. Το Αρχαιολογικό Μουσείο του Πύργου.	56
3.3. Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ήλιδας	58
3.4. Το Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας	59
4. Έρευνα κοινού	63
4.1. Μεθοδολογία Έρευνας	64
4.2. Το ερωτηματολόγιο του Αρχαιολογικού Μουσείου του Πύργου	64
4.3. Το γενικό ερωτηματολόγιο	68
4.4. Επεξεργασία δεδομένων έρευνας.....	72
4.5. Τα αποτελέσματα του γενικού ερωτηματολογίου που απευθύνεται στο κοινό που επισκέφθηκε το Αρχαιολογικό Μουσείου του Πύργου.	72
4.6. Τα αποτελέσματα από το ερωτηματολόγιο του γενικού κοινού	75
5. Συμπέρασμα	86
Βιβλιογραφία	94

1. Μουσείο και κοινό: ευκαιρίες , προκλήσεις και στρατηγικές της εποχής.

Τα τελευταία 25 χρόνια μετά την πτώση της Σοβιετικής Ένωσης και την επικράτηση φιλελεύθερων κυβερνήσεων σ' όλες τις ανεπτυγμένες χώρες του πλανήτη , εκτός φυσικά από τις επεμβάσεις των ΗΠΑ στο Ιράκ και τις αρκετές εμφύλιες συρράξεις σε Αφρική και Μέση Ανατολή υπάρχει ένα αίσθημα ειρήνης στον κόσμο. Μέσα στα χρόνια αυτά ο κόσμος γνώρισε πληθώρα αλλαγών. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, η τηλεόραση το διαδίκτυο αποτελούν μόνο ένα μικρό μέρος της μετάλλαξης που γνώρισε αυτός ο ραγδαία εξελισσόμενος κόσμος.

Σε τεχνολογικό επίπεδο όμως οι επιδόσεις του ανθρώπου είναι ακόμη πιο εντυπωσιακές. Οι περισσότερες κινήσεις αποδίδονται στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου που αφορά κατά κύριο λόγο τις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες. Στον κοινωνικό τομέα διακρίνεται μια συνεχόμενη αύξηση της πρόσβασης των πολιτών στην εκπαίδευση, πράγμα που έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ραγδαία εξέλιξη που μιλήσαμε παραπάνω. Επιπρόσθετα θα πρέπει να αναφερθεί η εξάπλωση και η αναβάθμιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων αλλά και οι προοδευτικές φωνές που μιλούν για την διαφορετικότητα των ανθρώπων , την ελευθερία στην επιλογή του τρόπου ζωής και την ειρηνική διαβίωση των ανθρώπων της υφελίου μέσα από τις διαφορές τους.

Παρόλο αυτά είναι εδραιωμένη η άποψη ότι το δικαίωμα της ιδιωτικότητας υποβαθμίζεται. Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 90' έχει εμφανιστεί το ζήτημα της τρομοκρατίας. Κυβερνήσεις και όχι μόνο ,χρησιμοποιώντας την ως πρόσχημα ή όχι, παραβιάζουν την ιδιωτική ζωή των πολιτών τους ενώ πολλοί μελετητές εκφράζουν την πεποίθηση ότι με την τεχνολογία που υπάρχει σήμερα είναι δύσκολο να προστατευτεί το απόρρητο της επικοινωνίας . Οι κινήσεις αυτές δεν βρίσκουν παντού αντιδράσεις ενώ υπάρχουν και απόψεις που τις υποστηρίζουν με στόχο την «ασφάλεια».

Αν ξεφύγουμε από την παραβίαση της ιδιωτικότητας και μπορούσαμε μία ματιά από την καθημερινότητα σε διαφορετικά σημεία του κόσμου σίγουρα θα παρατηρούσαμε το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Η παγκοσμιοποίηση στο θέμα του πολιτισμού αποτέλεσε ένα διευρυνόμενο κοινωνικό φαινόμενο στο οποίο οφείλεται η παραγκώνιση της παράδοσης, και του ιδιαίτερου τρόπου ζωής ενός λαού μέσα από την οικειοποίηση ενός παγκόσμια ομοιόμορφου τρόπου ζωής , μίας «ξενομανίας» στον οποίο κυριαρχούν ο στόχος του κέρδους και του καταναλωτισμού σύμφωνα με τα φιλελεύθερα πρότυπα¹². Η εμπορευματοποίηση της τέχνης , η δημιουργία πλαστών ινδαλμάτων κ.α. αποτελούν απόηχο αυτής³.

Παράγωγα της είναι η μαζοποίηση και ο κομπορμισμός τα οποία αποτελούν τις κυριότερες εικόνες μίας εποχής εμπλουτισμένης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και δικτύωσης. Πιο συγκεκριμένα η ανάπτυξη και εξάπλωση των διαφημίσεων και η αναπαραγωγή πλαστών ιδανικών οδήγησε και οδηγεί τους ανθρώπους σε ματαιόδοξα σχέδια ευφορίας μέσα από τον καταναλωτισμό. Ακόμα και στις μέρες νέοι άνθρωποι ακολουθούν τις λεγόμενες «τάσεις της μόδας» επιλέγοντας ρουχισμό πανομοιότυπα , υπονομεύοντας την προσωπική επιλογή και δημιουργώντας ένα αίσθημα περιθωριακού για όποιον τις απαρνιέται.

¹ (Χουρμουζιάδης, Παγκοσμιοποίηση και Πολιτισμός, Ριζοσπάστης

² (Το μίξερ της παγκοσμιοποίησης, Το Βήμα

³ Κριμιζής, Σ. (2015, Σεπτέμβριος 5). *Ημερησία*. Ανάκτηση από

<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26533&subid=2&pubid=113706182>

Κάτι που όμως ισχύει και για την συμπεριφορά με το πιο οφθαλμοφανές της σημείο να το συναντάμε στην εφηβική ηλικία μέσω του bullying⁴.

Στα αρνητικά των ΜΜΕ θα πρέπει να προστεθεί και η ανεξέλεγκτη δύναμη του μάρκετινγκ που αναπτύσσεται από τις επιχειρήσεις και έχει ως σκοπό το κέρδος. Οι κώδικες δεοντολογίας δεν φαίνεται να τις συναρπάζουν και πολλές φορές στο όνομα του ανταγωνισμού και του κέρδους, να δημιουργούν θέματα όπως η κατασκευή πλαστών αναγκών, η προβολή συγκεκριμένων προτύπων και αξιών, η υποβάθμιση της ελεύθερης βούλησης, ο υλικός ευδαιμονισμός κ.α. Μέσα σ' αυτά συναντάμε την ιδιαίτερα εξελισσόμενη ψυχαγωγία. Ποικίλες δραστηριότητες αναπτύχθηκαν για να καλύπτουν τον ελεύθερο χρόνο και να ανταποκρίνονται σε όσο το δυνατόν διαφοροποιημένο κοινό.

Σε αυτό το σημείο σκόπιμο είναι να εμβαθύνουμε σε τοπικό χαρακτήρα. Ας πάρουμε λοιπόν την περίπτωση της ελληνικής πραγματικότητας και πιο ειδικά τα χρόνια μέσα στην παρατεταμένη οικονομική κρίση. Οι Έλληνες τα τελευταία 8 χρόνια όπως είναι παγκόσμια γνωστό αντιμετωπίζουν μία εξαντλητική οικονομική κρίση. Η ψυχολογία του πληθυσμού επιβαρύνεται⁵ αφού 8 χρόνια μετά, το 64% πιστεύει πως τα χειρότερα έρχονται, το 30% πιστεύει πως η κατάσταση θα μείνει στάσιμη και το 8% θα βελτιωθεί η κατάσταση. Η αλήθεια είναι πως η ιδιαίτερη αύξηση της φορολογίας και η ανασφάλεια δημιούργησαν ένα φαύλο κύκλο απολύσεων, μειώσεις μισθών, μείωση του καταναλωτισμού, κλείσιμο μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων, και δημιουργία επιπλέον απολύσεων που έδωσε την εικόνα μίας⁶ οικονομίας βαριά ασθενικής. Κατά συνέπεια πολλοί ιδιωτικοί και δημόσιοι τομείς δέχθηκαν ισχυρά πλήγματα για την βιωσιμότητά τους, με πολλοί σημαντικούς κλάδους όπως της υγείας να υπολειτουργούν.

Για να μιλήσουμε όμως με αριθμούς, το 15% του πληθυσμού ζει σε όρια ακραίας φτώχειας και πιο συγκεκριμένα το 24,4% των νέων (18-29). Αρκετοί για να καταφέρουν να επιζήσουν στράφηκαν προς την μαύρη εργασία και τους μισθούς πείνας που θα μιλήσουμε παρακάτω. Κύριοι εκφραστές της κατάστασης είναι οι νέοι από 18 μέχρι 24 όπου η καταγεγραμμένη ανεργία φτάνει το πολύ μεγάλο ποσοστό του 45.2%⁷.

Τέλος δεν μπορούμε να μην αναφερθούμε στην παθητικοποίηση του πολίτη. Οι Έλληνες πολίτες απογοητευμένοι από την υπάρχουσα πολιτική κατάσταση απομακρύνονται από τα κοινά και στρέφεται προς ακραίες ρατσιστικές και δημαγωγικές πολιτικές, ενώ η επιστροφή σε προηγούμενες κακές συνταγές φαντάζει για κάποιους ως μοναδική λύση. Ο ίδιος ο θεσμός της δημοκρατίας απειλείται καθώς ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 44,1% δεν συμμετείχε στις προηγούμενες εκλογές και συνεπώς μόνο 1 στους 2 Έλληνες αποφάσισαν για την διοίκηση της χώρας.

Δυστυχώς λόγω του θέματος της πτυχιακής εργασίας δεν μπορούμε να συνεχίσουμε την αναφορά μας για την ελληνική κοινωνία και ήδη έχουμε ξεπεράσει τα όρια. Ο λόγος όμως που προβήκαμε στην αναφορά αυτή παρά το γεγονός πως είναι επί το πλείστον εκτός θέματος της εργασίας μας είναι η υπενθύμιση σε όποιον χρησιμοποιήσει την παρούσα εργασία ότι το

⁴ Φίλο- λογικά. (2010, Αυγούστου 7). *laventer.blogspot*. Ανάκτηση από

https://laventer.blogspot.gr/2010/08/blog-post_1265.html

⁵ (Reuters, Analysis: Greeks count mental health cost of a country in crisis

⁶ Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Δελτίο Τύπου. (2016, Δεκέμβριος 22). *europa.eu*. Ανάκτηση από

europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4493_el.pdf

⁷ <http://www.enikonomia.gr/economy/104051,to-15-tou-plithysmou-vrismetai-kato-apo-to-orio-tisakraias-ftoch.html>

μουσείο δεν υπάρχει για το παρελθόν και για την συντήρηση των αντικειμένων για το μέλλον. Θα πρέπει να φροντίζει το παρόν οδηγώντας σε ένα καλύτερο μέλλον. Φυσικά ο θεσμός του μουσείου δεν είναι ο ιπότης με την αστραφτερή πανοπλία που θα σώσει τον κόσμο. Μπορεί να λειτουργήσει μόνο σε δευτερεύοντα ρόλο μετά τα σχολεία. Αλλά θα πρέπει να δημιουργηθούν αυτές οι συνθήκες και τα εκπαιδευτικά προγράμματα που συνήθως εκφράζουν την σχέση αυτή για να αποκτήσουν επιτέλους ουσία. Τα αντικείμενα δεν είναι απλά ωραία.

Με το υπόβαθρο αυτό, θα προχωρήσουμε στο θέμα αυτής της εργασίας και στην εξέταση ενός από τα βασικότερα ερωτήματα που απασχολούν τους μουσειολόγους, για το ποια είναι σήμερα τελικά η θέση του μουσείου μέσα σ' αυτές τις εξελίξεις και ποια η λειτουργία του μέσα στην ελληνική κοινωνία; Για να εξετάσουμε αυτό το καίριο ερώτημα θα πρέπει να μελετήσουμε την σχέση του μουσείου με το κοινό και πιο συγκεκριμένα πόσοι, ποιοί και για ποιο λόγο επισκέπτονται το ελληνικό μουσείο στις μέρες μας.

Ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός όπως προείπαμε είναι παγκόσμια γνωστός και μαζί με το ιδανικό μεσογειακό κλίμα, η Ελλάδα είναι μία εκ των ιδανικότερων τόπων διακοπών παγκοσμίως, ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες, αλλά ας πάρουμε τα πράγματα με την σειρά. Τους καλοκαιρινούς μήνες, τους μήνες δηλαδή που η Ελλάδα δέχεται μεγάλα κύματα τουριστών, το 2016 παρά την αύξηση του τουρισμού κατά 6%, η κινητικότητα στα μουσεία μειώθηκε κατά 10,1% σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο. Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε πως σύμφωνα με μέτρηση της EGMUS η Ελλάδα κατέχει την 25η θέση στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής ένωσης στις επισκέψεις ανά 100.000 κατοίκους⁸.

Όπως προείπαμε φέτος υπήρξαν σημαντικές αλλαγές στο κομμάτι του πολιτισμού. Η Ελληνική κυβέρνηση αύξησε αρκετά την τιμή των εισιτηρίων σε μεμονωμένα πολιτιστικά μέρη, με την πιο κραυγαλέα να την συναντάμε στο μουσείο Ακρόπολης όπου η τιμή από 12 ευρώ πήγε στα 20 και η επισκεψιμότητα τον ίδιο χρόνο έπεσε στο -21,4% σε σχέση με πέρυσι⁹. Την ίδια εικόνα είχαν κι άλλοι μεγάλοι δημοφιλείς αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία, ενώ το αντίβαρο της διεύρυνσης της εισόδου δεν ήταν ικανό να καλύψει το κενό. Για την εικόνα αυτή όμως δεν πρέπει να την ρίξουμε μόνο στην αύξηση του εισιτηρίου καθώς τα ελληνικά μουσεία αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα και πολλές φορές δεν μπορούν να καλύψουν ούτε τις βασικές ανάγκες των επισκεπτών, ενώ η απουσία των αρχαιοφυλάκων και οι απεργίες που κάνουν εξαιτίας αυτού δυσχεραίνουν την κατάσταση. Στα θετικά της χρονιάς αυτής όμως θα πρέπει να αναφέρουμε εκτός από την διεύρυνση της ελεύθερης εισόδου σε άνεργους και ανθρώπους υπό ακραία φτώχεια που έγινε ιδιαίτερα αισθητή με αύξηση του 35,4% σε σχέση με πέρυσι¹⁰¹¹¹².

⁸ EGMUS. (n.d.). *European Group on Museum Statistics*. Ανάκτηση από Audience Research:

http://www.egmus.eu/en/audience_research/

⁹ EGMUS. (n.d.). *European Group on Museum Statistics*. Ανάκτηση από Audience Research:

http://www.egmus.eu/en/audience_research/

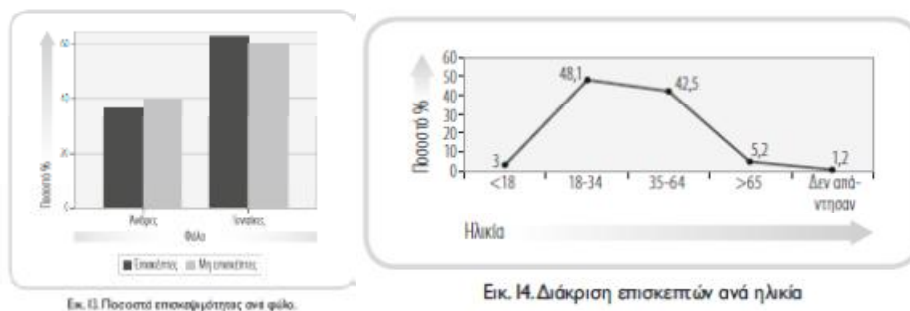
¹⁰ (Βήμα, 2011, Μουσεία σε υστερική κρίση

¹¹ Γιώργος, Αντωνόπουλος. (2016, Μαρτίος 9). *Δικαιολογητικά*. Ανάκτηση από Κάρτα Σίτισης: Νέα παροχή για τους δικαιούχους: <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/ergasiaka/97703/doreaneisodo-se-mouseia-kai-archaiologikoys-xorou-s-me-tin-karta-sitisis>

¹² (Δασκαλάκης, ΣΕΑ: «Πρόσληψη αρχαιολόγων και αρχαιοφυλάκων αλλιώς δεν θα υπάρχουν ανοιχτά Μουσεία», ΕΡΤ

1.1. Το κοινό και τα ελληνικά μουσεία

Στο σημείο αυτό θα ρίξουμε μία πιο προσεχτική ματιά στο ελληνικό κοινό , προσπαθώντας να βρούμε ποιό είναι αυτοί που επισκέπτονται το μουσείο και για ποιο λόγο. Θα πρέπει να αναφέρουμε όμως πως οι έρευνες κοινού που έχουν γίνει στον ελληνικό χώρο είναι ελάχιστες , κάτι που θα μας στερήσει μία πιο ειδική ματιά στην πραγματικότητα. Για τον λόγο θα αναγκαστούμε να πάρουμε στοιχεία από εξωτερικές πηγές στην προσπάθεια μας να αποδώσουμε μία γενική εικόνα του ελληνικού κοινού. Κάθε μουσείο διαφοροποιείτε σε σχέση με το κοινό που έρχεται σε επαφή και αναλογεί με βάση την γεωγραφική του θέση , την πολιτική του , τις δημόσιες σχέσεις , την συλλογή του κ.α. Ξεκινώντας λοιπόν από δημογραφικά στοιχεία έπειτα από έρευνες κοινού του ΑΜΘ¹³ και του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου¹⁴ , δύο μουσείων των δύο μεγαλουπόλεων της Ελλάδας , οι γυναίκες είναι αυτές που εμφανίζονται να επισκέπτονται περισσότερο τα μουσεία από τους άνδρες με μέσο όρο 60% προς 40% των ανδρών.



Εικόνα 1 Το φύλο και η διάκριση των ηλικιών στο ΑΜΘ (Πηγή : Αδάμ-Βελένη, Επόμενη στάση: «Μουσεία». Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης συστήνεται στο κοινό του)

Μία ανομοιομορφία που δεν ταιριάζει με τα μουσεία της Ευρώπης με την Μ. Βρετανία συγκεκριμένα τα συναντάμε ποσοστά πολύ κοντά σε τακτικές χρονικές μετρήσεις. Επίσης οι ηλικίες που φαίνεται να συγκεντρώνονται περισσότερο στο μουσείο αν εξαιρέσουμε τα σχολεία ,είναι μεταξύ 31-50 κάτι που έρχεται σε συμφωνία με τις περισσότερες έρευνες κοινού στην Ευρώπη. Δυστυχώς περισσότερα στοιχεία όπως η κοινωνική θέση, το επίπεδο μόρφωσης και ψυχογραφικά στοιχεία δεν θα μας βοηθήσουν καθώς δεν έχουν διεξαχθεί ανάλογες κοινωνικές έρευνες ώστε να μας έχουν γίνει γνωστά στον ελληνικό χώρο. Παρόλο αυτά θα μπορούσαμε να διακρίνουμε στις υπάρχουσες πως το μορφωμένο κοινό είναι αυτό που πάει στο μουσείο περισσότερο καθώς το 66,6% είναι κάτοχοι πτυχίου ή μεταπτυχιακού , ή φοιτητές στο ΑΜΘ ,την στιγμή που στο ΒΧΜ το 80% ξεχωρίζει ως το μορφωμένο κοινό . Και στις δύο περιπτώσεις όμως ευχάριστα αναφέρονται πως το 24,8% και το αντίστοιχα το 15% είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Τέλος στα αρνητικά θα πρέπει να

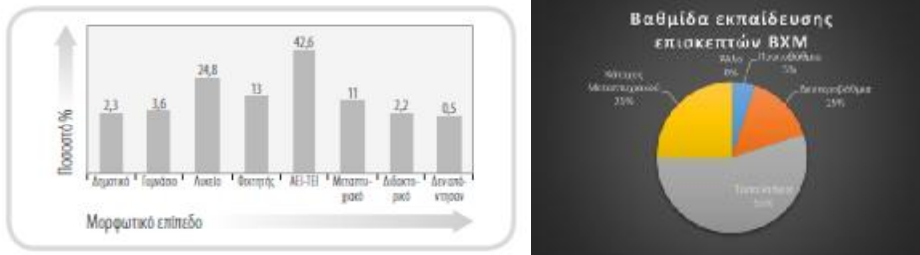
¹³ Σύκκα, Γ. (2008, Απρίλιος 5). *Καθημερινή*. Ανάκτηση από Φιλικά και οικεία μουσεία θέλει το κοινό:

<http://www.kathimerini.gr/318365/article/epikairothta/ellada/filika-kai-oikeia-moyseia-8elei-tokoino>

¹⁴ (Σταματέλου , Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο

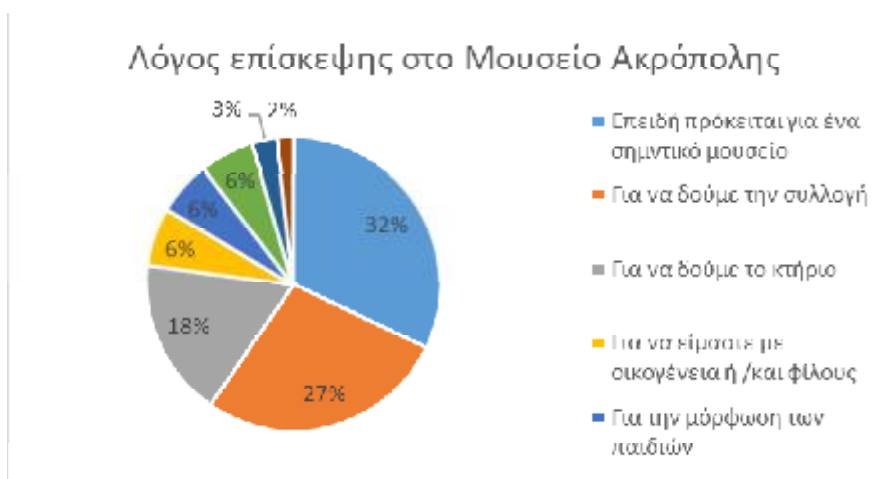
http://elgreco.byzantinemuseum.gr/downloads/123_elgreco_p13_visitor_survey_summary.pdf

προσθέσουμε τα αποτελέσματα του μουσείου ΑΜΘ που περιγράφουν πως το 27,2% των ερωτηθέντων θεσσαλονικιών δεν έχει επισκεφθεί ποτέ το μουσείο.



Εικόνα 2 Το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών στο ΑΜΘ και στο ΒΧΜ αντίστοιχα (http://elgreco.byzantinemuseum.gr/downloads/123_elgreco_p13_visitor_survey_summary.pdf)

Στο σημείο αυτό θα μας βοηθούσε να ρίξουμε μία πιο προσεχτική ματιά στους λόγους που το ελληνικό κοινό επιλέγει να επισκεφτεί ένα μουσείο ώστε να φτάσουμε στην σφαιρική εικόνα για την σχέση μουσείου – κοινού. Ένα έργο δύσκολο καθώς κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός και τα κριτήρια για το με ποια δραστηριότητα θέλει να ασχοληθεί είναι λογικό πως θα διαφέρουν. Ωστόσο από την πλευρά του μουσείου μπορούμε να εντοπίσουμε κάποια προσδιορισμένα κίνητρα. Πιο συγκεκριμένα θα αναφερθούμε στα αποτελέσματα των ερευνών κοινού από το Μουσείο Ακρόπολης, το ΑΜΘ και το ΒΧΜ. Θα πρέπει να σημειωθεί πως η έρευνα έγινε μέσω ερωτηματολογίου και οι απαντήσεις ήταν καθορισμένες. Έτσι μέσα από αυτές μπορούμε να πούμε πως το κοινό που επισκέπτεται τα 3 αυτά μουσεία για εκπαιδευτικούς λόγους συγκεντρώνει το 66,6%, ενώ χαρακτηριστικά είναι τα ποσοστά που μας δίνουν οι ψυχαγωγικοί λόγοι με το 9,5% των επισκεπτών να ανταποκρίνεται σ' αυτούς. Ταυτόχρονα το μουσείο Ακρόπολης υπερδιπλασιάζει τους επισκέπτες του με 1/4 να αναζητούν την ψυχαγωγία, κάτι που φυσικά οφείλεται στην έξω εκθεσιακή ανάπτυξη που έχει το συγκεκριμένο μουσείο¹⁵. Με τον τρόπο αυτό γίνεται κατανοητό πως οι δύο βασικότεροι σκοποί του θεσμού του μουσείου φαίνεται να έχουν περάσει σ' ένα μέρος του πληθυσμού.



Εικόνα 3 Λόγος επίσκεψης στο μουσείο Ακρόπολης (<http://www.theacropolismuseum.gr/el/deltio-typou/1761665075/ereyna-episkepton-kai-paragogi-piston-antigrafon-toy-moyseiou-akropolis>)

¹⁵ (Μουσείο Ακρόπολης, <http://www.theacropolismuseum.gr/el/deltio-typou/1761665075/ereyna-episkepton-kai-paragogi-piston-antigrafon-toy-moyseiou-akropolis>)

Ιδιαίτερα σημαντικό συμπέρασμα για την εκπαιδευτική διαδικασία και την αναγνώριση της εκπαιδευτικής δραστηριότητας του μουσείου είναι επίσης όπως αποδεικνύετε από τις στατιστικές του ΑΜΘ, το ποσοστό του 34,4% των επισκεπτών του μουσείου που αναγνωρίζει έμπρακτα την ιδιαιτερότητα του μουσείου για τα παιδιά . Επιπλέον μπορούμε να αναγνωρίσουμε το έργο της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης , όπου μέσα από την διευρυμένη έρευνα κοινού σε μη επισκέπτες του μουσείου ,το 36% έχει επισκεφτεί το μουσείο ως μαθητές. Τέλος αξ σημειωθεί ακόμη ότι στην ίδια έρευνα του ΑΜΘ το 16,9% των επισκεπτών υποχρεώθηκαν να επισκεφτούν το μουσείο. Κάτι που θα μας δώσει πάτημα για να ασχοληθούμε παρακάτω.

Επομένως έπειτα απ' όλα αυτά φτάνουμε λοιπόν στο σημείο να αξιολογήσουμε το μουσείο και την σχέση του με την κοινωνία , την υπάρχουσα και την μελλοντική. Όπως θα δούμε παρακάτω ,τα μουσεία βρίσκονται σήμερα σε δυσμενή κατάσταση τα ιδιωτικά ενώ από την άλλη τα δημόσια δέχονται συνεχώς μειωμένη χρηματοδότηση .Οι ενέργειες που μπορεί να κάνεις δυστυχώς είναι περιορισμένες. Υπάρχει όμως το ιδεολογικό υπόβαθρο για ένα μουσείο εντεταγμένο στην υπηρεσία της κοινωνίας , ένα μουσείο που θα ασχολείται με το τώρα, για ένα μουσείο όπου πραγματικά θα απευθύνεται σ' όλους; Η ερώτηση αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί ουτοπική, υπάρχουν όμως μουσεία ανά τον κόσμο που προσπαθούν να δημιουργήσουν μία παρόμοια πραγματικότητα όπως θα δούμε παρακάτω. Για την ώρα όμως προσπαθώντας να δώσουμε μία απάντηση για την ύπαρξη της πολιτικής αυτής θα πρέπει να φτάσουμε χρόνια πίσω στην Ελλάδα πριν της οικονομικής κρίσης. Τα στοιχεία που θα παρουσιάσουμε , φαίνεται να ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα καθώς είναι οικεία με τα όσα έχουν παρατηρηθεί από ανθρώπους που έχουν ασχοληθεί με τον πολιτισμό. Έτσι σύμφωνα μ' αυτά μόλις ¼ Έλληνες επισκέπτεται ένα μουσείο ή μία γκαλερί το χρόνο όπως μας πληροφορούν οι μετρήσεις του Ευρωβαρομέτρου για το 2007¹⁶ , ενώ δημοσκόπηση της metron analysis όπως μας πληροφορεί για το 2005, το 73% των ερωτηθέντων δήλωσε πως ποτέ δεν έχει επισκεφθεί το Εθνικό αρχαιολογικό μουσείο όπως και το 78% ότι δεν έχει επισκεφθεί ποτέ το μουσείο Μπενάκη¹⁷ . Ο τότε διευθυντής του Εθνικού Αρχαιολογικού μουσείου Νίκος Καλτσάς αναγνώρισε το πρόβλημα και πρόσθεσε «Δεν πιστεύω όμως ότι φταίνε οι Έλληνες. Τα ερεθίσματα που έχουν δεν είναι αρκετά. Υπάρχει μεγάλη έλλειψη ενημέρωσης , η προβολή των θεμάτων του πολιτισμού από τα Μέσα Ενημέρωσης- και κυρίως το μαζικότερο όλων των μέσων, την τηλεόραση» ενώ μεταξύ άλλων τόνισε « το σύστημα παιδείας δεν προάγει τα θέματα πολιτισμικής κληρονομιάς με αποτέλεσμα τα οφέλη της πρακτικής αυτής να εξανεμίζονται όταν δεν γίνεται μύηση των παιδιών από την μικρή τους κιόλας ηλικία με συγκεκριμένα σχολικά μαθήματα πάνω στις τέχνες και τον πολιτισμό. Κάπως έτσι για τα περισσότερα παιδιά η επίσκεψη στα μουσεία να ισοδυναμεί με ευκαιρία δραπέτευσης από τον χώρο του σχολείου και μόνο. Κάτι σαν εκδρομή!» και τελειώνοντας «γιατί αναμφισβήτητα στα μουσεία έρχονται σήμερα οι ηλικίες από 40 και πάνω ενώ οι ηλικίες από 20- 40 απέχουν». Ο κ. Καλτσάς έφερε στο προσκήνιο ένα ιδιαίτερο ζήτημα που είναι η παιδεία. Στην συνέχεια έρχεται ο κύριος Βασίλης Μιλισιόβας , λαογράφος και φιλόλογος και άνθρωπος με ιδιαίτερη σχέση για τα μουσεία, να προσθέσει πως βασική αιτία είναι το υλιστικό πνεύμα της εποχής που τείνει κάθε τι πνευματικό να το θέσει σε δεύτερη μοίρα και μοιραία να το απαξιώσει. Πώς να αγαπήσουν τα παιδιά τον πολιτισμό όταν οι γονείς τους δεν τους πήραν ποτέ ένα λευκωμα τέχνης ως δώρο ενώ τους εξασφαλίζουν όλα τα gadgets » ρίχνοντας το βάρος και στην οικογένεια ενώ δίνει έμφαση στον υλιστικό τρόπο ζωής που δυστυχώς παρά την κρίση του υπάρχει περήφανος στις μέρες μας¹⁸ .

¹⁶Κ, Λυμπεροπούλου. (2012). Μουσεία σε κρίση αναζητούν λύση «ψάξτε λεφτά στο εξωτερικό». *Το Βήμα* .

¹⁷ (Θανάσης Αντωνίου, ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ , 2012)

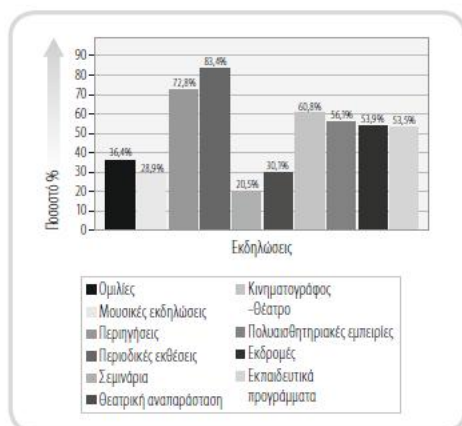
¹⁸ (Θανάσης Αντωνίου, 111 τα Μουσεία της χώρας, n.d.)

Είναι γνωστό ότι η κατάσταση στις μέρες μας δεν έχει αλλάξει από τότε τουλάχιστον σε εμφανές σημείο με τα προβλήματα να μην εστιάζονται στην οικονομική κρίση (αν αφαιρέσει κανείς την μείωση της επισκεψιμότητας λόγω του επιβαρυσμένου εισιτηρίου). Η ένταξη μαθημάτων πολιτισμού και τέχνης αλλά και η γενικότερη αναδιάρθρωση της παιδείας φαντάζει αναγκαία καθώς όπως προαναφέραμε παραπάνω , θέματα όπως η ηθική κρίση έχουν ως αιτία τους την παιδεία. Είναι ένας από τους λόγους που τα μουσεία δίνουν ιδιαίτερη σημασία στους μαθητές δημιουργώντας αρκετές εκδηλώσεις , εκπαιδευτικά προγράμματα και άλλες δραστηριότητες. Ενέργειες ιδιαίτερα θετικές που αποτελούν την μόνη και πολύ σοβαρή εξέλιξη τα τελευταία χρόνια , εκτεταμένο στοιχείο στον μεγαλύτερο αριθμό μουσείων της χώρας με μπροστάρηδες πως ήταν λογικό τα μεγάλα μουσεία της χώρας. Ακόμα ένα θετικό στοιχείο που θα μπορούσαμε να προσθέσουμε είναι ο ιδιαίτερα αυξανόμενος αριθμός των μουσείων της χώρας τα τελευταία χρόνια με δημιουργίες μουσείων από υπάρχουσες συλλογές και σε μικρές κοινότητες για την ανάπτυξη του τοπικού πληθυσμού. Δυστυχώς όμως οι κινήσεις αυτές δεν είναι πάντα κερδοφόρες καθώς πολλά περιφερειακά μουσεία δεν τηρούν στο ελάχιστο την μουσειολογική αξιοποίηση καθώς άλλοτε όλα τα αντικείμενα είναι στοιβαγμένα σαν πραγματική αποθήκη και άλλοτε έχουν απόλυτα απρόσιτες λεζάντες η καθόλου».

Είναι χρήσιμο να τονιστεί επίσης πως πολλοί θα συμφωνούσαν με την άποψη πως τα μουσεία στοχεύουν προς ένα περιορισμένο κοινό. Η άποψη αυτή μπορεί να δεχθεί αρκετές κριτικές αλλά οι στατιστικές που έχουν έρθει στο φως τεκμηριώνουν την άποψη αυτή. Δεν είναι λίγες οι φορές που μία παρέα η κάποιος μόνος του χωρίς ξεναγό έχει έρθει αντιμέτωπος με ακατανόητες λεζάντες ή πληροφορίες για το δικό του μορφωτικό επίπεδο και με εκθέσεις σε κάποια από τα μεγαλύτερα μουσεία της χώρας που μπορούν στην καλύτερη των περιπτώσεων να του δώσουν κάποιες ακαδημαϊκές γνώσεις για τα αντικείμενα που πολύ πιθανό γρήγορα θα ξεχάσει. Για το δυσοίωνα πρόβλημα αυτό που είναι αλήθεια πολλά μουσεία ανά τον κόσμο αντιμετωπίζουν ,ο Δημήτρης Παντερμαλής υποστήριξε πως «πολλοί επισκέπτες αναζητούν την συγκίνηση μέσα στα μουσεία αλλά αυτό δεν επιτυγχάνετε πάντοτε καθώς είναι πολλοί που έχουν έλλειψη βασικών γνώσεων με αποτέλεσμα η επικοινωνία επισκέπτη μουσείου να μην μπορεί να ολοκληρωθεί » τονίζοντας βέβαια πως το πρόβλημα είναι βαθύτερο δίνοντας κι αυτός έμφαση με την σειρά του στην παιδεία. Φυσικά όλοι αναγνωρίζουν την βαθύτερη αυτή αιτία αλλά στο συγκεκριμένο ζήτημα ακόμη κι αν αλλάξουν θετικά τα πράγματα στην αιτία, παρά πολλοί άνθρωποι , η πλειοψηφία μάλλον του ελληνικού λαού, άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας δεν θα έχουν πρόσβαση σ' αυτήν. Το μουσείο ως ένας οργανισμός εντεταγμένος στην υπηρεσία της κοινωνίας θα πρέπει να υιοθετήσει μία θεωρία όπου τα αντικείμενα θα εκπροσωπούν ένα πολιτισμό, και θα ξεπερνούν την παγίδα της τυπολατρίας. Μόνο με τον τρόπο αυτό μπορεί να αντιμετωπιστεί το καιρίο αυτό πρόβλημα , για την δημιουργία μουσείων στο σύνολο του ελληνικού πληθυσμού και όχι στην μειονότητα του.

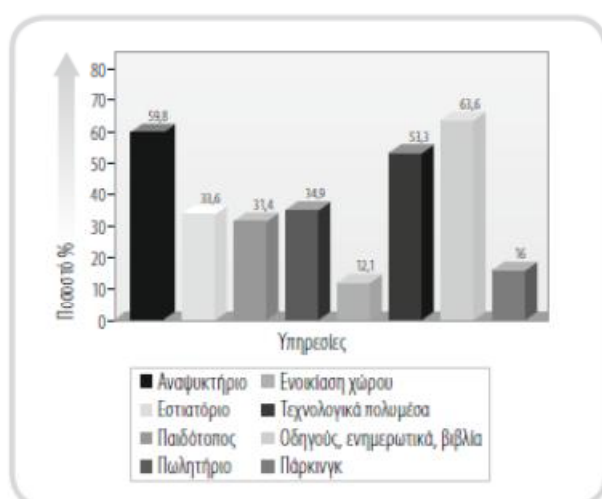
Είναι γνωστό ότι οι περισσότερες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις στον κόσμο έχουν τμήματα ή συμβούλους marketing ,έτσι ώστε να μελετούν το αγοραστικό κοινό που απευθύνονται και να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του. Έτσι και το μουσείο που παρά τον μη κερδοσκοπικό του χαρακτήρα θα πρέπει να διαθέτει τμήματα ή συμβούλους marketing και να στοχεύει αρχικά στην υπηρεσία της κοινωνίας και δεύτερον στο κέρδος για την βιωσιμότητα του. Ένα από τα κύρια εργαλεία του marketing είναι οι έρευνες κοινού που όπως είπαμε παραπάνω είναι ελάχιστες στην Ελλάδα. Η έρευνα κοινού όμως του ΑΜΘ είναι ιδιαίτερα αξιόλογη και ικανή να μας δώσει χρήσιμες πληροφορίες για τις προσδοκίες του κοινού από το μουσείο. Σε ερώτηση λοιπόν που αφορούσε την προτίμηση του κοινού για τις εκδηλώσεις του μουσείου, το 83,4% επέλεξε τις περιοδικές εκθέσεις και το 72,8% τις περιηγήσεις. Δύο πολύ μεγάλα ποσοστά που συνοδεύονται από δραστηριότητες όπως τα εκπαιδευτικά προγράμματα , τις

εκδρομές, τον εμπλουτισμό της συλλογής με ερεθίσματα που γίνονται αντιληπτά όχι μόνο με την όραση αλλά και μ' άλλες αισθήσεις και τον κινηματογράφο και πιο συγκεκριμένα τις ταινίες ιστορικού περιεχομένου (κάτι που μάλλον βρίσκει ανταπόκριση στην σύνδεση του χαρακτήρα του χώρου) που ξεπερνούν το μισό του κοινού ενώ θα πρέπει να αναφέρουμε πως 30,1% των επισκεπτών θα ήθελε μία δραματοποιημένη παρουσίαση της σημασίας κάποιων εκθεμάτων με σκοπό την γλαφυρή κατανόηση της χρήσης τους. Εκδηλώσεις σαν κι αυτές μπορεί μεν να είναι δαπανηρές για το μουσείο αν είναι συχνή η χρήση τους ή γίνουν πολλές από αυτές μαζί, η λελογισμένη χρήση τους όμως μπορεί να φέρει πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα¹⁹.



Εικόνα 4 Προσδοκίες εκδηλώσεων ΑΜΘ

Ενώ μόνο χρήσιμες θα μπορούσε να χαρακτηρίσει ένας μουσειολόγος τις πληροφορίες που μας δίνονται από τις προσδοκίες του κοινού για τις υπηρεσίες του μουσείου, μ' ένα ποσοστό του 63,6% να επιθυμεί την ύπαρξη και διανομή βιβλίων, φυλλαδίων και οδηγών, εντύπων και ηλεκτρονικών ενώ το 59,8% επιθυμεί την καλή λειτουργία του αναψυκτήριου και το 34,9% του πωλητηρίου. Επιπρόσθετα 31,4% επιθυμεί την ύπαρξη παιδότοπου για την φύλαξη των πολύ μικρών παιδιών. Για το τέλος αφήσαμε το μεγάλο ποσοστό του 53,3% για την χρήση πολυμέσων στα μουσεία που είναι ένας από τους λόγους επιλογής της εργασίας αυτής.



Εικόνα 5 Προσδοκίες Υπηρεσιών ΑΜΘ

19 (Αδάμ-Βελένη, Επόμενη στάση: «Μουσείο». Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης συστήνεται στο κοινό του,σελ. 211, 212

Συνοψίζοντας λοιπόν συνάγεται το συμπέρασμά πως το ελληνικό μουσείο όπως είδαμε παραπάνω είναι ιδιόρρυθμο έχοντας αρκετά προβλήματα που με την οικονομική κρίση χειρότερα διογκώθηκαν με τα περισσότερα να εμφανίζονται στην πολιτική του ως ενεργό μέλος για την ανάπτυξη της κοινωνίας. Το ακαδημαϊκό ύφος και η έλλειψη ερμηνευτικών μέσων όπως έχουμε δει κάνει τα μουσεία προσιτά στους ήδη έχοντες την γνώση και στα γκρουπ τουριστών που διαθέτουν ήδη ξεναγούς. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως αρκετά πράγματα θα πρέπει να αλλάξουν στην αντίληψη των μουσείων. Χαρακτηριστικά θα αναφερθούμε σ' έναν εκ των εκφραστών του κινήματος της νέας μουσειολογίας τον de Varigne όπου σύμφωνα με τον οποίο «το μουσείο για μας είναι ή μάλλον θα έπρεπε να είναι ένα από τα πιο ιδιαίτερα και τελειοποιημένα εργαλεία του διαθέτει η κοινωνία για να προετοιμάσει και να συνοδεύσει τον μετασχηματισμό της». Μέσα από αυτήν την ιδέα στα μουσεία γίνεται κατανοητό πως θα πρέπει να συναντάμε τους ανθρώπους και όχι τα αντικείμενα²⁰.

Μέσα στην ηθική και οικονομική κρίση αλλά και στα γενικότερα κοινωνικά προβλήματα που παρουσιάζονται, το μουσείο καλείται να παίξει ένα ενεργό ρόλο και οι μουσειολόγοι με τους επιμελητές των μουσείων να γίνουν ιδιαίτερα ευκίνητοι στην κοινωνία χωρίς όμως να ρίχνουν όλο το βάρος της διαπαιδαγώγησης στα σχολεία. Η εκτενέστερη και συνεχόμενη συνεργασία των σχολείων με τα μουσεία. Τα οφέλη που θα δημιουργηθούν για τα παιδιά και για τους γονείς θα είναι μεγάλα και οι ηθικές αξίες που θα κερδίσουν θα ενδυναμώσουν την κριτική σκέψη και την οντότητα του πολίτη. Στόχοι ιδανικοί μέχρι και ουτοπικοί θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν αλλά κανείς δεν θα αρνηθεί την σημαντικότητα οριοθέτησης τους ως σκοπών για την ανθρώπινη κοινωνία. Το ελληνικό μουσείο βέβαια θα πρέπει να δώσει περισσότερη σημασία σ' αυτά σύμφωνα με την κατάσταση που υπάρχει σήμερα και να έρθει πιο κοντά στην καθημερινότητα και στην επικαιρότητα υποβάλλοντας ζητήματα, ορθώνοντας τον διάλογο και ενώνοντας το παρελθόν με το παρόν.

1.2. Μουσειολογικές πρακτικές ανά τον κόσμο

Στην αναζήτηση μας λοιπόν για ένα καλύτερο ελληνικό μουσείο είναι αναγκαίο να ερευνήσουμε την γενικότερη κατάσταση που υπάρχει στα μουσεία του κόσμου. Μ' αυτά η έρευνα μας θα ξεκινήσει σκόπιμα από το σημείο που το μουσείο αρχίζει σε ευρύ επίπεδο, να θέτει την προσοχή του στις ανάγκες του κοινού. Η ενασχόληση λοιπόν του μουσείου με το κοινό και συνάμα με την διατήρηση, μελέτη και ανάδειξη των συλλόγων έχει διακριθεί ως έννοια που αντιπροσωπεύεται από το «μοντέρνο μουσείο». Η χρήση του ονόματος χρησιμοποιήθηκε στον αντίποδα του «παραδοσιακού μουσείου» και εκφράζετε από τις κοινωνιολογικές, ψυχολογικές, παιδαγωγικές και επιστημολογικές απόψεις που εμφανίστηκαν κατά τον 20^ο αιώνα.

Αναλυτικότερα το μοντέρνο μουσείο θέτει το ερώτημα «πως μπορεί το παρελθόν να συνδεθεί με το παρόν με σεβασμό πάντα για το μέλλον». Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό στο μοντέρνου μουσείου είναι η αναβάθμιση της κατανόησης του κοινού συνδέοντας τα με το κοινωνικό περιβάλλον από όπου προέρχονται. Μία κίνηση ιδιαίτερα ικανοποιητική ανταποκρινόμενη στο κίνημα του 20^ο αιώνα για εκδημοκρατοποίηση της εκπαίδευσης. Το μουσείο διευρύνει το κοινό του ενώ δίνεται σημασία στην εκλαΐκευση της πληροφορίας για την κατανόηση του περιεχομένου της έκθεσης. Έτσι στην υπηρεσία της ερμηνείας θέτει ένα σύνολο μέσων όπως «κατανοητές λεζάντες, ήχοι, προβολή βιντεοταινιών, δραματοποίηση αλλά και διαδραστικά εκθέματα. Τα στοιχεία αυτά του μοντέρνου μουσείου έχουν υιοθετήσει

²⁰ A., Hauenschild. *Claims and reality of new museology*.

τα περισσότερα καινούργια μουσεία αλλά σε μεγαλύτερο και άλλα σε μικρότερο βαθμό. Χαρακτηριστική περίπτωση τέτοιου μουσείου στον ελληνικό χώρο και αρκετά κοντά μας είναι το αρχαιολογικό μουσείο Πάτρας. Ένα μουσείο που κάνει την προσπάθεια να παρουσιάσει το πολιτισμό που εκθέτει μέσα από το κοινωνικό του υπόβαθρο δημιουργώντας ενότητες του δημόσιου και ιδιωτικού βίου αλλά και των ταφικών εθίμων. Έχει καταβληθεί προσπάθεια για την δημιουργία ενός κατανοητού περιβάλλοντος, ενώ η συνεργασία με τα σχολεία της περιοχής αρκετά καλή, κάτι που όμως δεν φαίνεται να συμβαίνει με το υπόλοιπο πατρινό κοινό παρά τις πολύ καλές κριτικές που έχει δεχθεί το μουσείο. Εκτός από τα καινούργια μουσεία, αρκετά «παλιά» μουσεία υιοθέτησαν πρακτικές του μοντέρνου μουσείου όπως το Βρετανικό που έδωσε την δυνατότητα στους επισκέπτες του να έρχονται σε άμεση επαφή με διαδραστικά αντικείμενα αλλά και αναβαθμίζοντας το διάλογο ανάμεσα στο κοινό και το μουσείο και πιο συγκεκριμένα τον ξεναγό. Η αντίληψη του για τα αντικείμενα έμεινε όμως παρέμεινε ίδια.

Το μοντέρνο μουσείο ξεκίνησε την προσπάθεια του για να αποτινάξει την μονότονη και στεία πολλές φορές ακαδημαϊκή γνώση και στρέφεται σε μία ποικιλόμορφη πραγματικότητα όπου το κοινό δεν είναι μάζα αλλά σύνθετο και πολύπλοκο. Άσκοπο δεν είναι να αναφερθεί πως η πολιτική και η αντίληψη του για την πραγματικότητα έδωσε πολλά στοιχεία στον μεγαλύτερο αριθμό των μουσείων στον πλανήτη²¹.

Απόηχος της αλλαγής κλίματος στην κοινωνική συνεισφορά των μουσείων είναι η προσπάθεια να ενταχθεί η αειφορία στην πολιτική τους, καθώς είναι μία βιώσιμη επιλογή για ένα μουσείο στον σύγχρονο φιλελεύθερο κόσμο. Αλλά τι είναι αειφορία και πως συνδέεται με τον πολιτισμό; Σύμφωνα με την παγκόσμια επιτροπή για το περιβάλλον και τον ΟΗΕ, «αειφόρος ανάπτυξη «είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες της παρούσας γενιάς χωρίς να υπονομεύει την δυνατότητα των επόμενων γενεών να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους». Κύριοι στόχοι της επιτροπής που συνέταξε τον όρο είναι η δημιουργία στρατηγικών για την καταπολέμηση της καλπάζουσας ανόδου της φτώχειας αλλά και της υποβάθμισης της περιβαλλοντικής συνείδησης. Στόχοι που καθόρισαν τους τρεις βασικούς πυλώνες της, τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό της χαρακτήρα. Από τότε πολλές συζητήσεις έγιναν για την ένταξη του πολιτισμού στην αειφόρο ανάπτυξη υποστηρίζοντας πως «η αειφόρος ανάπτυξη και η άνθηση του πολιτισμού είναι αλληλεξαρτώμενες» αλλά και ότι «ο πολιτισμός αποτελεί την ένωση των τριών πυλώνων της αειφορίας»²².

Είναι όμως σκόπιμο σ' αυτό το σημείο να ξεφύγουμε από το θεωρητικό επίπεδο και να έρθουμε στο ερώτημα αν το μουσείο μπορεί να εφαρμόσει την πολιτική της αειφόρου ανάπτυξης. Ξεκινώντας λοιπόν από τον οικονομικό τομέα θα φέρουμε στο προσκήνιο την βεβαιωμένη μείωση των κρατικών επιχορηγήσεων στα μουσεία, την ιδιαίτερα δύσκολη βιωσιμότητα που τις περισσότερες τα αναγκάζει να διατηρήσουν ένα παθητικό ρόλο στην κοινωνία, στην καλύτερη των περιπτώσεων. Για να γίνουμε όμως πιο συγκεκριμένοι, οι υποστηρικτές της εφαρμογής της αειφόρου ανάπτυξης αναδεικνύουν το παράδειγμα των κλεισμένων βρετανικών μουσείων λόγω έλλειψης χρηματοδότησης και στον αντίποδα βάζουν την επιχειρηματική χορήγηση των 4 τεσσάρων μεγάλων βρετανικών μουσείων στο όνομα της «οικονομικής βιωσιμότητας και ανάπτυξης». Ένα αμφιλεγόμενο θέμα που είναι άξιο μελέτης. Κύρια βάση για την πολιτική αυτή αποτελεί η επάρκεια οικονομικών πόρων, η εξασφαλισμένη πηγή χρηματοδότησης και η διασφάλιση της ακεραιότητας των μουσειακών δραστηριοτήτων.

²¹ Ε, Νάκου. (2002). *Μουσεία : Εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Κεφάλαιο Β.2: Τυπολογική προσέγγιση των σύγχρονων μουσείων σελ. 133-137

Όσον αφορά τον οικολογικό τομέα στην πολιτική του μουσείου το θέμα εστιάζεται στην εξοικονόμηση πόρων και ενέργειας σε άμεση όμως συνάφεια με την διαχείριση των συλλόγων και την άνεση των επισκεπτών. Η κάθε διενέργεια ενός μουσείου για εναλλακτική πηγή ενέργειας που θα συμβάλει στην εξοικονόμηση πόρων , στην μη επιβάρυνση του περιβάλλοντος και η γνωριμία του κοινού με εναλλακτικές πηγές ενέργειας μόνο άξια θαυμασμού είναι , ενώ θα αποτελέσει άξιο πρεσβευτή της κοινωνικής αειφορίας.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το παιδικό μουσείο της Βοστώνης όπου με αξιοποίηση των αρχιτεκτονικών λύσεων υπήρξε πλήρως αξιοποίηση του φυσικού φωτισμού και αερισμού για την διαμόρφωση της εσωτερικής θερμοκρασίας. Αλλά και πιο απλά βήματα θα μπορούσαν να εφαρμοστούν με μικρές χρηματικές απώλειες είναι εξοικονόμηση των πόρων στα συστήματα θέρμανσης και ψύξης σύμφωνα με τις συνθήκες πληρότητας του μουσείου ,η ρύθμιση του φωτισμού κ.α.

Τέλος η συνεισφορά της αειφορία του μουσείου στην κοινωνία εστιάζει στην μέγιστη αξιοποίηση της ερμηνείας των συλλογών ως χώρων έρευνας και έκφρασης των δυνατοτήτων για ένα βιώσιμο περιβάλλον. Κάπως έτσι φτάνουμε στην έκθεση Massive change: the future of global design. Η έκθεση λοιπόν μέσα από 10 θεματικές ενότητες εκφράζει την δύναμη του ανθρώπου να αλλάξει τον κόσμο και την ευθύνη του σε οικονομικά , κοινωνικά και περιβαντολογικά θέματα. Μπορούμε να συνοψίσουμε κάποια κοινωνικά θέματα που εκφράστηκαν σε μουσειακές δράσεις και αντιπροσωπεύουν την αειφορία, όπως η κριτική σκέψη και ο διάλογος , ο σεβασμός, η ισότητα στην πολιτισμική πολυμορφία, και η περιθωριοποίηση του κοινωνικού αποκλεισμού. Δεν υπάρχει αμφιβολία για τον ανθρωπιστικό χαρακτήρα που προσπαθεί να προσδώσει στην αντίληψη του μουσείου για την πραγματικότητα²².

Στο σημείο αυτό χρήσιμο είναι να ρίξουμε μία ματιά στην σημερινή κατάσταση των μουσείων ανά τον κόσμο πριν εξετάσουμε τις υπόλοιπες πρακτικές και τις προτάσεις αλλαγής που έγιναν για την λειτουργία των μουσείων. Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει την κριτική που έχει δεχθεί ο θεσμός του μουσείου τον τελευταίο αιώνα. Φτάνοντας στο σήμερα συναντάμε τα μουσεία κάτω από το πλέγμα μία διευρυμένης γεωγραφικά οικονομικής κρίσης που αναφέραμε παραπάνω. Τα μουσεία με μικρή κρατική χρηματοδότηση μειώνουν την ενεργητικότητα τους ενώ σε κάποιες περιπτώσεις η ίδια τους η ύπαρξη βρέθηκε σε κίνδυνο. Στον αντίποδα έχει έρθει η συνεργασία 4 βρετανικών μουσείων που προαναφέραμε με χορηγίες ιδιωτικών επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Tate museum of modern art και η χορηγία του επί 27 χρόνια από την BP. Μία συνεργασία που σήκωσε πολλές αντιδράσεις και έθεσε το ζήτημα για την ποιότητα του μουσείου ,δεδομένου του ιστορικού της εταιρείας για την μόλυνση του περιβάλλοντος²³. Η πιο κοινή όμως ενέργεια για την προσέγγιση του κοινού και την βραχυπρόθεσμη εξασφάλιση της χρηματοδότησης είναι αυτή του μάρκετινγκ. Η δημιουργία διαδραστικής ιστοσελίδας , η πραγματοποίηση εκδηλώσεων και περιοδικών εκθέσεων αποτελούν κάποια από τα εργαλεία ενός μουσείου για το άνοιγμα του προς τα έξω. Στα αρνητικά της υπόθεσης θα μπορούσαμε να αναφέρουμε πως κάποια μουσεία καταφεύγουν σε μία πολιτική απόκτησης αντικειμένων ξοδεύοντας αρκετά χρήματα στην προσπάθεια τους να αναπτέρωσουν το ενδιαφέρον το κοινό.

Πέραν του οικονομικού στοιχείου ερχόμαστε στην κυριότερη λειτουργία του μουσείου που είναι η κοινωνική προσφορά .Εδώ θα πρέπει να αναγνωρίσουμε την εξέλιξη των

²² Σταματέλου Αρτεμης (2014). *Τα μουσεία και η μουσειολογία στην σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις νέες σχέσεις(Μέρος Ι). Μουσεία για την αειφορία.*

²³ (Guardian, BP to end Tate sponsorship after 26 years

μουσείων τα τελευταία χρόνια και την προσπάθεια τους για διεύρυνση του κοινού τους. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στη κατανόηση και εξυπηρέτηση του κοινού με την όσο το δυνατόν την κάλυψη των αναγκών του. Ενώ η εκθεσιακές αίθουσες εμπλουτίστηκαν με ποικίλα νέα μέσα για την ενδυνάμωση της κατανόησης του θέματος της έκθεσης. Ένα άλλο στοιχείο που αποτελεί πυλώνα για τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα των μουσείων είναι τα εκπαιδευτικά προγράμματα. Τα περισσότερα μουσεία του κόσμου πραγματοποιούν εκπαιδευτικά προγράμματα. Χωρίς όμως να εξαιρούνται ακόμα και τα πιο παραδοσιακά στην πολιτική μουσεία. Μία διαδικασία εξελισσόμενη που εντάσσει ολοένα και περισσότερες πρακτικές ,συνεργαζόμενη με ένα μεγάλο εύρος επιστημών . Ένα στοιχείο που έχει ιδιαίτερη σημασία είναι η διεύρυνση του άτυπου ορίου ηλικίας που είχαν τα εκπαιδευτικά προγράμματα υποστηρίζοντας με αυτόν τον τρόπο την δια βίου μάθηση κάτι που δεν φαίνεται να ισχύει στην Ελλάδα.

Όλα στοιχεία ιδιαίτερα θετικά, αλλά το αποτέλεσμα ακόμα και σήμερα δεν είναι το αναμενόμενο. Παρά την ακριβοπληρωμένες έρευνες κοινού και τις ενέργειες που αναφέραμε παραπάνω , ας μην κρυβόμαστε πίσω από το δάκτυλο μας ,το κοινό που επισκέπτεται τα μουσεία είναι περιορισμένο και βρίσκει κυρίως ανταπόκριση σύμφωνα με τον G. Kerschesteiner «στο κοινό που ήδη κατέχει την γνώση»²⁴. Στην εποχή της ψυχαγωγίας ,το μουσείο ανταγωνίζεται μια υπερπόντια σειρά από δραστηριότητες όσον αφορά την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου του επισκέπτη. Μπορεί λοιπόν το μουσείο να είναι ανταγωνιστικό και τι μπορεί να προσφέρει ;

Ενώ όσον αφορά τα δημόσια μουσεία τα τελευταία χρόνια πληθαίνουν οι φωνές που υποστηρίζουν πως δεν πρέπει να υπάρχουν μουσεία που χρηματοδοτούνται από όλους την στιγμή που απευθύνονται σε λίγους. Ήδη από τον περασμένο αιώνα είχαν εκφραστεί θέσεις ακόμα και για την ίδια την λειτουργία των μουσείων. Πιο συγκεκριμένα το 1971 στη γενική διάσκεψη του Διεθνούς Συμβουλίου των Μουσείων ο Stanislas Adoveti ταράζοντας τα νερά και διατυπώνοντας την σκέψη του υπογράμμισε πως «τα μουσεία θα έπρεπε να αλλάξουν ριζικά, διαφορετικά θα έχαναν το δικαίωμα τους να υπάρχουν». Μια άποψη ακραία που όμως έγινε θέμα πολλών συζητήσεων και επιστημονικών ερευνών μέσα στις οποίες πρωτοεμφανίστηκε ο όρος νέα μουσειολογία²⁵.

Το επιχείρημα για μια νέα μουσειολογία πήρε σάρκα και οστά το 1986 καθώς μία ομάδα αποτελούμενοι από μέλη του MINOM(Διεθνές Κίνημα για μία νέα Μουσειολογία), ενός οργανισμού στενά συνδεδεμένου με το ICOM, συνέταξε ένα κείμενο το οποίο καθόριζε τις αρχές της νέας μουσειολογίας. Αυτές εκφράζονται στην συνολική εικόνα των πραγμάτων , στην έρευνα που ικανοποιεί τις κοινωνικές ανάγκες, σε δράσεις που θα προσαρμόζεται σ' ένα πληθυσμό και το περιβάλλον του και σε προσεγγίσεις που θα στοχεύουν σε ατομική και κοινωνική ανάπτυξη. Με άλλα λόγια η νέα μουσειολογία στοχεύει στην γνωριμία ενός πληθυσμού με την ταυτότητας του αλλά και την ενδυνάμωση της , όπως επίσης να υποκινήσει τις δυνατότητες του για την ανάπτυξη του^{26,27}. Οι αρχές αυτές φαίνονται και είναι γενικές έτσι ώστε να υπάρχει ελαστικότητα για το μέλλον του ταχύτατα εξελισσόμενου κόσμου.

Αλλά να πάρουμε τα πράγματα με την σειρά. Η εικόνα της νέας μουσειολογίας για την ταυτότητα εκφράζεται κυρίως μέσα από την αντίληψη ότι η ταυτότητα είναι ένα σύνολο

²⁴ (Νικονάνου, Μουσειοπαιδαγωγική. Από τη θεωρία στην πράξη, 2009, σελ .74 -80

²⁵ Andrea Hauenschild, Ph.D, Claims and reality of new museology

²⁶ (Moutinho, 2016. From New museology to Sociomuseology

²⁷ General Conference of the International Council of Museums in 2016 Σελ.

εικόνων που μία ομάδα έχει από μόνης της , το παρελθόν, το παρόν και μέλλον. Έτσι ερχόμαστε σ' ένα από τους κυριότερους ρόλους του μουσείου ο οποίος είναι να βάλει ένα πληθυσμό να απεικονίσει ,να γνωρίσει και να αναφέρει αυτές τις εικόνες , οι οποίες ανταποκρίνονται στα υλικά η μη επίπεδα της καθημερινότητας του .Η καθημερινότητα αποτελεί βασικό στοιχείο για την νέα μουσειολογία, έτσι το νέο μουσείο θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του πληθυσμού επισυνάπτοντας τα προβλήματα της καθημερινότητας αλλά και εναλλακτικές λύσεις. Το μουσείο ως εκπαιδευτικό ίδρυμα δεν γνωρίζει τα πάντα αλλά θα μπορεί να συμβάλει στην συνείδηση του πληθυσμού με επιμορφωτικά δημιουργώντας τα κατάλληλα ερεθίσματα για την ενεργοποίηση του και τη διεύρυνση της κριτικής σκέψης του. Ένας θεσμός που θεωρητικά τουλάχιστον είναι άξιος σεβασμού καθώς στοχεύει στην πλήρη ενεργοποίηση του κοινού , στην αναγνώριση της διαφορετικότητας και στην αναγνώριση του ανθρώπου ως κύριου στόχου. Τέλος όσον αφορά τον χώρο το «νέο μουσείο» αναφέρεται σε μία πολιτιστικά και φυσικά οριοθετημένη περιοχή .

Δεν θα πρέπει όμως να μπούμε στην σύγκριση ανάμεσα στο «παλιό» και το «νέο» μουσείο γιατί η «νέα μουσειολογία» δεν ήρθε για να αντικαταστήσει το υπάρχον αλλά να το συμπληρώσει, κάτι που το πέτυχε καθώς αρκετά μουσεία στον κόσμο υιοθέτησαν κάποιες πρακτικές του.

Θα ήταν πλάνη αν υποστήριζε κανείς ότι η σύναψη των αρχών της νέας μουσειολογίας θα ήταν αρκετή. Γι' αυτό σκόπιμο είναι να εξετάσουμε το πρακτικό κομμάτι της νέας μουσειολογίας εξετάζοντας το Οικομουσείο του Haute Beauce το οποίο είναι ένα από τα πρώτα μουσεία που δημιουργήθηκαν κάτω από την σφαίρα του Νέου μουσειολογικού κινήματος , όπως επίσης ο διευθυντής του(Mayrand) είναι ένας από τους κυριότερους εκφραστές του .

Το Haute Beauce αποτελεί ένα οροπέδιο στον Καναδά περίπου 200 χιλιόμετρα μακριά από την πόλη του Quebec. Η περιοχή αποτελείται από 13 χωριά. Το όνομα της περιοχής αλλά και η ενότητα της δεν προϋπήρχαν του μουσείου .Παρόλα αυτά οι κάτοικοι του οροπέδιο μοιράζονται μια κοινή καταγωγή και κοινές παραδόσεις με τις κύριες ασχολίες του να ταξινομούνται στην γεωργία, στην λατομεία γρανίτη και στην επεξεργασία του μαλλιού. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από μία σχετική ευημερία αντιμετωπίζοντας κι αυτή συνηθισμένα προβλήματα που ταλαιπωρούν κάθε επαρχία όπως η γήρανση του πληθυσμού και η κακή οδοποιία.



Εικόνα 6 Το Οικομουσείο του Haute Beauce(Andrea Hauenschild, Ph.D, Claims and reality of new museology)

Η δημιουργία του μουσείου αρχικά αντιμετωπίστηκε με επιφύλαξη καθώς ήταν ένα μουσείο αφιερωμένο στην κοινότητα, οι δημιουργοί του όμως δεν ήταν ντόπιοι. Έτσι οι πρωτεργάτες του μουσείου προσπάθησαν να πάνε ένα βήμα πιο πέρα και στην εκδημοκρατοποίηση του μουσείου με το εδραίωση ενός γενικού συμβουλίου μία φορά τον χρόνο από μέλη της κοινότητας με αρμοδιότητες ,την υποβολή προτάσεων για τις δραστηριότητες του μουσείου. Επίσης η οικονομική διαχείριση του δεν έμεινε μακριά από την δημοκρατική με την δημιουργία ενός διοικητικού συμβουλίου από 12 μέλη στο οποίο τα 10 μέλη θα επιλέγονται από το κατοίκους, ενώ μια θέση θα κατέχει ο διευθυντής του μουσείου και μία θέση ο πάστορας της ενορίας. Το διοικητικό συμβούλιο συνεδριάζει 4 φορές το χρόνο.

Αναμφίβολα όμως η εκπαιδευτική δραστηριότητα αποτελεί ένα εκ των κυριότερων λόγων ύπαρξης της Νέας Μουσειολογίας. Και το μουσείο του Haute Beauce έρχεται για να αναπτύξει αυτό τον τομέα. Για τον Mayrand το μουσειακό αντικείμενο «αποτελεί βοήθημα και αυτή δεν είναι μία υποτιμητική έννοια αλλά ένας σύνδεσμος για κάτι σημαντικότερο , που είναι η ανθρωπινή ύπαρξη».

Το μουσείο προχώρησε σε δημιουργία αρκετών περιοδικών εκθέσεων με ποικιλία θεμάτων χρησιμοποιώντας την βοήθεια των ντόπιων. Το αποτέλεσμα όμως δεν ήταν το προσδοκώμενο καθώς ένας μεγάλος αριθμός ντόπιων απογοητεύτηκε ,αφού οι προτάσεις που έκαναν δεν αξιοποιήθηκαν από το προσωπικό του μουσείου φτάνοντας ακόμα και να κατηγορήσουν το μουσείο ότι προβάλλει μία έκθεση που τους αντιπροσωπεύει την στιγμή που δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο αφού η ιδέα της έκθεσης δεν ήταν κατανοητή από τους ίδιους. Εδώ συναντάμε ένα από τα γνωστά προβλήματα ενός μουσειολόγου. Παρά το εξαιρετικό της ιδέας , ο μουσειολόγος φαίνεται να εφάρμοσε την δική του ιδεολογία ως γενική αγνοώντας το πραγματικό υπόβαθρο του κοινού.

Με αφετηρία το πρόβλημα που δημιουργήθηκε ένα σύνολο ενεργειών υπήρξε που απέδειξε ότι το γεγονός αυτό αποτέλεσε μάθημα για το μέλλον. Το μουσείο έγινε πιο ανοιχτό. Βγήκε από τον στενό χώρο του, δημιούργησε εκπαιδευτικά προγράμματα και έφθασε στα σχολεία χρησιμοποιώντας περίτεχνες μουσειοσκευές ενώ ένα περιοδικό κυκλοφορούσε μία φορά το μήνα, δωρεάν, και ενημέρωνε τους κατοίκους για τις δραστηριότητες του. Το ίδιο το μουσείο μπήκε σ' ένα καθεστώς αποκέντρωσης και δημιούργησε περιοδικές εκθέσεις με διαφορετικά θέματα σ' όλα τα χωριά της περιοχής. Ενώ χαρισματική ,για την ανάπτυξη της νέας μουσειολογίας, μπορεί να χαρακτηριστεί η συνεργασία του μουσείου με αλλά οικομουσεία(Ecomusée de la Maison du Fier-Monde στο Μόντρεαλ και το Ecomusée Breton du Coglai στην Γαλλία).

Το μουσείο όμως συνέβαλε στην οικονομική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής δημιουργώντας εκθέσεις και σε συνεργασία με τους τοπικούς παραγωγούς ανάδειξε τα τοπικά προϊόντα στοιχεία της περιοχής το μουσείο δημιούργησε καθορισμένες τουριστικές διαδρομές στην ύπαιθρο τα αξιοσημείωτα μέρη της περιοχής.

Στο Οικομουσείο του Haute- Beauce βρίσκουμε ένα ικανοποιητικό παράδειγμα για να δούμε τι είναι η νέα μουσειολογία και πως εφαρμόζεται σ' ένα μουσείο. Από την δημιουργία του μουσείου 45 χρόνια έχουν περάσει²⁸.

Η νέα μουσειολογία σε συνδυασμό με την αναγνώριση της μουσειολογίας ως επιστήμη και την εισαγωγή της σε πανεπιστημιακό επίπεδο οδήγησε στην δημιουργία βάσης και ιδιαίτερη ανάπτυξη του χώρο αυτού . Ως πρωτοστάτες της ανάπτυξης αυτής θα μπορούσαμε να ξεχωρίσουμε και όχι άδικα την Μ. Βρετανία και την Βραζιλία.

²⁸ Andrea Hauenschild, Ph.D, Claims and reality of new museology

Ξεκινώντας από την Μ. Βρετανία θα αναφερθούμε επιλεκτικά στην ιδιαίτερα δραστήρια και πρωτοποριακή ένωση (Social Justice Alliance Of Museums) και η οποία αποτελείται από όλα τα μουσεία του Λίβερπουλ. Μία ένωση που εμφανίζεται ως αντίκτυπος των διευρυμένων μουσειακών σπουδών στο Ηνωμένο Βασίλειο και στην οποία αποδίδονται μία σειρά από προοδευτικές κινήσεις που μόνο θετικό πρόσημο μπορούν να έχουν. Από αυτές θα μελετήσουμε μία η οποία εφαρμόστηκε σε μία γκάμα μουσείων (εθνικά μουσεία, πανεπιστημιακά, κοινοτικά, τοπικής αυτοδιοίκησης και ανεξάρτητα), ονομάζεται Happy museum project και αποτελεί ένα πολύ καλό παράδειγμα της κινητικότητας που υπάρχει στα μουσεία της Μ. Βρετανίας, την πολύ θετική διάθεση για πειραματισμό την θέληση για ένα μουσείο ενεργό και της πρωτοτυπίας που αναδεικνύει. Κύρια χαρακτηριστικά του προγράμματος είναι η απόκτηση της ευδαιμονίας, η αειφορία και ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου του μουσείου ως σημαντικού θεσμού στην ανάπτυξη της κοινωνίας. Το πρόγραμμα θέσπισε 6 προσωπικές και οργανωτικές αρχές.²⁹

- «Υπολόγισε ότι έχει σημασία»
- «Γίνε ενεργός πολίτης»
- «Ανέπτυξε κοινωνικές σχέσεις με αμοιβαιότητα»
- «Δημιούργησε συνθήκες για κατάκτηση της ευδαιμονίας»
- «Μάθε να προσαρμόζεσαι»
- «Δώσε αξία στον περιβάλλον σου, και προστάτευε το μέλλον όσο και το παρελθόν σου»

Το κάθε μουσείο χρησιμοποιώντας την θεωρία που σκιαγραφήσαμε, ανέπτυξε την δική του στρατηγική (επανεκπαίδευση προσωπικού, επαναπροσδιορισμός των ερευνών του κοινού κ.α.). Τα αποτελέσματα που βγήκαν τον Σεπτέμβριο του 2016 (καθώς το πρόγραμμα συνεχίζεται από το 2011 λόγω της επιτυχίας του) καταγράφει θετικό πρόσημο στον εμπλουτισμό της σχέσης του μουσείου και της κοινότητας με την δημιουργία ποικίλων συμμετοχικών και δημιουργικών δράσεων. Ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στην συμμετοχή του κοινού ως εθελοντές, εξοικειώνοντας τους με τον τρόπο αυτό με την λειτουργία του μουσείου και πετυχαίνοντας μία ιδανικότερη σύνδεση του Μουσείου με το κοινό που απευθύνεται. Παρά τα θετικά αποτελέσματα, η έκθεση της ΜΑ (museum association) αναφέρει πως το πρόγραμμά θα πρέπει να εντάξει περισσότερο στο πρακτικό του κομμάτι για να απευθυνθεί σε ένα ευρύτερο κοινό.

Στην Βραζιλία οι νέες συνθήκες στην καθημερινότητα της κοινωνίας αλλά και η υποστήριξη των θέσεων της αειφορίας σ' ένα φιλελεύθερο πλανήτη, οδήγησαν στην δημιουργία της κοινωνιομουσειολογίας στην Βραζιλία. Το κίνημα αυτό έχει ως εφαρμογή του το μουσείο Abolition στο Ρεσίφε. Η κοινωνιομουσειολογία υποστηρίζει πως είναι η ώριμη πλευρά της νέας μουσειολογίας και στοχεύει στην προσαρμογή των δομών μουσείου στις ανάγκες της σύγχρονης μουσειολογίας, την μεγαλύτερη συνεργασία του κοινού με το μουσείο μέσα από την αντίληψη ενός μουσείου εκφραστή της κοινωνίας που αντιπροσωπεύει αλλά και την αύξηση της αυτονομίας των δημόσιων μουσείων, κάτι που μάλλον είναι ευρέως αποδεκτό από την επιστημονική κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα στο μουσείο Abolition συναντάμε ένα επίσης ανοιχτό μουσείο το οποίο εντάσσει στην βάση του το κοινό. Δημιουργεί μία μόνιμη έκθεση έπειτα από την συμμετοχή κάθε ενδιαφερόμενου ενώ άμεσα συνεργάζεται με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα τις περιοχής. Η δημιουργία της

²⁹ (Social justice alliance of museums, <http://sjam.org/case-studies/>)

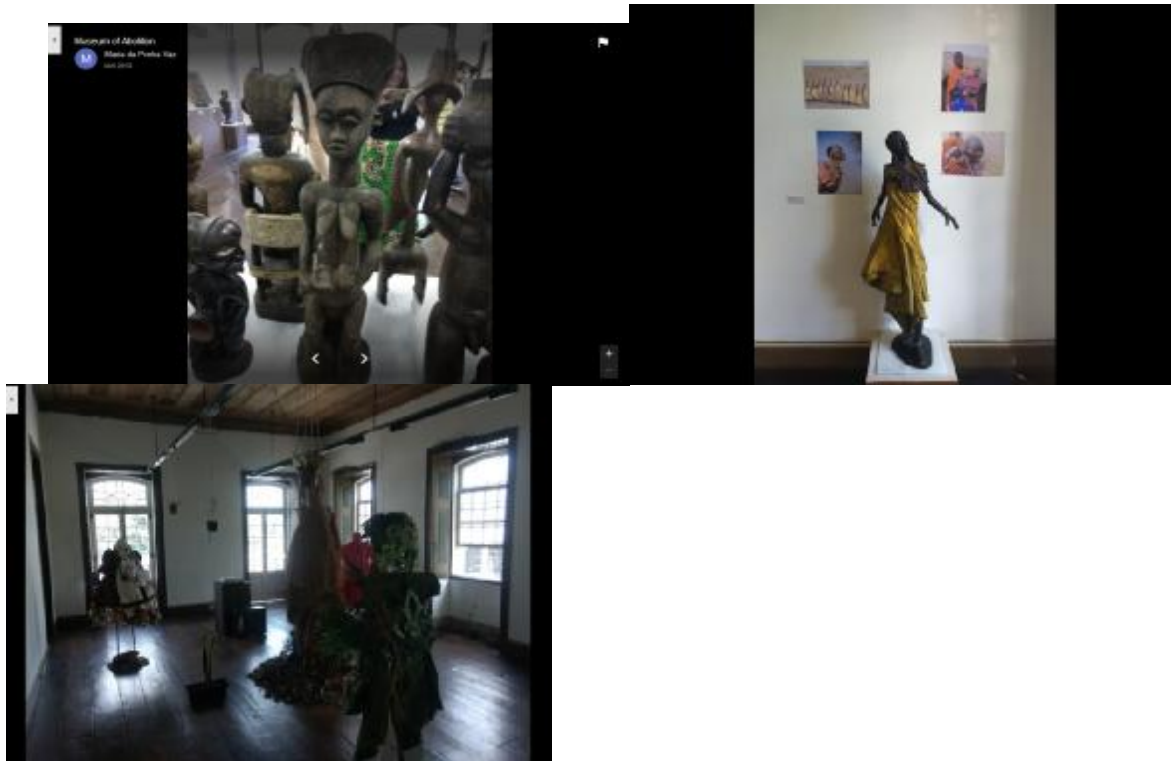
έκθεσης έγινε κάτω από την εποπτεία επαγγελματιών μουσειολόγων, οι οποίοι στηρίζουν την άποψη πως ένα μουσείο μπορεί να εκφράσει μία κοινότητα όντας σε άμεση συνεργασία μ' αυτήν. Οι ίδιοι υποστηρίζουν πως παρά τα εγκαίνια ,η έκθεση παρέμεινε και θα παραμείνει ημιτελής καθώς το περιεχόμενο της θα είναι ανοιχτό για κάθε πρόσθεση, παρατήρηση και διόρθωση.



Εικόνα 7 Το Museu da Abolição (Assuncao dos Santos P., J. P. (2010). *Sociomuseology : To understand new museology in the 21st century*)

Τέλος ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του μουσείου είναι η προσπάθεια μη τοποποίησης της θεματολογίας του ,η οποία περιστρέφεται γύρω από την ιστορική και τωρινή σχέση της αφρικάνικης ηπείρου με την Βραζιλία καθώς τους αγώνες αντιστάσης του αφρικάνικου λαού , ενώ ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην απόκτηση της συνείδησης του πολίτη. Κάτι που πρέπει να αναφερθεί όμως είναι η ασταθής λειτουργία του μουσείου καθώς βασίζει την χρηματοδότηση του κυρίως σε τοπικούς παράγοντες αλλά και στην ένωση των μουσείων της Βραζιλίας³⁰.

³⁰ Assuncao dos Santos P., J. P. (2010). *Sociomuseology: To understand new museology in the 21st century*. Σελ.99-110



Εικόνα 8 Εικόνες από την έκθεση στο Museu da Abolição (Assuncao dos Santos P., J. P. (2010). *Sociomuseology : To understand new museology in the 21st century*)

Όπως βλέπουμε πολλές προτάσεις έγιναν και πολλά σχέδια υλοποιήθηκαν, όλα με στόχο την εκδημοκρατοποίηση του μουσείου και την καλύτερη δυνατή εκπλήρωση των αναγκών της κοινωνίας. Η νέα μουσειολογία, η κοινωνιομουσειολογία, η πολιτιστική αειφορία δημιουργήθηκαν ως απάντηση στην απαίτηση της κοινωνίας για ένα βιώσιμο μουσείο υποταγμένο στην υπηρεσία της. Ενέργειες σαν κι αυτές έθεσαν ζήτημα για την ίδια την ουσία διατήρησης των συλλόγων. Αλλά πριν συνεχίσουμε στο συμπέρασμα θα ήταν πρέπον να εξετάσουμε την εικόνα των μουσείων πριν από τις πρωτοβουλίες που προαναφέρθηκαν. Είναι ενόητο πως μια γενικότερη αντίληψη υπήρχε πάνω από το μουσείο, που ενέπνευσε τις ενέργειες αυτές. Η αντίληψη αυτή βρίσκει αντίκρισμα στο χαρακτηρισμό «παραδοσιακό».

Παραδοσιακό μουσείο λογίζεται ο τύπος μουσείου που εμφανίστηκε τον 19^ο αιώνα και είναι προσανατολισμένο στην φύλαξη, μελέτη και προστασία των μουσειακών αντικείμενων. Η δημιουργία των μουσείων του 19^ο αιώνα είναι στενά συνδεδεμένη με την δημιουργία νέων κρατών και την ανάδειξη της εθνικής ταυτότητας. Πιο συγκεκριμένα τα μουσεία αυτά φαίνεται να παρουσιάζονται ως προβολείς της μίας αντικειμενικής εθνικής ιστορίας προάγοντας την εθνική ταυτότητα, ενότητα, κληρονομιά και γνώση ακόμα και στις μέρες μας. Η πραγματικότητα γύρω από τα αντικείμενα φαίνεται μονοδιάστατη, επιστημονική και αντικειμενική με την διάταξη τους να ακολουθεί μία αυστηρά χρονολογική σειρά, με την συνοδεία λεζάντων που ακολουθούν ακαδημαϊκά πρότυπα. Με δεδομένα τα παραπάνω δεν εκπλήσσει η αίσθηση δυσφορίας, αμηχανίας, μειονεξίας και εν τέλει η αποστροφή του κοινού από αυτά τα μουσεία³¹

³¹ Ε, Νάκου. (2002). *Μουσεία : Εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Κεφάλαιο Β.2: Τυπολογική προσέγγιση των σύγχρονων μουσείων σελ. 131- 133

Η επιλογή του παραδοσιακού μουσείου ως τελευταίου τύπου μουσείου δεν έγινε τυχαία καθώς είναι ο συνδετικός κρίκος στην εικόνα του μεγαλύτερου αριθμού των ελληνικών μουσείων. Πράγματι τα περισσότερα μουσεία της χώρας βρίσκονται κάτω από το πρίσμα του «παραδοσιακού» τύπου έχοντας τον ρόλο της αυθεντίας. Η αιτία δεν είναι βέβαιη και μάλλον δεν είναι μόνο μία, αλλά πιθανότατα μπορούν να συγκεντρωθούν γύρω από την έλλειψη χρηματοδότησης των δημόσιων μουσείων, την απουσία μουσειακών σπουδών μέχρι πριν από λίγα χρόνια και η εμμονή στην ενασχόληση των επιμελητών με το παρελθόν και διαφύλαξη του για το μέλλον. Όμως αν διαχωρίσουμε την έκθεση με τα εκπαιδευτικά προγράμματα θα βλέπαμε μία διαφορετική κατάσταση, καθώς το 70% των ελληνικών μουσείων έχει διεξάγει ή διεξάγει εκπαιδευτικά προγράμματα ενώ το 59% εξ' αυτών διαθέτει υπεύθυνο για εκπαιδευτικές δραστηριότητες ή τμήμα Εκπαιδευτικών προγραμμάτων³². Παρά τον εκπαιδευτικό χαρακτήρα που έχουν υιοθετήσει τα μουσεία, το κομμάτι της μόνιμης έκθεσης φαντάζει αμετάβλητο. Η αλήθεια ίσως να κρύβεται στην ιεροποίηση των αντικείμενων που προέρχονται από τον παγκόσμια γνωστό αρχαίο ελληνικό πολιτισμό, αναφερόμενος φυσικά στα αρχαιολογικά μουσεία καθώς είναι τα περισσότερα στη χώρα. Αρκετές φορές το κοινό στα ελληνικά μουσεία έχει έρθει αντιμέτωπο με αντικείμενα συνοδευόμενα από ελλιπέστατα ερμηνευτικά μέσα, χρησιμοποιώντας κάποιες φορές ακραία ακαδημαϊκή γνώση εμφανιζόμενα ως αντικείμενα «βλέπετε αλλά μην αγγίζετε» αντικείμενα ακόμα και από τους ίδιους τους επιμελητές. Η αλήθεια είναι σίγουρα άξια εκτεταμένης έρευνας η οποία δεν μπορεί να γίνει στην συγκεκριμένη εργασία. Βέβαια δεν μπορεί να αρνηθεί και κανείς την ύπαρξη πρωτοβουλιών που ανάδειξαν το μουσείο ως κοινωνικό φορέα με χαρακτηριστικότερες αυτές του Δρ. Χουρμουζιάδη³³ στο αρχαιολογικό μουσείο Βόλου, τα εκπαιδευτικά προγράμματα «Μελίνα» κ.α.

Αλλά ποια είναι η εικόνα των ελληνικών μουσείων τα τελευταία χρόνια μέσα στην οικονομική και όχι μόνο κρίση; Λίγα χρόνια πριν την κρίση είναι αλήθεια πως υπήρξε ιδιαίτερη αύξηση στον αριθμό των μουσείων της χώρας. Πόλεις – πρωτεύουσες νομών συγκέντρωσαν το υλικό του νομού και μετέτρεπαν την αποθήκη σε μουσείο. Αλλά και σε μικρότερες πληθυσμιακά περιοχές είδαμε μικρά λαογραφικά μουσεία να ξεπηδούν κάτω από την προοπτική της τοπικής ανάπτυξης. Αλλά η οικονομική κρίση έφτασε στην Ελλάδα. Ήδη από τα πρώτα χρόνια της είδαμε τρομερές έλλειψης στις λειτουργίες του μουσείου. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από το Υπ. Πολιτισμού το 2011, κανένα μουσείο στην Ελλάδα δεν μπορεί να εκπληρώσει όλες τις ανάγκες ενός επισκέπτη. Τα περισσότερα εξ αυτών εκπληρώνουν μόνο τις βασικές ανάγκες όπως ενημερωτικό φυλλάδιο, νερό, τουαλέτες και χώρο στάθμευσης και όπως μας πληροφορεί ο αρθρογράφος της εφημερίδας Βήμα και όχι πάντα όλες μαζί. Ενώ εκπαιδευτικά προγράμματα, πωλητήρια, δίγλωσσες πινακίδες, αναψυκτήρια σπανίζουν. Κάποιες ενέργειες έγιναν από τον τότε υπουργό πολιτισμού Π. Γερούλιανου για πολύγλωσσες πινακίδες, φύλακες και για τουαλέτες μια κίνηση καλή μα μακριά από την λύση του προβλήματος.

Τα επόμενα χρόνια η οικονομική κατάσταση των μουσείων χειροτέρευσε. Η χρηματοδότηση των δημοσίων μειώθηκε ενώ τα ιδιωτικά αναγκάστηκαν να γίνουν ιδιαίτερα ευέλικτα για να επιζήσουν. Το μουσείο Μπενάκη δημοσιοποίησε το πρόβλημα του αφαιρώντας μία μέρα από την εβδομαδιαία λειτουργία του. Το ίδιο βήμα ακολούθησε και το μουσείο Φυσικής ιστορίας Γουλανδρή. Τα δύο μεγάλα ιδιωτικά μουσεία μη μπορώντας να ανταποκριθούν στον προγραμματισμό τους διοργάνωσαν συναυλίες υποστήριξης. Η κατάσταση αυτή θα μπορούσε να ενταχθεί στις ευνοϊκές περιπτώσεις καθώς κάποια μουσεία

³² (Νικονάνου, Μουσειοπαιδαγωγική. Από τη θεωρία στην πράξη, 2009, σελ. 186-193

³³ (Χουρμουζιάδης, 1998, Αρχαιολογική έρευνα και μαρξιστική μεθοδολογία, Ριζοσπάστης

³⁴ Βήμα, (2011). *Μουσεία σε (υστερική) κρίση*.

έφτασαν στο σημείο να ανοίγουν μετά από συνεννόηση με το κοινό . Βέβαια σαν μία ακτίνα φωτός σ ' αυτή την δύσκολη εποχή ήρθε το γεγονός ότι παρά την αύξηση της τιμής του εισιτηρίου , η επιτυχημένη διαφήμιση της χώρας στο εξωτερικό έφερε ελάχιστη μείωση στην επισκεψιμότητα σε σχέση με το αναμενόμενο³⁴ .

2. Πολυμεσικές εφαρμογές στα μουσεία

2.1. Τα πολυμέσα

Ζώντας στην εποχή της πληροφορίας, στην εποχή του διαδικτύου και των πολυμέσων έχουμε δεχτεί την τεχνολογία στις περισσότερες πτυχές της καθημερινότητας μας. Τα οφέλη της, όπως είπαμε είναι πολλά και η καθημερινότητα έχει γίνει πιο εύκολη. Ο θεσμός του μουσείου τα τελευταία έχει διεγερθεί από αυτήν την εξέλιξη και σε αρκετές περιπτώσεις έχει εντάξει τα πολυμέσα η αλλιώς τις νέες τεχνολογίες (όπως θα τις συναντήσουμε σε αρκετά μουσειολογικά άρθρα) στην λειτουργία του και στους εκθεσιακούς χώρους, αυξάνοντας την κατανόηση και την διάδραση μεταξύ της έκθεσης και του κοινού. Στο κεφάλαιο αυτό θα ερευνήσουμε τον ορισμό των πολυμέσων, τις πρακτικές τους στα μουσεία, τα θετικά στοιχεία και αυτά που ένας μουσειολόγος θα πρέπει να προσέξει.

Οι πολυμεσικές εφαρμογές έχουν βρει τον δρόμο τους στην λειτουργία του μουσείου είτε για εκπαιδευτικούς, είτε για διαχειριστικούς, είτε για λόγους συντήρησης. Τι είναι, λοιπόν, τα πολυμέσα; Ετυμολογικά, η λέξη πολυμέσα είναι σύνθετη, με πρώτο συνθετικό τη λέξη *πολύ* και δεύτερο τη λέξη *μέσα*. Ο όρος μέσο αναφέρεται σε ένα φυσικό ή τεχνητό στοιχείο που βρίσκεται ανάμεσα από δύο πράγματα και με την βοήθεια αυτού μπορεί να πραγματοποιηθεί η μεταφορά δεδομένων, δηλαδή κάποια μορφή επικοινωνία. Ως πολυμέσα ή πολυμεσικές εφαρμογές, ορίζουμε όλες τις εφαρμογές που συνδυάζουν κείμενο, εικόνες, βίντεο, ήχους. Δεν χρειάζεται για να ονομαστεί κάποιο πολυμέσο να έχει όλα αυτά ως μέσα, αλλά οπωσδήποτε το κείμενο και τις εικόνες και κάποιο από τα άλλα τρία μέσα απαραίτητα. Όπως και να έχει το πράγμα, όταν η εφαρμογή είναι πλούσια σε χρήση εικόνων, βίντεο, ήχου και άλλων μέσων, τότε θεωρείται ότι εμπίπτει στον παραπάνω ορισμό³³.

Βασικό στοιχείο των εφαρμογών πολυμέσων είναι η διαδραστικότητα. Τα πολυμέσα επιδιώκουν μια περισσότερο «φιλική» και παραστατική παρουσίαση του περιεχομένου, αποσκοπώντας στην καλύτερη κατανόηση και αλληλεπίδραση ακόμη και στα πιο απαιτητικά θέματα. Η διαδραστικότητα δηλώνει τη δυνατότητα να αλληλοεπιδρούμε με την εφαρμογή και να καθορίζουμε την εξέλιξή της σύμφωνα με τα ενδιαφέροντάς μας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω των διαθέσιμων επιλογών που μας δίνει η εφαρμογή ενώ οι εφαρμογές που δεν επιτρέπουν την επέμβαση ή την επιλογή, ονομάζονται μη αλληλεπιδραστικές ή παθητικές. Η παρουσίαση των πληροφοριών στην περίπτωση αυτή δίνει την δυνατότητα απλά να γίνει η εκκίνηση και ο τερματισμός της εφαρμογής με την λειτουργία της να είναι προκαθορισμένη. Από τη άλλη μια παρουσίαση είναι αλληλεπιδραστική όταν ο χρήστης, έχει τη δυνατότητα να επιλέξει το υλικό που τον ενδιαφέρει μέσα από ευέλικτες δομές πληροφόρησης και να πλοηγηθεί σε μη γραμμικές διαδρομές αφήγησης. Με τον τρόπο αυτό η δημιουργία μιας πλούσιας εμπειρίας διαμεσικής επικοινωνίας επιτυγχάνεται καθώς επιχειρείται η διέγερση πολλαπλών αισθήσεων από τον χρήστη³⁴.

Τα πολυμέσα λοιπόν τα έχουμε συναντήσει όλοι μας σε εφαρμογές μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και σε υπηρεσίες πολυμέσων όπως είναι η «ψηφιακή» ενημέρωση, η ψυχαγωγία και η διασκέδαση στο Διαδίκτυο. Λιγότερο συχνά τα συναντάμε στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην μετάδοση οπτικοακουστικών θεαμάτων πολιτιστικού περιεχομένου, στην ψηφιακή

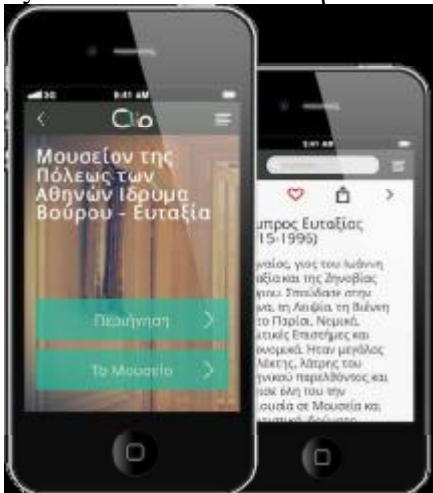
³³ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Σγνγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.20

³⁴ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Σγνγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.46, 47

καλλιτεχνική δημιουργία κ.α. ενώ αξιόλογες χρήσεις τους είναι στην εκπαίδευση, στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση, στο ηλεκτρονικό εμπόριο και αλλού.

Ας ρίξουμε όμως μία πιο προσεκτική ματιά στα στοιχεία που απαρτίζουν ένα πολυμέσο. Ξεκινώντας λοιπόν από το κείμενο, δεν υπάρχει αμφιβολία για την απλότητα του ως μέσο αλλά και για την πολύ συχνή χρήση του. Από την Μεσοποταμία μέχρι σήμερα η γραφή έχει καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη της ανθρωπότητας και φυσικά στις μέρες μας ένα μεγάλο μέρος της επικοινωνίας μας γίνεται με τη βοήθεια του γραπτού λόγου. Αναπόσπαστο κομμάτι των πολυμεσικών εφαρμογών είναι το κείμενο εφόσον είναι σχεδόν αδύνατη η ύπαρξη μίας πολυμεσικής υπηρεσίας χωρίς κάποια μορφή κειμένου. Τις περισσότερες φορές μπορούμε να το συναντήσουμε ως βασικό πληροφοριακό στοιχείο, ως επεξηγηματικό στοιχείο στις λεζάντες των εικόνων και σχημάτων, ως υπότιτλους σε βίντεο ή ταινίες, ως στοιχείο των διεπαφών διάδρασης μέσα από την δημιουργία πεδίων εισαγωγής και αναζήτησης πληροφοριών κ.α.

Ως θετικά στοιχεία στην χρήση του κειμένου σίγουρα μπορούμε να αναγνωρίσουμε τις ευκολίες συντάξης και τυποποίησης, τις μικρότερες απαιτήσεις επεξεργασίας και αποθήκευσης όπως και τις δυνατότητες καλύτερης οργάνωσης και διαχείρισης ενώ στα αρνητικά την έλλειψη παραστατικότητας, την αποκλειστικά έμμεση διάδραση που μπορεί να υπάρξει μέσω του σχολιασμού και της κριτικής, κάτι που όμως οδηγεί στο συμπέρασμα που βγαίνει από τα λεγόμενα του ψυχολόγου William Glasser όπου ένας άνθρωπος μαθαίνει μόλις το 10% απ' αυτά που διαβάζει. Τώρα όσον αφορά την μορφή και το περιεχόμενο ενός κειμένου θα πρέπει να είναι λιτό αλλά και κατανοητό, περιεκτικό, ευανάγνωστο και άρτια τοποθετημένο σύμφωνα με την γωνία θέασης του χρήστη. Η επεξεργασία του, οριοθετείτε στην κατάλληλη επιλογή γραμματοσειράς και στη σωστή επιλογή του μεγέθους, ώστε να εμφανίζεται σωστά σε οποιαδήποτε συσκευή προβολής³⁵.



Εικόνα 9 Η χρήση κειμένου σε μία πολυμεσική εφαρμογή(πηγή : <https://cliomuseapp.com/el/>)

Ένα επίσης συνηθισμένο μέσο για την παρουσίαση πληροφοριών είναι η εικόνα. Η εικόνα αποτελεί και ένα από τα βασικά συστατικά της φυσικής επικοινωνίας του ανθρώπου καθώς μιλάμε για μία μορφή περιεχομένου με πολύ σημαντική περιγραφική αξία, που διαθέτει αμεσότητα και παραστατικότητα. Μια εικόνα μπορεί να είναι φωτογραφία που έχει ληφθεί με φωτογραφική μηχανή ή ένα σχέδιο που έχει δημιουργηθεί με υπολογιστή. Στα πολυμέσα τις συναντάμε κυρίως ως φωτογραφίες, γραφικά, διαγράμματα, γραφήματα ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης, την ικανοποίηση λειτουργικών απαιτήσεων όπως η σήμανση κ.α. Η επεξεργασία τους ποικίλει από την αλλαγή μεγέθους μέχρι τις χρωματικές βελτιώσεις και την προσθήκη εφέ.

³⁵ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Συγγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.188- 199

Στα θετικά στοιχεία επιλογής της μπορούμε σίγουρα να αναφέρουμε την αμεσότητα και την παραστατικότητα που προαναφέραμε, τις ευκολίες λήψης ,επεξεργασίας, μετάδοσης και διαχείρισης ,τις σχετικά μικρές απαιτήσεις επεξεργασίας ακόμη και από τους πιο αδύναμους υπολογιστές κάτι φυσικά που μικραίνει ιδιαίτερα το κόστος επεξεργασίας αλλά και την συνεχιζόμενη ερευνητική και τεχνολογική ανάπτυξη στον τομέα αυτό³⁶.



Εικόνα 10 Οι εικόνες σε μία πολυμεσική εφαρμογή(<http://hermitagemuseum.org/wps/portal/hermitage/?lng=en>)

Ο ήχος και η εικόνα συνθέτουν τα κυρίαρχα συστατικά της βασικής επικοινωνίας των ανθρώπων όπως και της διαμεσικής επικοινωνίας. Η αξία του ήχου από πολύ νωρίς αναγνωρίστηκε στον χώρο του θεάματος, τόσο στην οπτικοακουστική παραγωγή και τον κινηματογράφο όσο και στη βιομηχανία των ηλεκτρονικών παιχνιδιών. Εντοπίζεται σε αρκετές εφαρμογές πολυμέσων, κυρίως ως εναλλακτικός τρόπος παρουσίασης των πληροφοριών ή για την ενημέρωση του χρήστη σε περίπτωση λάθους ή σωστού. Η ενσωμάτωση της ηχητικής πληροφορίας στον κόλπο των πολυμέσων, ήταν στοιχείο που προσέδωσε ακόμη μεγαλύτερη αμεσότητα και παραστατικότητα στην αφήγηση και την αλληλεπίδραση ανθρώπου – υπολογιστή. Ο ήχος πλέον αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι των σύγχρονων πολυμέσων. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα λίγο πολύ είναι παρόμοια μ' αυτά της εικόνας και να συγκεντρώνονται γύρω από την ευκολία επεξεργασίας και την δυσκολία διαχείρισης και οργάνωσης. Στα οφέλη βέβαια πρέπει να προσθέσουμε ,εκτός από την ενεργοποίηση ακόμη μία αίσθησης του ανθρώπου, την ομοιότητα με την ανθρώπινη επικοινωνία κάτι που λειτουργεί θετικά φυσικά διάδραση υπολογιστή– κοινού³⁷.



Εικόνα 11 Η χρήση ήχου μέσω audio guide(<https://www.bailiwickexpress.com/jsy/life/technology/british-museum-has-launched-new-smarter-audio-guides-and-we-went-try-them-out/>)

³⁶ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Σγνγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.200- 227

³⁷ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Σγνγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.228- 248

Τα τελευταία χρόνια στα πιο συχνά μέσα μπορούμε εύκολα πια να βάλουμε το βίντεο. Το βίντεο εκφράζεται μέσα από τις κινούμενες εικόνες και υπάρχει παντού στην καθημερινότητα μας σήμερα μέσα από τα τηλεοπτικά προγράμματα, τις ταινίες, τα κινούμενα σχέδια και τα δυναμικά γραφικά υπολογιστών. Από την πρώτη συσκευή εγγραφής βιντεοταινίας του Charles Ginsburg μέχρι τα κινητά τηλέφωνα η χρήση του είναι ευρέως διαδεδομένη. Το βίντεο αποτελεί την πλέον παραστατική και απαιτητική μορφή περιεχομένου και αυτός είναι ο λόγος που η εισαγωγή του στην πληροφορική και στα πολυμέσα καθυστέρησε τόσο. Κάποια από τα κυριότερα θέματα που απασχολούν την επεξεργασία τους είναι η ανάλυση, τα πρότυπα μετάδοσης, τα μορφότυπα αποθήκευσης, το λογισμικό επεξεργασίας και το υλικό για σύλληψη και προβολή βίντεο. Στις πολυμεσικές εφαρμογές θα συναντήσουμε το βίντεο ως μέσο οπτικοακουστικών αφηγήσεων, βιντεοπαρουσιάσεις, παιχνίδια, διαδραστικά βίντεο, εικονική πραγματικότητα (που θα μιλήσουμε παρακάτω) αλλά και ενσωματωμένο σε εφαρμογές πανοραμικές προβολείς και εικονικής περιήγησης που είναι γνωστά σε μας κυρίως από το Google art project. κ.α.

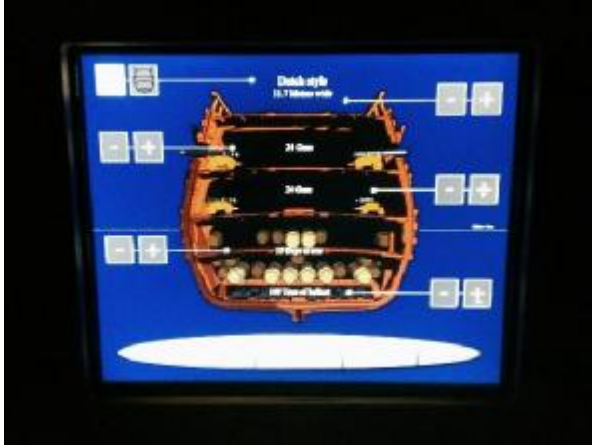


Εικόνα 12 Χρήση του βίντεο μέσω οθόνης αφής(Πηγή : Ένη Πατσιάβα , Έρευνα κοινού για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών σε ελληνικά μουσεία τέχνης)

Τέλος αρκετά θετικά στοιχεία προκύπτουν από την χρήση βίντεο όπως όμως και αρνητικά. Η αμεσότητα και η παραστατικότητα αποτελούν ιδιαίτερα θετικά στοιχεία όπως βέβαια το γεγονός πως βρίσκεται πολύ κοντά στον πολυτροπική επικοινωνία του ανθρώπου, απεναντίας όμως τα ζητήματα ομοιογένειας και τυποποίησης ,οι δυσκολίες που εμφανίζονται στην οργάνωση και διαχείριση τους όπως φυσικά και οι μεγαλύτερες απαιτήσεις επεξεργασίας και αποθήκευσης τους πολλές φορές δυσκολεύει την χρήση τους στις πολυμεσικές εφαρμογές ,την καταστά δαπανηρή και κάποιες φορές εξειδικευμένη.

Ως κατηγορία του βίντεο θα αναφέρουμε παρακάτω τις πολλές και ευεργετικές δυνατότητες που μας δίνουν τα δυναμικά γραφικά υπολογιστών ή διαφορετικά σχεδιοκινήσεις (animation). Τα animation όπως οι περισσότεροι γνωρίζουν ήδη από τα παιδικά μας χρόνια είναι οι κινήσεις σχεδίων, που δημιουργούνται στο υπολογιστή με ειδικό λογισμικό. Η δημιουργία κινούμενων σχεδίων αποτελούσε στο παρελθόν μια διαδικασία, που απαιτούσε να ζωγραφιστούν οι διαδοχικές εικόνες με το χέρι και απεικόνιζαν κάθε χαρακτήρα σε διαφορετική στάση. Στη σημερινή εποχή τα λογισμικά δημιουργίας τρισδιάστατων γραφικών και προσομοιώσεων κίνησης (σχεδιοκίνηση ή animation) παρέχουν τη δυνατότητα κίνησης των μοντέλων μειώνοντας φυσικά τον χρόνο δημιουργίας και αυξάνοντας στο μέγιστο τις δυνατότητες σχεδίασης . Πιο συγκεκριμένα μέσω αυτών σήμερα έχουμε την δυνατότητα να οπτικοποιήσουμε την φαντασία. Οποιαδήποτε θέματα ενδιαφέρουν τον άνθρωπό μπορούν πια να έρθουν στην ζωή και εξυπηρετώντας φυσικά τα θέλω των δημιουργών τους , έχουν προσδώσει σήμερα ιδιαίτερο εκπαιδευτικό και

ψυχαγωγικό χαρακτήρα κερδίζοντας την προσοχή του κοινού και δημιουργώντας ακόμα συνθήκες διάδρασης στον επισκέπτη κάτι που φυσικά δεν έμεινε απαρατήρητο από τους πολιτιστικούς θεσμούς όπως θα δούμε παρακάτω. Στα αρνητικά της χρήσης τους όμως είναι πως χρειάζεται αρκετή προσπάθεια για να δημιουργηθούν ακόμα και οι βασικές σχεδιοκινήσεις, κάτι που δυσχεραίνει την χρήση του από ένα μη εξειδικευμένο χρήστη και αυξάνει το κόστος³⁸.



Εικόνα 13 Η χρήση animation(Πηγή: <https://www.vasamuseet.se/el>)

Όλα τα στοιχεία αυτά αποτελούν τα δομικά στοιχεία για μία εφαρμογή να χαρακτηριστεί πολυμεσική χωρίς φυσικά να περιέχονται όλα μαζί. Μία ιδιαίτερη προέκταση των πολυμέσων καθώς τα βασικά της στοιχεία είναι οι εικόνες, οι ήχοι και οι κινήσεις είναι η λίγο πολύ γνωστή σ' όλους μας η εικονική πραγματικότητα. Ως ορισμός για την εικονική πραγματικότητα δεν έχει γίνει μέχρι σήμερα κάποιος κοινά αποδεκτός. Σύμφωνα με τον όρο των Sherman & Craig η εικονική πραγματικότητα (virtual reality) ορίζεται ως «ένα μέσο το οποίο αποτελείται από αλληλεπιδραστικές εξομοιώσεις με υπολογιστή, οι οποίες “αισθάνονται” τη θέση και τις ενέργειες του χρήστη και αντικαθιστούν ή επαυξάνουν την ανάδραση σε μία ή παραπάνω αισθήσεις, δίνοντας το αίσθημα της πνευματικής εμπύθισης ή παρουσίας στην εξομοίωση (ένανς εικονικός κόσμος)». Ενώ οι Loffler και Anderson εκφράζουν την εικονική πραγματικότητα ως εξής: εικονική πραγματικότητα είναι ένα τρισδιάστατο περιβάλλον προσομοίωσης σε υπολογιστή του οποίου η απεικόνιση γίνεται σε πραγματικό χρόνο και εξαρτάται από την συμπεριφορά του χρήστη»³⁹.

Με λίγα λόγια μιλάμε λοιπόν για μία διαδραστική τεχνολογία όπου ο χρήστης άμεσα πια έχει την δυνατότητα να αλληλεπιδράσει με το υπολογιστικό σύστημά με ενέργειες, κινήσεις και εκτιμήσεις παρόμοιες με αυτές που θα εφάρμοζε στο πραγματικό περιβάλλον, και όχι με την χρήση παραδοσιακών μοντέλων εισόδου(ποντίκι, πληκτρολόγιο).

Έτσι μπορούμε να διαχωρίσουμε τα εικονικά περιβάλλοντα σε κατηγορίες οι οποίες ποικίλουν ανάλογα με την σχέση τους με τον εξωτερικό κόσμο και τις συσκευές που χρησιμοποιούνται:

- Στα περιβάλλοντα εμπύθισης όπου οι χρήστες είναι εφοδιασμένοι με οθόνη προσαρμοσμένη στο κεφάλι και δεν δέχονται δεδομένα από τον φυσικό κόσμο.

³⁸ ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Σγνγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ σελ.245-258

³⁹ (Αντώνη Γκαβιογιάννης , Περιγραφή πολυμεθοδολογικής προσέγγισης για την σχεδίαση εικονικών περιβαλλόντων σελ. 20



- Στα περιβάλλοντα οθόνης όπου η αναπαράσταση γίνεται σε υπολογιστή και έτσι ο χρήστης εξακολουθεί να έχει αντίληψη του φυσικού κόσμου



- Περιβάλλοντα προβολής όπου το εικονικό περιβάλλον προβάλλεται σε ένα δωμάτιο ή σε μία επιφάνεια εργασίας,



- Και τα ενισχυμένα περιβάλλοντα όπου τα εικονικά αντικείμενα προβάλλονται πάνω στον εικονικό κόσμο με την χρήση οθόνων προσαρμοσμένων στο κεφάλι, tablets ή smartphone με ενσωματωμένη κάμερα κ.α. που επιτρέπουν στο χρήστη να βλέπει μέσα απ' αυτές.⁴⁰



⁴⁰ Μαυρικήδου, Ε. (2013). *Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών*. Σύρος: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ. Σελ 16-17

Στις μέρες έχει αναπτυχθεί ο τομέας αυτός και έχει χρησιμοποιηθεί από πολιτιστικούς και πανεπιστημιακούς οργανισμούς όπως φυσικά και στην καθημερινότητα (video games κ.α.) ενώ αξιοσημείωτη είναι και η χρήση του για θεραπευτικούς σκοπούς.⁴¹

Τέλος ως υποκατηγορία της εικονικής πραγματικότητας μπορούμε να αναγνωρίσουμε την προσομοίωση. Ως ορισμός της Προσομοίωσης δίνεται η αναπαράσταση της συμπεριφοράς ενός συστήματος μέσω της χρήσης ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, η χρήση του οποίου επιτρέπει την μελέτη συστημάτων έξω από τα συστήματα αυτά, με αποτέλεσμα να παρέχεται πληθώρα δυνατοτήτων σε άλλη περίπτωση δύσκολων ή αδύνατων να πραγματοποιηθούν.

Έπειτα λοιπόν από την αναφορά και την εξήγηση του ορισμού των πολυμέσων και των στοιχείων που τα απαρτίζουν είναι πρόβλημα σ' αυτό το σημείο να κάνουμε την σύνδεση μεταξύ πολυμέσων – μουσείου εντός της έκθεσης. Για το λόγο αυτό θα εξετάσουμε ποια είναι η πρακτική σύνδεση μεταξύ αυτών των δύο πόλων μέσα από την εφαρμογή τους στα μουσεία του κόσμου αλλά και της Ελλάδας.

Οι εφαρμογές των πολυμέσων σ' ένα μουσείο μπορούν να πάρουν αρκετές μορφές. Ένας μουσειολόγος είναι η αλήθεια πως μέσα από την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια έχει μία σειρά επιλογών για την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού και ψυχαγωγικού χαρακτήρα της αφήγησης που θα θέλει να δημιουργήσει. Οι επιλογές αυτές ποικίλουν και έτσι παρακάτω θα γίνει μία συνοπτική κατάταξη τους ανάλογα με το επίπεδο διαδραστικότητας τους. Έτσι λοιπόν οι πρακτικές μπορούν να χωριστούν σε:

- παρουσιάσεις (video or slideshow or photo projections) με περιορισμένες επιλογές οι οποίες στηρίζουν ένα έκθεμα με συγκεκριμένες οπτικοακουστικές πληροφορίες και στις οποίες ο ρόλος του χρήστη είναι αρκετά παθητικός
- ηλεκτρονικές ξαναγήσεις μέσω φορητών συσκευών που προσφέρουν πληροφορίες στους επισκέπτες ενώ περιηγούνται στο μουσείο
- συστήματα αναζήτησης με τη μορφή βάσεων δεδομένων με λίστες και χάρτες που λειτουργούν ως γρήγορα σημεία αναφοράς ή ως σταθμοί πληροφόρησης σε οθόνες αφής κ.α.
- ως συμπληρωματικό υλικό για εκθέσεις, που προσφέρει σε βάθος πληροφορίες και είναι συνήθως τοποθετημένο σε ειδικό χώρο για να επιτρέψει πιο μακρόχρονη αναζήτηση και συγκεντρωμένη μελέτη
- στοιχεία ενσωματωμένα στην αφήγηση της έκθεσης με προσεκτικά σχεδιασμένες πολλαπλές διασυνδέσεις μεταξύ αντικειμένων και προγράμματος (όπου η φυσική σχέση με τα άλλα στοιχεία της έκθεσης είναι καθοριστικής σημασίας)
- ως κύρια εκθέματα τα ίδια, όπου το πρόγραμμα πολυμέσων με την μορφή διαδραστικών παιχνιδιών ή μέσω εφαρμογών τρισδιάστατης απεικόνισης
- ως μίμηση του ίδιου του εκθέματος σε περίπτωση αδυναμίας προβολής του
- ως προετοιμασία για την έκθεση, με εφαρμογές τοποθετημένες πριν την είσοδο της, οι οποίες προσφέρουν πληροφορίες για το κύριο θέμα και τις ενότητες που θα καλύψει, εφοδιάζοντας τον επισκέπτη με τα κατάλληλα εργαλεία για την εμπύθιση του στο θέμα της έκθεσης

Φυσικά οι μέθοδοι αυτοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν μεμονωμένα αλλά και μ' ένα συνδυασμό κάποιων από αυτών. Αλλά για να δώσουμε μία εικόνα θα πρέπει να δούμε στην πράξη τις πρακτικές αυτές.⁴²

2.2.Τα πολυμέσα στα Μουσεία

Ξεκινώντας λοιπόν την εξέταση μας θα συναντήσουμε πρώτα τα πολυμέσα στα μουσεία ως βοηθητικό πληροφοριακό υλικό των αντικειμένων και γενικότερα της συλλογής. Αλλά πρώτα θα ρίξουμε μια ματιά στα λεγόμενα του Julian Spalding⁴³ και το σύγγραμμα «Ένα ποιητικό μουσείο». Στο σύγγραμμα αυτό μάς καλεί να οραματιστούμε πώς θα είναι το Βρετανικό Μουσείο το 2012 (δηλαδή 10 χρόνια από την εποχή που γράφει ο ίδιος). Προβλέπει την χρήση του “headset”. Το headset θα έχει τον ρόλο ενός βοηθού επίσκεψης, ο οποίος θα συνοδεύει τον επισκέπτη από τη μια αίθουσα στην άλλη, προσφέροντάς του ένα μεγάλο όγκο δεδομένων για τα εκθέματα μέσω κειμένου, οπτικοακουστικού υλικού και τρισδιάστατων προβολών και θα υποστηρίζει αρκετές γλώσσες. Εκτός απ' αυτό θα συμβουλευεί τον επισκέπτη τι να δει, θα τον ρωτάει αν θέλει να ακούσει μουσική κατά τη διάρκεια της περιήγησης, θα του δίνει τη δυνατότητα να επικοινωνήσει με την παρέα με την οποία ήρθε στο μουσείο και τον ειδοποιεί όταν έρθει η ώρα να την ξανασυναντήσει, όπως επίσης τη δυνατότητα πρόσβασης στη βάση δεδομένων του μουσείου. Ένα gadget που σίγουρα θα ήταν εντυπωσιακός βοηθός για κάθε επισκέπτη ενός μουσείου και θα αναβάθμιζε σε πολύ μεγάλο βαθμό την εξυπηρέτηση των αναγκών και των ενδιαφερόντων του⁴⁴.

Αλλά πάμε να δούμε την εικόνα του Βρετανικού μουσείου σήμερα όπως και γενικότερα των μουσείων του κόσμου μέσα από χαρακτηριστικά παραδείγματα. Το Βρετανικό μουσείο σήμερα δεν διαθέτει το headset που οραματίστηκε ο Spalding αλλά εύκολα μπορούμε να πούμε πως από το 2015, το Βρετανικό μουσείο έφτασε πολύ κοντά στην πρόβλεψη αυτή διότι οργάνωσε την επίσκεψη του, μέσω των Audio Guides. Το audio guide κάνει χρήση πολυμέσων, χρησιμοποιώντας εικόνες των αντικείμενων με δυνατότητα καλής ανάλυσης μεγέθυνσης και σμίκρυνσης συνοδευόμενα από ένα σύνολο πλούσιων πληροφοριών, διαδραστικός χάρτης για εύκολη πλοήγηση των επισκεπτών στον χώρο του μουσείου. Το audio guide δημιουργήθηκε έπειτα από έρευνα των αναγκών του κοινού καθώς ο προϋπάρχων οδηγός δεν ανταποκρινόταν στο πλήθος των αναγκών του κοινού.

Τέσσερα είδη audio guides παρέχονται: για ενήλικες⁴⁵ (σε 10 γλώσσες), για παιδιά, για άτομα με προβλήματα όρασης γίνεται η χρήση βρετανική νοηματική γλώσσα και για άτομα με προβλήματα όρασης με πιο λεπτομερή ακουστική περιγραφή των έργων. Η έρευνα κράτησε 5 εβδομάδες και μέσα σ' αυτές έγινε κατανοητό πως το κοινό ήθελε ένα πολυμεσικό οδηγό εμπλουτισμένο από ηχητικά ντοκουμέντα. Μέχρι την υλοποίηση του ακολουθήθηκαν όλες οι πρακτικές αξιολογήσεις στον σχεδιασμό και στην ανάπτυξη. Τέλος παρέχονται πληροφορίες για την οργάνωση διαδρομών συγκεκριμένης διάρκειας, όπου προτείνονται σημαντικά εκθέματα και παρέχονται σχετικές πληροφορίες⁴⁶.

⁴² Μαυρικήδου, Ε. (2013). *Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών*. Σύρος: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ. Σελ 24,25

⁴³ Διακεκριμένος Κριτικός τέχνης

⁴⁴ Τα μουσεία και η μουσειολογία στη σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις, νέες σχέσεις (Μέρος ΙΑ') Από την Τεχνολογία του Μουσείου στη Μουσειολογία της Τεχνολογίας Κώστας Αρβανίτης

⁴⁵ Στους οποίους υπάρχουν 10 γλώσσες,

⁴⁶ (British museum, http://www.britishmuseum.org/visiting/planning_your_visit/audio_guides.aspx)



Εικόνα 14 Η χρήση των audio guides(Πηγή : http://www.britishmuseum.org/visiting/planning_your_visit/audio_guides.aspx)

Το όραμα του Spalding δεν έπεσε έξω . Ο θεσμός του audio guide η τον multimedia guide χρησιμοποιείτε από τα μεγαλύτερα μουσεία του κόσμου (ΜοΜΑ, Louvre κ.α.). Μία παρόμοια πρακτική υπήρξε και στην Ελλάδα όσο κι αν φαίνεται περίεργο το γεγονός αυτό. Η τεχνολογία αυτή δεν είναι δύσκολη και ήδη από το 2005 εφαρμόστηκε σε 15 από τα μεγαλύτερα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους της χώρας από το Ινστιτούτο Πληροφορικής του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας(ΙΠ & ΙΤΕ). Η χρήση δεν κράτησε για πολύ. Η ενέργεια αυτή φέρει πολλές ομοιότητες με τα παραπάνω audio guides μόνο που ο χάρτης περιλαμβάνει όλα τα σημεία ενδιαφέροντος σ' έναν αρχαιολογικό χώρο για ένα χρήστη ενώ προσθέτει την δυνατότητα επιλογής πορείας μέσα από μία μεγάλη ποικιλία.

Εκτός αυτού ιδιαίτερη ήταν και η πρακτική του συστήματος ηλεκτρονικής ξενάγησης Μουσείου Φυσικής Ιστορίας Κρήτης που δημιουργήθηκε από το επίσης από το ΙΠ & ΙΤΕ. Η περίπτωση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς μέσα από την χρήση υπέρυθρων που είναι εγκατεστημένες στον χώρο αλλά και ασύρματου δικτύου, μπορούν να προσφέρουν πολυμεσικό πληροφοριακό υλικό στον επισκέπτη για το κάθε έκθεμα η την κάθε εκθεσιακή ενότητα μόλις επισκέπτης βρεθεί κοντά τους. Η πρακτική αυτή φαντάζει ιδανική καθώς μπορεί να γλυτώσει τους επισκέπτες από την αναζήτηση πληροφοριών και θα απομακρύνει τους ανθρώπους που δεν είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, απλοποιώντας την επίσκεψή τους. Άλλες προσθήκες σε παρόμοιες εφαρμογές ανά τον κόσμο είναι η δυνατότητα δημιουργίας playlist ως soundtrack της επίσκεψης⁴⁷.



Εικόνα 15 Η αρχική σελίδα της εφαρμογής με τα σημεία ενδιαφέροντος που χρησιμοποιήθηκε(Πηγή : Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και ψηφιακής πληροφορίας σε Μουσεία και Εκθεσιακούς Χώρους, Στεφανίδης)

⁴⁷ (Στεφανίδης, 2007, Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και ψηφιακής πληροφορίας σε Μουσεία και Εκθεσιακούς Χώρους, σελ 109-120

Αν προσπαθήσουμε να βρούμε κάτι διαφορετικό σε ένα πασίγνωστο μουσείο τότε θα πρέπει να επισκεφτούμε το μουσείο του Λούβρου. Εκτός από το audio guide που διαθέτει μπορείς ακόμη να αξιοποιήσεις δυνατότητα διάδρασης με την συλλογή φτάνει να έχει μαζί σου ένα Nintendo 3DS XL™. Το Nintendo 3DS XL™ χρησιμοποιείται λόγω της δυνατότητας που παρέχει για στερεοσκοπική 3D απεικόνιση της οθόνης, η οποία δίνει στα αντικείμενα μια αίσθηση του βάθους που εκτείνεται σε μεγάλη έκταση στο πίσω μέρος της οθόνης. Ταυτόχρονα εντοπίζει τη θέση του επισκέπτη και τους οδηγεί μέσα στην έκθεση. Εκτός από τα ακουστικά σχόλια στις φωτογραφίες των εκθεμάτων και οι εικόνες είναι υψηλής ευκρίνειας αναβαθμίζουν την εμπειρία του επισκέπτη⁴⁸



Εικόνα 16 Η χρήση του Nintendo στο Μουσείο του Λούβρου(Μαυρικίδου, Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην διαμόρφωση των εκπαιδευτικών δυνατοτήτων στο μουσείο)

Μία πολύ ενδιαφέρουσα πρακτική των πολυμέσων για την παροχή πληροφοριών είναι αυτή του 202nd Chiappa Artillery Battery Visitor Centre στο Portifino Park της Γένοβας στην Β. Ιταλία . Η έκθεση επικεντρώνεται στον 2^ο παγκόσμιο πόλεμο και στεγάζεται σε μία πρώην γερμανική στρατιωτική βάση . Είναι σημαντική καθώς χρησιμοποιεί ένα πλήθος τεχνολογικών πρακτικών για την καλύτερη πληροφόρηση του κοινού του . Μέσα σ' αυτές εντάσσονται ένας σταθμός με μία οθόνη αφής και μία εφαρμογή για Smartphone, η οποία φέρει πολλές ομοιότητες με τα audio guides αναφέραμε παραπάνω. Η οθόνη αφής που υπάρχει παρουσιάζει στους χρήστες ένα ημερολόγιο από ένα Γερμανό στρατιώτη που βρέθηκε στην περιοχή ενώ η συλλογή φωτογραφιών και βίντεο διαχωρισμένων ανάλογα με τις θεματικές περιόδους αναβαθμίζει ιδιαίτερα το πληροφορικό χαρακτήρα της έκθεσης καθώς δίνει την ευκαιρία για εναλλακτική πληροφόρηση μίας και το διάβασμα του ημερολογίου και η παροχή πληροφοριών μέσω κειμένου θα κούραζε ιδιαίτερα⁴⁹

Ένα από τα πιο δημοφιλή και ενδιαφέροντα εργαλεία για ένα μουσειολόγο τα τελευταία χρόνια είναι τα ενισχυμένα περιβάλλοντα που αναφέραμε παραπάνω. Αρκετά μουσεία ανά τον κόσμο έχουν ενσωματώσει δραστηριότητες ενισχυμένων περιβαλλόντων στην γκάμα τους και ένα απ' αυτά είναι και το δικό μας Μουσείο Ακρόπολης. Το τελευταίο σε συνεργασία με το Chess project δημιούργησε μία εφαρμογή όπου με την χρήση smartphone η tablet μέσω μίας κάμερας ,ο επισκέπτης είχε την δυνατότητα να δει την «κόρη της Χίου» μέσα από την οθόνη μέσα στον φυσικό χώρο του μουσείου όμως με διαφορετική όψη⁵⁰ . Η κόρη της Χίου εμφανιζόταν με τα εκτιμώμενα χρώματα από τον καιρό της ακμή της ενώ ο χρήστης είχε την δυνατότητα να περιστρέψει και να ζουμάρει στο έκθεμα. Μία

⁴⁸ (Μαυρικίδου, Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην διαμόρφωση των εκπαιδευτικών δυνατοτήτων στο μουσείο . Σύρος: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ.

(2014). Roberto Frasca, Davide Pantile, Matteo Ventrella, Giovanni Verreschi *NODEM 2014 Conference & expo.*, 202 NODEM 2014 CONFERENCE & EXPO Innovative Museum Exhibits: Telling a Story by Means of an Engaging Experience σελ.205,206

⁵⁰ (The CHESS Project, cultural heritage experiences through socio-personal interactions and storytelling

<http://www.chessexperience.eu/>

παρόμοια πρακτική ακολούθησε και το “ Liguria Heritage ” μόνο που δεν υπήρχαν αληθινά αντικείμενα. Το project περιλάμβανε 3D απομιμήσεις ιστορικών προσώπων μέσα στο φυσικό χώρο , ενώ το σενάριο περιελάμβανε την περιγραφή ιστοριών από την εποχή που προέρχονται από τα ίδια ιστορικά πρόσωπα. Και οι δύο περιπτώσεις μπορούν να χαρακτηριστούν πρωτότυπες με την περίπτωση του Μουσείου Ακρόπολης να δημιουργεί κάτι που δεν θα μπορούσε να έχει την ίδια βαρύτητα αν δινόταν σε γραφικό χαρακτήρα⁵¹.



Εικόνα 17 Η κόρη της Χίου μέσα από την εφαρμογή του chess project, και η εφαρμογή δεξιά στο Liguria Heritage(Πηγή : Η πρώτη εικόνα αριστερά <http://www.chessexperience.eu/> και η εικόνα δεξιά 202 NODEM 2014 CONFERENCE & EXPO Innovative Museum Exhibits: Telling a Story by Means of an Engaging Experience)

Η υιοθέτηση πολυμεσικών πρακτικών δεν μπορεί να χαρακτηριστεί στοιχείο των ελληνικών μουσείων. Είτε για οικονομικούς είτε για ιδεολογικούς, είτε για λόγους έλλειψης τεχνογνωσίας τα ελληνικά μουσεία δεν έχουν υιοθετήσει τις «νέες τεχνολογίες» όπως λέμε σήμερα. Υπάρχουν όμως εξέχουσες περιπτώσεις που αντιστέκονται στην κατάσταση αυτή και δίνουν μία ευκαιρία στα πολυμέσα και στις δυνατότητες που προσφέρουν. Ξεκινώντας λοιπόν από τα νέα μουσεία θα πάμε κάπου πολύ κοντά μας και πιο συγκεκριμένα στο Αρχαιολογικό μουσείο Πύργου. Η μικρή αναφορά που μπορούμε να κάνουμε εκτός φυσικά από την χρήση εικόνων και κειμένου⁵², είναι οι οθόνες αφής με 4 επιλεγμένα αντικείμενα σε κάθε ενότητα και την δυνατότητα επιλογής κάποιου απ’ αυτά για περαιτέρω πληροφορίες. Μία καλή εισαγωγή των νέων τεχνολογιών έγινε στο νέο αρχαιολογικό μουσείο Τεγέας. Εκτός από την πολύ καλή ιστοσελίδα που δημιούργησε , μία πληθώρα πολυμέσων χρησιμοποιήθηκαν στον εκθεσιακό του χώρο. Εντός αυτού οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να συνδέσουν τα αντικείμενα με τον ανασκαφικό τους χώρο, το υπόβαθρό τους κ.α. καθώς πολλές φωτογραφίες, βίντεο ,μέσω της βοήθειας οθόνων προβολής ,έχουν χρησιμοποιηθεί δίνοντας τις πληροφορίες που ο επισκέπτης θα επιλέξει⁵³.

⁵¹ (2014). Roberto Frasca, Davide Pantile, Matteo Ventrella, Giovanni Verreschi NODEM 2014 ConferenCe & expo., 202 NODEM 2014 CONFERENCE & EXPO Innovative Museum Exhibits: Telling a Story by Means of an Engaging Experience σελ.206,207

⁵² Που γίνεται σ’ όλα τα μουσεία της χώρας

⁵³ (Arcaeological Tegea Museum, <http://www.tegeamuseum.gr/>)



Εικόνα 18 Η χρήση πολυμέσων στο αρχαιολογικό μουσείο Τεγέας(Πηγή : <http://www.tegeamuseum.gr/>)

Αλλά ας πάρουμε καλύτερα τα λόγια της προϊσταμένης της ΛΘ΄ Εφορείας Προϊστορικών και Κλασικών Αρχαιοτήτων, Άννα Καραπαναγιώτου όπου τονίζει πως «έχει δοθεί μεγάλη έμφαση στις νέες τεχνολογίες, υπάρχουν διαδραστικές τράπεζες, εικονικές περιηγήσεις και άλλα νέα συστήματα, που για πρώτη φορά εισήχθησαν στην Ελλάδα για το έργο της επανέκθεσης του μουσείου της Τεγέας». Δεν υπάρχει αμφιβολία για τα λεγόμενα της κ. Καραπαναγιώτου. Ως ικανοποιητικό θα μπορούσαμε να λάβουμε το γεγονός επίσης πως τα κλεμμένα αντικείμενα από το προηγούμενο μουσείο δεν λείπουν από την νέα έκθεση μιας και παρουσιάζονται μέσα από την ψηφιακή τους μορφή⁵⁴.

Εκτεταμένη χρήση πολυμέσων στον εκθεσιακό χώρο κάνει το Αρχαιολογικό μουσείο Θεσσαλονίκης. Όταν χρησιμοποιούμε την λέξη «εκτεταμένη» δεν αναφερόμαστε απλά στην ποσοτική χρήση πολυμέσων αλλά και στις ποικίλες μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα στην πρώτη αίθουσα που αναφέρεται στην προϊστορική εποχή γίνεται χρήση 3λέπτου βίντεο με συνεντεύξεις επιστημών για τα δεδομένα του προϊστορικού νοικοκυριού. Κατά την ιστορική περίοδο της Μακεδονίας υπάρχει μια ταινία έξι λεπτών όπου παρατίθενται όλοι οι σημαντικοί σταθμοί του μακεδονικού βασιλείου, μέχρι τη ρωμαϊκή κατάκτηση. Εντύπωση προκαλεί και η πρόνοια για τον φιλομαθή επισκέπτη στην αρχή της ενότητας υπάρχει μία οθόνη αφής μέσω από την οποία δίνονται περισσότερες πληροφορίες για τους αρχαιολογικούς χώρους της Μακεδονίας και για άλλα ειδικά θέματα. Παρόμοιες μεθόδους θα συναντήσουμε και στις υπόλοιπες αίθουσες του μουσείου, στο τμήμα όμως που αφορά τις τέχνες και πιο συγκεκριμένα τη μουσική, όπου ακούγεται παιγμένο ένα μουσικό κομμάτι των πρώιμων ελληνιστικών χρόνων όπου ενεργοποιείται με φωτοκύτταρο. Εκτός του εκθεσιακού χώρου σε ειδική αίθουσα προβάλλονται ταινίες ευρύτερου αρχαιολογικού ενδιαφέροντος σε καθορισμένες ώρες και μέρες⁵⁵.

Αν ξεφύγουμε από τον ελληνικό χώρο και πάμε σ' ένα μέρος όμως που μιλούν ελληνικά τότε θα φτάσουμε στο Δημοτικό μουσείο Λεβέντη στην Λευκωσία και στην έκθεση για τα «Τείχη της Λευκωσίας». Η έκθεση λοιπόν εστιάζει στον οικισμό της Λευκωσίας από την ρωμαϊκή κατάκτηση έως την βενετσιάνικη οχυρωμένη πόλη. Το μουσείο λοιπόν

⁵⁴ (Naftemporiki.gr, Ανοίγει ξανά τις πύλες του το Αρχαιολογικό Μουσείο Τεγέας

⁵⁵ (Διάχυτη... νοημοσύνη σε έκθεση του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης για τη Μακεδονία,

<http://www.ekt.gr/el/news/10952>, Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης

χρησιμοποιεί μία πολυμεσική εφαρμογή με τρισδιάστατα μοντέλα που αντιπροσωπεύουν τις οχυρώσεις της πόλης καθώς και τις σημαντικότερες διαφοροποιήσεις για τις πέντε ιστορικές περιόδους της πόλης ,την προρωμαϊκή , το ρωμαϊκό κάστρο, το βυζαντινό κάστρο, η μεσαιωνική πόλη κάτω υπό τον οίκο των Λουζινιάν και τα ενετικά τείχη.

Η αλληλεπίδραση επιτυγχάνεται μέσω της επιτραπέζιας επιφάνειας αφής. Οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν την περίοδο που τους ενδιαφέρει σε μία μη γραμμική αφήγηση. Μπορούν στη συνέχεια να αλληλοεπιδρούν και να μελετούν τα τρισδιάστατα μοντέλα της ιστορικής περιόδου που επιλέγουν χρησιμοποιώντας διαισθητικές χειρονομίες, αγγίζοντας την επιφάνεια. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να μεγεθύνουν και να σμικρύνουν την οθόνη να στρέψουν και να κλίσουν την εικονική κάμερα δίνοντας τους όλες της δυνατότατες περιήγησης στον εικονικό χώρο. Η διάδραση όμως του υπολογιστή με τον επισκέπτη δεν σταματά εκεί , καθώς προκειμένου να συνδεθεί ακόμα περισσότερο χρήστης με το εικονικό περιβάλλον ,μια πυξίδα στην επάνω δεξιά γωνία, τους βοηθά με τον προσανατολισμό ενώ παραδοσιακή μουσική παίζεται για κάθε ιστορική περίοδο⁵⁶.



Εικόνα 19 Η χρήση εικονικής πραγματικότητας στο Λεβέντειο Μουσείο (Learning through Multi-touch Interfaces in Museum Exhibits: An Empirical Investigation)

Αυτά που παρουσιάζουμε παραπάνω δεν αποτελούν το σύνολο της εικόνας των ελληνικών μουσείων. Υπάρχουν πολλές και διαφορετικές πρακτικές πολυμέσων στον ελληνικό χώρο και ο μεγαλύτερος αριθμός αυτών εκφράζεται από το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού μέσα κυρίως από τον χώρο του Ελληνικού Κόσμου . Όπως μας πληροφορεί ο διευθυντής του Πολιτιστικού Κέντρου Ελληνικός Κόσμος ,Ηλίας Σπυρτούνιας Ο «Ελληνικός Κόσμος» δεν είναι ένα κλασικό μουσείο, με την έννοια ότι δε διαθέτει συλλογές ή μόνιμα εκθέματα. Οι εκθέσεις που φιλοξενεί αξιοποιούν τις πιο πρωτοποριακές εφαρμογές διαδραστικής τεχνολογίας, που επιτρέπουν στους επισκέπτες μια ζωντανή και άμεση σχέση με το εκθεσιακό αντικείμενο. Ακόμη, έχουν σύγχρονη θεματολογία και μοντέρνα οπτική, στοιχεία που τις κάνουν ιδιαίτερα αγαπητές στο μαθητικό –και όχι μόνο– κοινό». Μπορεί λοιπόν να μην υπάρχει μόνιμη έκθεση ωστόσο η εκπαιδευτική του λειτουργία , η διάδραση που δημιουργείται μαζί με την αξιολογική προσέγγιση που γίνεται σ' αυτά , καθίστα τις πρακτικές αυτές αξίες αναφοράς και στοιχείο έμπνευσης για την ένταξη των πολυμέσων στα μουσεία⁵⁷.

Τα πολυμεσικά εκθέματα που δημιουργούνται για τις εκθέσεις του «Ελληνικού Κόσμου» εντάσσονται εντός του εκθεσιακού χώρου και αποτελούν σημαντικό κομμάτι της αφήγησης και βοηθούν την έκθεση στο σύνολο της. Χαρακτηριστικά μπορούμε να

⁵⁶ Learning through Multi-touch Interfaces in Museum Exhibits: An Empirical Investigation,

Panagiotis Zaharias^{1*}, Despina Michael² and Yiorgos Chrysanthou,374-377

⁵⁷ (Σπυρτούνιας, «Ελληνικός Κόσμος: η τεχνολογία στην υπηρεσία του πολιτισμού, ένας ευρωπαϊκός πολιτιστικός πόλος», σελ. 185-187

αναφέρουμε πως χαρακτηρίζονται από ευχρηστία και απλότητα ενώ ιδιαίτερη σημασία δίνεται στην επιτυχία αυτών των στόχων καθώς αξιολογούνται στο μουσειακό χώρο από ειδικούς επιστήμονες.

Δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών είναι από την έκθεση Σταυροφορίες: μύθος και πραγματικότητα και την έκθεση «Συνάντηση στην Αρχαία Αγορά». Στην έκθεση Σταυροφορίες: μύθος και πραγματικότητα δημιουργήθηκε ένα πολυμεσικό έκθεμα, το οποίο συναντάται σε δύο σταθμούς πληροφόρησης και δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες για το θέμα της έκθεσης. Ταυτόχρονα η ύπαρξη ενός προβολέα παρουσιάζει εικόνες από την εφαρμογή επιτρέποντας την χρήση από μεγάλο αριθμό ατόμων και όχι τον συνωστισμό πάνω από μία οθόνη. Δημιουργείτε μια μη γραμμική παρουσίαση των θεμάτων(Οι επισκέπτες θα έχουν την επιλογή μεταξύ των θεμάτων :μύθος και πραγματικότητα, χρόνος, τόποι, άνθρωποι ,κοινωνικές πτυχές και αλληλεπιδράσεις, φωτοθήκη) με την χρήση χαρτών, φωτογραφιών, γραφικών κ.α.



Εικόνα 20 Η χρήση της πολυμεσικής εφαρμογής από την έκθεση Σταυροφορίες: Μύθος και πραγματικότητα (<http://www.ime.gr/multimedia/index.php?opt=de>)

Και άξιος πρεσβευτής του θέματος αυτού είναι η έκθεση. Κύριο μέλημα της έκθεσης «συνάντηση στην αρχαία Αγορά» είναι να ζωντανέψει την κοινωνικοπολιτική και πνευματική κατάσταση της Αθήνας αναδεικνύοντας τις ιδέες και αξίες που γεννήθηκαν στην Αρχαία Αγορά. Εκτός από το κεντρικό θέμα που παρουσιάζει εικονικά ομοιότητες με τα «Τείχη της Λευκωσίας» και η αλληλεπίδραση γίνεται μέσω οθόνη αφής ,θετικά μηνύματα δίνει η διαδραστική εφαρμογή που παρέχει την δυνατότητα στον επισκέπτη να ανεβεί στο «βήμα» και να αγορεύσει επί συγκεκριμένης υπόθεσης και μάλιστα μπορεί να ηχογραφήσει και να ακούσει την αγόρευσή του. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα μέσω μίας βάσης δεδομένων να διαπιστώσουν οι επισκέπτες αν πληρούν τα κριτήρια για να εκλέγονταν βουλευτές στην Αρχαία Αθήνα⁵⁸.

Για το τέλος αφήσαμε μία εφαρμογή για smartphones που δημιουργήθηκε από τρεις Έλληνες. Η εφαρμογή αυτή έχει τον ρόλο του προσωπικού ξεναγού και οι συντελεστές της αποφάσισαν να της δώσουν το όνομα Clio muse. Η εφαρμογή Clio Muse είναι μία εφαρμογή αφήγησης ιστοριών για την τέχνη και τον πολιτισμό. Μπορεί στην εφαρμογή αυτή να μην συναντάμε την συστηματική χρήση πολυμέσων που έχουμε δει μέχρι τώρα παρά μόνο την χρήση εικόνων και κειμένου . Παρά το γεγονός αυτό είναι μία πρωτοποριακή εφαρμογή που μπορεί να δώσει αρκετές πληροφορίες στους επισκέπτες, προσθέτοντας και ιδιαίτερες μέχρι και παράξενες στιγμές από την ιστορία των αντικειμένων προσπαθώντας κι αυτό να συνδυάσει την καλή πληροφόρηση με την ψυχαγωγία . Λειτουργεί κατά τη διάρκεια της επίσκεψής των χρηστών στον εκθεσιακό χώρο όπως και πριν και μετά την επίσκεψη όπου οι ενδιαφερόμενοι βρίσκουν ενδιαφέρουσες ιστορίες γύρω από τα αντικείμενα. Ταυτόχρονα η εφαρμογή παρέχει την δυνατότητα στους χρήστες της να ψηφίσουν, να μοιραστούν και να

⁵⁸ (Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού, Τμήμα Διαδυσκτικού ,Πολυμέσων και κινηματογραφικών προβολών. Ανάκτηση από <http://www.ime.gr/multimedia/index.php?opt=dep>

προσθέσουν στον φάκελο των αγαπημένων τους, τις ιστορίες των αντικείμενων που επιθυμούν. Ένα ακόμη ιδιαίτερο και ταυτόχρονα πολύ σημαντικό για τους μουσειολόγους στοιχείο είναι πως η εφαρμογή αποτελεί εργαλείο αξιολόγησης των εκθέσεων μέσω στατιστικών που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των επισκεπτών τους. Όπως καταλαβαίνουμε είναι μία αρκετά καλή εφαρμογή θα μπορούσαμε να πούμε η οποία δεν λειτουργεί για να αντικαταστήσει το υπάρχον ερμηνευτικό υλικό της εκάστοτε έκθεσης αλλά επιχειρεί να προσθέσει πληροφορίες, να διαφημίσει την έκθεση ενός μουσείου και να αναπτύξει την εξωστρέφεια του και την σχέση του με το κοινό⁵⁹.



Εικόνα 21 Η χρήση και το περιεχόμενο της εφαρμογής Clio Muse(Πηγή : <https://cliomuseapp.com/el/>)

Για το θέμα της χρήσης πολυμεσικών ή ηχητικών οδηγιών , το περιοδικό LiFO έθεσε ερώτημα για την χρήση των οδηγιών στα μουσεία της Αθήνας στο Υπουργείο Πολιτισμού. Η απάντηση που έλαβε ήταν. «η εφαρμογή της ακουστικής ξενάγησης είναι κάτι που έχει καθυστερήσει πολύ καθώς και ότι η λειτουργία τους κρίνεται αναμφισβήτητα αναγκαία, διότι, εκτός των άλλων, πρέπει να αντιμετωπιστούν οι παράνομες εταιρείες που βρίσκονται πολλές φορές έξω από μουσεία της Αθήνας, εκμεταλλευόμενες το γεγονός ότι δεν διαθέτουν συσκευές ακουστικής ξενάγησης και κερδοσκοπώντας σε βάρος του ελληνικού Δημοσίου».

Όσον αφορά το μέλλον υπήρξε διαβεβαίωση για προμήθεια των συσκευών σε κάποιο από τα επόμενα ΕΣΠΑ. Όπως μας επισημαίνουν οικονομικοί αναλυτές η χώρα μας παραμένει ουραγός σε επίπεδο τεχνολογικής ανάπτυξης και, αυτό συμβαίνει «γιατί τις περισσότερες φορές το βασικότερο πρόβλημα είναι η σύνταξη και κατάθεση φακέλου για τη λήψη κονδυλίων σαν αυτά του ΕΣΠΑ και όχι η απορρόφηση των χρημάτων καθαυτή».

Τέλος, τον οδηγό μπορούμε να τον συναντήσουμε στο Μουσείο Ακρόπολης. Παρόλο το γεγονός αυτό στην ιστοσελίδα δεν αναφέρεται , ενώ αντίθετα διαβάζουμε «Το μουσείο δεν οργανώνει ξεναγήσεις αλλά προτείνει στους επισκέπτες να απευθύνονται στο Σωματείο Διπλωματούχων Ξεναγών για την εύρεση ξεναγού». Ταυτόχρονα, σε επικοινωνία που είχε το περιοδικό με το Μουσείο Ακρόπολης ενημερώθηκαν πως σε διαφορετική περίπτωση απ' αυτή του ξεναγού, «οι επισκέπτες μπορούν είτε να προμηθευτούν τον Οδηγό του Μουσείου στην τιμή των 15 ευρώ (διατίθεται στα ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά και ισπανικά) είτε να απευθυνθούν στους αρχαιολόγους-φροντιστές για θέματα της επιλογής τους όσον αφορά την έκθεση, το ίδιο το μουσείο και τη ζωή των Αρχαίων σε σχέση με τη σύγχρονη κοινωνία»⁶⁰

⁵⁹ (Νανοπούλου, Clio Muse: Η εφαρμογή που θα γίνει ο προσωπικός σας ξεναγός σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους http://www.huffingtonpost.gr/2015/03/03/startupgreece-clio-muse-efarmogi_n_6778672.html

⁶⁰ (Πανταζόπουλος, LiFO, Γιατί δεν έχουν Audio Guides τα μεγάλα ελληνικά μουσεία;

Ανάγκη είναι να προσθέσουμε στο σημείο αυτό τα λόγια του πρόεδρου του Σωματίου Διπλωματούχων Ξεναγών Κρίτωνα Πιπέρα «Δεν θεωρούμε τις συσκευές ακουστικής ξενάγησης κάτι ανταγωνιστικό προς εμάς» ισχυρίζεται. «Καμία συσκευή δεν μπορεί να αντικαταστήσει την ανθρώπινη επαφή. Ο μέσος τουρίστας που επιθυμεί να εντυπώσει στην ιστορία της Ελλάδας θα επιλέξει τους ξεναγούς. Επίσης, συμμετέχουμε σε πολυήμερα ταξιδιωτικά πακέτα με αποτέλεσμα να δημιουργούμε προσωπική επαφή με τους τουρίστες, κάτι που δεν μπορεί να αντικαταστήσει καμία ηχογράφιση» λέει.

Και ως απάντηση στην παραπάνω άποψη θα συμφωνήσουμε με τον συντάκτη του άρθρου και θα αναδείξουμε την ερώτηση του «Μήπως, όμως, κατά βάθος τούς βολεύει η επικρατούσα κατάσταση;» και θα κλείσουμε το θέμα εδώ.

Εκτός από την χρήση των πολυμέσων απλά ως εξηγητή, υπάρχουν πρακτικές όπου το μουσείο θέλει έναν ενεργό επισκέπτη θέλοντας να εφαρμόσει της δυνατότητες που προσφέρει η διάδραση και εφαρμόζει τα πολυμέσα για τον στόχο αυτό. Παρακάτω θα εντοπίσουμε χαρακτηριστικά παραδείγματα του ισχυρισμού αυτού.

Ως μία πολύ καλή πρακτική και πρωτότυπη θα μπορούσε να χαρακτηριστεί για μία έκθεση το project Qrator⁶¹. Το πρόγραμμα αυτό δημιουργήθηκε με απώτερο σκοπό να φέρει τον επισκέπτη στην θέση να γνωρίσει άλλες σκέψεις και ερμηνείες από τους υπόλοιπους επισκέπτες για ένα αντικείμενο και να αναβαθμίσει την αλληλεπίδραση του μ' αυτό. Ο τρόπος που καταφέρνει τον παραπάνω σκοπό βρίσκεται στην τοποθέτηση μία οθόνης αφής δίπλα από ένα αντικείμενο. Το μέσο αυτό παρά την απλή χρήση κειμένου και εικόνων είναι άξιο θαυμασμού καθώς δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να έρθει αντιμέτωπος με σχολιασμούς και ερμηνείες άλλων επισκεπτών για το αντικείμενο, ενώ φυσικά παρέχεται και η δυνατότητα σημείωσης και σχολιασμού από τον ίδιο. Τέλος η εφαρμογή παρέχει πληροφορίες για το αντικείμενο από το μουσείο για όποιον θέλει να τις αναζητήσει. Η πραγματοποίηση του εγχειρήματος έγινε στο μουσείο Brands. Παρόμοιες περιπτώσεις υπήρξαν κι από το μουσείο του Birmingham και την Art Gallery της Αγγλίας. Το παράδειγμα της κ. Μπούνια είναι ικανό για να πάρουμε μία απτή ιδέα για την σημασία του, όπου «ένα εθνογραφικό αντικείμενο που ήρθε σε ένα Ευρωπαϊκό μουσείο στις αρχές του αιώνα, ερμηνεύεται διαφορετικά από ένα μέλος ιεραποστολής, από έναν επιχειρηματία, έναν τουρίστα, έναν επιμελητή από τη χώρα προέλευσης του αντικειμένου κι έναν άλλο από τη χώρα κατάληξης του αντικειμένου». Επίσης πρόσθεσε «Έτσι, οι πολλαπλές ιστορίες ενός και μόνου αντικειμένου έρχονται στο φως και φαίνονται αφενός οι δυνατότητες του μουσείου να κατανοήσει και να ερμηνεύσει το υλικό του, και αφετέρου θίγονται θέματα ηθικής και πολιτικής φύσεως, τα λεγόμενα «δύσκολα» θέματα, που συχνά αποφεύγονται στα μουσεία»⁶².

⁶¹ Qrator, <http://www.qrator.org/>

⁶² (Μπούνια, Τα πολυμέσα ως ερμηνευτικά εργαλεία στα ελληνικά μουσεία: γενικές αρχές και προβληματισμοί. Σελ. 4



Εικόνα 22 Η χρήση του Qrator στο Grant Museum of Zoology(Qrator , <http://www.qrator.org/>)

Μέσα στις πρακτικές των πολυμέσων εντάσσεται όπως είδαμε και η εικονική πραγματικότητα. Ένα καλό παράδειγμα για να κατανοήσουμε την διαδραστικότητα της τεχνολογίας αυτής είναι το Allard Pierson Museum. Το μουσείο στεγάζει μία ρωμαϊκή έκθεση και θέλησε να δημιουργήσει μία διαδραστική έκθεση με την βοήθεια των νέων τεχνολογιών. Κύριος στόχος ήταν η εξοικείωση με την χρήση των πραγματικών αντικειμένων της τότε εποχής. Κατά αυτών τον τρόπο δημιουργήθηκε το domus project και αφορούσε την εικόνα μίας ρωμαϊκής κατοικίας. Η υπόθεση της έκθεσης ήταν οι επισκέπτες να συλλέξουν τα εικονικά αντικείμενα τα οποία αποτελούν απομιμήσεις των φυσικών στην τότε τους μορφή. Ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα μέσω του Microsoft kinct sensor που χρησιμοποιήθηκε να περιπλανηθεί στον εικονικό χώρο με περιορισμένες όμως κινήσεις⁶³. Τέλος η εύρεση υποβοηθιόταν από μικρά κλιπ ήχου. Όταν η περιήγηση σταματούσε οι επισκέπτες έπαιρναν ένα κωδικό για κάθε αντικείμενο που είχαν βρει και μπορούσαν να τα δουν από κοντά στην προθήκη που βρισκόταν λίγο πιο πέρα . Μέσα από την χρήση του κωδικού μπορεί να πληροφορηθεί επιπλέον γι' αυτά σε μία οθόνη αφής που χρησιμοποιήθηκε μπροστά από τα αντικείμενα. Οι μουσειολόγοι της έκθεσης ερεύνησαν την σειρά της αφήγησης και εν τέλει κατέληξαν πως η επαφή πρώτα με τα κανονικά αντικείμενα και έπειτα με την εικονική πραγματικότητα είχε τα καλύτερα αποτελέσματα⁶⁴.

⁶³ Οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να πάνε μπροστά-, πίσω , δεξιά και αριστερά με αναλογία γωνίας κινήσεων της 90 μοίρες.

⁶⁴ Halina gottlieb, M. S. (2014). *NODEM 2014 ConferenCe & expo*, Domus: An On-Gallery Digital Museum Experience in Two Parts σελ. 194-196



Εικόνα 23 Η χρήση εικονικής Πραγματικότητας στο Allard Pierson Museum(NODEM 2014 ConferenCe & expo, Domus: An On-Gallery Digital Museum Experience in Two Parts)

Μία παρόμοια εφαρμογή όσον αφορά τουλάχιστον χρήση της οθόνης αφής κάνει το Sestri Levante Archaeological Museum στην Ιταλία όπου στο πλαίσιο το προγράμματος «μετατροπής των επισκεπτών σε αρχαιολόγους» την θέση της εικονικής πραγματικότητας παίρνει η ανασκαφή σε τεχνικό πεδίο με αντικείμενα όμοια με τα πραγματικών. Όταν τα αντικείμενα βρεθούν ακολουθείται και η διαδικασία που ακολουθήθηκε και παραπάνω⁶⁵.

Η χρήση των πολυμέσων για την παραγωγή παιχνιδιών έχει κι άλλες πρακτικές εκτός αυτής της εικονική πραγματικότητας. Με τις πιο χαρακτηριστικές να είναι αυτές το Vasa museum στην Στοκχόλμη και του προγράμματος Capture the museum στο Εθνικό μουσείο της Σκωτίας. Στο μουσείο Vasa στην Στοκχόλμη ο επισκέπτης αφού πρώτα έρθει σε επαφή με όλη την έκθεση και φυσικά με το κύριο έκθεμα της, το πλοίο Vasa ,και γνωρίζοντας φυσικά την ιστορικότητα του πλοίου, εισέρχεται στον ειδικό χώρο που μιλήσαμε παραπάνω και έρχεται αντιμέτωπος με το πλήθος πληροφοριών για τα αίτια του ναυαγίου και για τα περιεχόμενα του πλοίου μέσα από ένα βίντεο με εικόνες γραφικών της εκτιμώμενης εικόνας του πλοίου τότε συνοδευόμενο φυσικά από υποτιτλισμό και σχολιασμό για το κάθε μέρος του πλοίου και δίνοντας την δυνατότητα ρύθμισης της ροής του βίντεο από τους επισκέπτες. Εκτός αυτού όμως του μουσείου δεν έμεινε εκεί και μετά την γνωριμία και την κατανόηση του υπόβαθρου του ναυαγίου βάζει τους επισκέπτες να κατασκευάσουν οι ίδιοι με την σειρά τους, μέσω ηλεκτρονικό υπολογιστή ένα πλοίο με τον εξοπλισμό και το φορτίο του και δοκιμάζοντάς το σε διαφορετικές συνθήκες σε ένα περιβάλλον γραφικών , δίνοντας την δυνατότητα στους επισκέπτες να αξιοποιήσουν τις γνώσεις που έλαβαν και να διορθώσουν το λάθος που έγινε τότε⁶⁶.

Τα εθνικά μουσεία της Σκωτίας δημιούργησαν το πρόγραμμα Capture the Museum . Στο πρόγραμμα αυτό έγινε στην προσπάθεια των μουσείων να δημιουργήσουν ένα συμμετοχικό κοινό και να εμβαθύνουν την εμπειρία του. Στο πρόγραμμα αυτό λοιπόν οι επισκέπτες χωρίζονται σε δύο αντίπαλες ομάδες(με ανώτατο όριο συμμετοχής παικτών ανά ομάδα τους 25) χρησιμοποιούν μια εφαρμογή κινητού τηλεφώνου για να απαντήσουν σε

⁶⁵ 2014). Roberto Frasca, Davide Pantile, Matteo Ventrella, Giovanni Verreschi NODEM 2014 ConferenCe & expo., 202 NODEM 2014 CONFERENCE & EXPO Innovative Museum Exhibits: Telling a Story by Means of an Engaging Experience σελ.204- 205

⁶⁶ (Μπούνια, Τα πολυμέσα ως ερμηνευτικά εργαλεία στα ελληνικά μουσεία: γενικές αρχές και προβληματισμοί.

ερωτήσεις και να λύσουν γρίφους σχετικά με αντικείμενα. Το μουσείο χωρίζεται σε περιοχές οι οποίες προβάλλονται στην εφαρμογή μέσω ενός συχνά ενημερωμένου χάρτη. Το παιχνίδι διαρκεί 30 λεπτά και νικήτρια ομάδα είναι αυτή που θα κατακτήσει τις περισσότερες περιοχές⁶⁷.

Μία ιδιαίτερη περίπτωση χρήσης πολυμέσων είναι αυτή του Jorvik Viking center στο York της Αγγλίας. Το Jorvik Viking center στεγάζεται κοντά στο σημείο που έγινε η ανακάλυψη ενός οικισμού των Vikings χρονολογούμενου τον 9^ο αιώνα π.Χ. Αυτό που κάνει ιδιαίτερη την έκθεση είναι η αναπαράσταση του τότε οικισμού. Για την προσπάθεια πραγματοποίησης της αφήγησης χρησιμοποιήθηκε ειδικός χώρος με δραστηριότητες δραματοποίησης που περιελάμβανε ολόκληρη την έκθεση με απώτερο σκοπό την άμεση πληροφόρηση για την χρήση των αντικειμένων και την ζωή των ανθρώπων του οικισμού. Τα πολυμέσα που χρησιμοποιήθηκαν είχαν ως μοναδικό στόχο το ζωντάνεμα της έκθεσης. Πιο συγκεκριμένα μεγάλες εικόνες ως υπόβαθρα, χαρακτηριστικοί ήχοι ενός οικισμού (κλάμα μωρού κ.α.) και οθόνες ως αναπαράσταση της φωτιάς είναι κάποιες από τις τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν. Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε όμως πως σε διαφορετικό χώρο απ' αυτόν της δραματοποίησης τοποθετήθηκαν οθόνες αφής και βίντεο σε μεγάλες οθόνες που χρησιμοποιήθηκαν για την πληροφόρηση της ιστορίας των Vikings σε διαφορετικές γλώσσες μέσα από ηχεία που είναι τοποθετημένα στις καρέκλες. Τα αυθεντικά αντικείμενα του οικισμού είναι τοποθετημένα σε διαφορετικό χώρο απ' αυτό της δραματοποίησης επίσης. Η έκθεση αυτή όπως θα αναφερθούμε παρακάτω έχει δεχθεί αρκετές κριτικές καθώς όπως υποστηρίζετε, το ενδιαφέρον μετακινείται από τα αντικείμενα⁶⁸.



Εικόνα 24 Η χρήση των πολυμέσων στο Jorvik Viking Center(<https://www.jorvikvikingcentre.co.uk/>)

Για το τέλος αφήσαμε το πολύ σημαντικό θέμα της αξιοποίησης των πολυμέσων στην υπηρεσία των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Για έναν τυφλό ή ένα άτομο με προβλήματα ακοής η εξέλιξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια έχει προσφέρει αρκετές δυνατότητες και ευκαιρίες και χάρης αυτών η πρόσβαση τους έχει αυξηθεί σε πολλές και διαφορετικές περιπτώσεις. Μία εξ αυτών είναι τα μουσεία και γενικότερα οι πολιτιστικοί οργανισμοί. Για την εξυπηρέτηση των αναγκών και την ανάπτυξη της εμπειρίας τους από ένα μουσείο, έχουν υιοθετήσει μία μεγάλη γκάμα μέσων. Ας δούμε κάποια από αυτά. Με την χρήση ακουστικών συστημάτων βρόχων επαγωγής, ο χρήστης ακουστικού βαρηκοΐας εισερχόμενος στον χώρο του μουσείου μπορεί να συνδεθεί αυτόματα με το σύστημα το οποίο μειώνει του ήχους του εξωτερικού περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα ο επισκέπτης με απώλεια ακοής να παρακολουθεί μία ξενάγηση «φυσιολογικά» ισοσταθμίζοντας την μειονεξία του στην ακοή. Η απλούστερη

⁶⁷ (Capture Museum, <http://www.capturethemuseum.com/>)

⁶⁸ Massachusetts Institute of Technology. (n.d.). *Massachusetts Institute of Technology*. Ανάκτηση από Multimedia in Exhibitions: <http://www.mit.edu/~bhdavis/Getty/CIDOC/02-Exh.html>

μορφή μίας τέτοιας εφαρμογής δεν απαιτεί ιδιαίτερες προδιαγραφές και το κόστος της δεν είναι υψηλό.



Εικόνα 25 Ακουστικό σύστημα βροχών επαγωγής (Αντωνία, Τζαναβάρα. (2013). Μουσείο και Ατομα με Αναπηρίες)

Το αυτόματο σύστημα ξενάγησης που είδαμε πιο πάνω χρησιμοποιείται και εδώ με την διαφορά τώρα να εστιάζετε στον τρόπο μετάδοσης. Τα τελευταία χρόνια συχνή χρήση έχουν οι οδηγοί με κειμενογράφο, οι οδηγοί ξενάγησης – βίντεο στην νοηματική γλώσσα και οι οδηγοί με αναλυτικούς υπότιτλους.



Εικόνα 26 Από αριστερά προς τα δεξιά τ ο αυτόματο σύστημα ξενάγησης, ο οδηγός με κειμενογράφο , η βιντεοξενάγηση με την νοηματική γλώσσα, και ο οδηγός με αναλυτικούς υπότιτλους αντίστοιχα (Αντωνία, Τζαναβάρα. (2013). Μουσείο και Ατομα με Αναπηρίες)

Στους οδηγούς με κειμενογράφο ο επισκέπτης επιλέγει έναν αριθμό από την κινητή συσκευή του ,ο οποίος αντιστοιχεί σ' ένα έκθεμα και η ακουστική ξενάγηση μετατρέπεται σ' ένα μεγάλο ευκρινές κείμενο(δυνατότητα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από άτομα με προβλήματα όρασης). Στην βιντεοξενάγηση με την νοηματική γλώσσα ο διερμηνέας μέσω των κινήσεων των χεριών και του σώματος επιδιώκει να προκαλέσει το ενδιαφέρον του επισκέπτη, να τον εμπνεύσει και να προωθήσει την ουσιαστική επικοινωνία με τα αντικείμενα. Οι οδηγοί με αναλυτικούς υπότιτλους παρόμοιους με τους οδηγούς κειμενογράφου διαθέτουν ένα κείμενο ευκρινές με πληροφορίες και σχολιασμό ενώ προσθέτουν την φωτογραφία του αντικειμένου. Τέλος θα προσθέσουμε τις οθόνες αφής. Η χρήση τους δεν διαφέρει με τις χρήσεις που γνωρίσαμε παραπάνω με την διαδραστικότητα

να παραμένει και να προσθέτονται μαγνητοφωνικές περιηγήσεις⁶⁹ κυρίως για τους ανθρώπους με προβλήματα όρασης.

Οι νέες τεχνολογίες προκαλούν το άτομο με προβλήματα όρασης να εμβαθύνει σε διάφορα θέματα και να προσεγγίσει σε πηγές που πριν από μερικά χρόνια δεν ήταν δυνατόν. Η αυτόματη ακουστική ξενάγηση, δίνει ανεξαρτησία στον επισκέπτη του Μουσείου όπως άλλωστε και στον βλέποντα επισκέπτη⁷⁰.

Από όλα τα παραπάνω πήραμε μία πολύ καλή γνώμη για το σύνολο της εφαρμογής πολυμεσικών προγραμμάτων στα μουσεία για παιδαγωγικούς και ψυχαγωγικούς στόχους. Όπως βλέπουμε οι πρακτικές μπορεί να είναι πολλές δεν χρειάζεται να ακολουθήσουμε τις ίδιες μεθόδους αλλά να δούμε πως τα πολυμέσα μπορούν να έχουν χωρίς υπερβολή άπειρες χρήσεις ανάλογα φυσικά με τα αντικείμενα, τις γνώσεις, την ιδεολογία και την φαντασία ενός μουσειολόγου.

2.3. Η έρευνα για την χρήση των πολυμέσων στα μουσεία

Παρακάτω θα μελετήσουμε τους λόγους, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα, τους στόχους και τις έρευνες που έχουν γίνει για την χρήση των πολυμέσων στα μουσεία.

Από την εποχή που άρχισαν οι διαδικασίες για τον εκδημοκρατισμό του μουσείου και την μετατόπιση του κέντρου βάρους από το αντικείμενο στο κοινό, πολλές θεωρίες και μελέτες υπήρξαν για τις παιδαγωγικές μεθόδους που ακολουθεί το μουσείο και για την ενεργοποίηση του επισκέπτη. Οι θεωρίες γύρω από την ενεργή επικοινωνία του κοινού με το αντικείμενο μπορούν συνοψιστούν από την γύρω από τις παρακάτω διατυπώσεις. Σύμφωνα με την Allen Sue «τα εκθέματα πρέπει να παραμένουν εξαιρετικά ενδιαφέροντα και υποκινητικά σε κάθε στάδιο διάδρασης, με σκοπό να κρατήσουν το ενδιαφέρον ενός επισκέπτη», ενώ οι Csikszentmihalyi και Hermanson υποστηρίζουν πως «η ιδανική μάθηση από ένα έκθεμα εκπορεύεται αρχικά από την περιέργεια και το ενδιαφέρον, και μετά μέσω μια φυσικής ροής, κατά την οποία οι επισκέπτες γίνονται μέρος της διαδικασίας με μυαλό και σώμα, σε μια όλο και πιο παρακινητική δραστηριότητα». Όπως βλέπουμε και οι δύο διατυπώσεις υποσημειώνουν το ενδιαφέρον και την περιέργεια ως βασικό μοχλό για την επιτυχία μίας έκθεσης. Για να το πετύχει αυτό όμως ένας μουσειολόγος θα πρέπει να γνωρίζει κάποια βασικά στοιχεία. Η δημιουργία μίας έκθεσης απαιτεί ξεκάθαρους στόχους, συγκεκριμένη ιδεολογία, ισορροπία μεταξύ δυνατότητας και ικανότητας, ξεκάθαρη ανατροφοδότηση και προσανατολισμός στην ικανοποίηση των δυνατοτήτων του μέσου αναμενόμενου επισκέπτη.

Μέσα σ' αυτήν την ιδεολογία πολλές φορές εντάσσεται η αντίληψη που προτείνει την ανάμειξη των επισκεπτών με την έκθεση όπου αντίθετα με την παραδοσιακή πρακτική, η οποία, ακολουθεί την θεωρία ότι η σημαντικότητα του εκθέματος μπορεί να κατανοηθεί και να εκτιμηθεί από την παρατήρηση του και μόνο.

Χωρίς σε καμία περίπτωση να απαξιώνουμε την παραδοσιακή τακτική, έχει γίνει κατανοητό τα τελευταία χρόνια από την πλειονότητα του μουσειολογικού επαγγέλματος πως τα αντικείμενα δεν μεταδίδουν την αναγκαία γνώση σχετικά με αυτά καθώς σε πολλές περιπτώσεις είναι ξεκομμένα από το περιβάλλον που έχουν δημιουργηθεί, βρεθεί ή

⁶⁹ Στο Ηνωμένο Βασίλειο ένας μη κερδοσκοπικός φιλανθρωπικός οργανισμός ο “Vocal voice” σε συνεργασία με το Βασιλικό Εθνικό Ινστιτούτο για Τυφλούς ενσωμάτωσε κιόσκια πληροφόρησης μαγνητοφωνικές περιγραφές.

⁷⁰ Αντωνία, Τζαναβάρα. (2013). *Μουσείο και Ατομα με Αναπηρίες*. Κορινθος, σελ. 110- 123

χρησιμοποιηθεί . Επίσης η οπτική μονοτονία μπορεί να οδηγήσει τον επισκέπτη σε κούραση και απόρριψη κάτι που συναντάμε αρκετά συχνά όταν ομοειδή αντικείμενα παρουσιάζονται μαζί. Ως λύση στο πρόβλημα αυτό εμφανίζονται πολλές πρακτικές και πειραματισμοί γύρω από την δημιουργία εμπλουτισμένων περιβαλλόντων στα μουσεία. Η αποτελεσματικά που υπήρξε μέσα από πολλές εφαρμογές της όπως θα δούμε και παρακάτω ώθησε τους ερευνητές να αναπτύξουν το θέμα της χρήσης των νέων τεχνολογιών στο μουσείο.

Ένα βασικό στοιχείο όμως που θα πρέπει να γνωρίζουν τα μουσεία είναι πως τα πολυμέσα δεν προσφέρουν απλώς παιχνίδια, αλλά είναι εργαλεία και παρέχουν την βοήθεια στα μουσεία να ανταποκριθούν καλύτερα στον ρόλο τους ,όπως αυτός περιγράφεται από τους πολλούς ορισμούς του μουσείου. Η αλήθεια είναι πως μπορεί να αναγνωριστούν κάποια σημεία προκατάληψης των μουσείων για τα πολυμέσα αλλά όπως προείπαμε η λελογισμένη χρήση δεν βρίσκει αντίκρισμα στην έκφραση «εξαρτήματα της εποχής» ενώ οι θέσεις που τα αποκαλούν αντιεπιστημονικά δεν ευσταθούν. Κύριος λόγος για την εργασία αυτή άλλωστε είναι να αντιταχθεί σε τέτοιες προκαταλήψεις και να αποδείξει πως τα πολυμέσα αποτελούν βασικό κομμάτι της χάραξης της εκπαιδευτικής, ψυχαγωγικής και επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου⁷¹.

Η επιλογή και η χρήση των πολυμέσων είναι μία εργασία σύνθετη και μπορεί να πραγματοποιηθεί , ανάλογα φυσικά με την περίπτωση ,από τεχνικό προσωπικό, από εξωτερικούς συνεργάτες ή από όποιον έχει μια σχετική εξοικείωση. Απαιτείται συνεργασία μεταξύ μουσειολόγων, μουσειοπαιδαγωγών με ειδικούς στην πληροφορική που γνωρίζουν καλά τη χρήση και τις δυνατότητες αυτών των μέσων, ώστε να παράγονται αποτελέσματα που θα προωθούν το ρόλο και τη σημασία των μουσείων .Κάπως έτσι η παροχή γνώσεων προς το κοινό, η εκπαίδευση και η έκθεση αποκτούν ένα ιδιαίτερο εργαλείο αφού μπορούν, να «ξυπνήσουν» τον επισκέπτη να διατεθούν στο κοινό για να το βοηθήσουν σε μία πιο κατανοητή ή ποικιλόμορφη αντίληψη για τα αντικείμενα , να αναπτύξουν την διάδραση του με τα αντικείμενα και να διευρύνουν την εμπειρία του.

Το «ξυπνήμα» του επισκέπτη και η αναβάθμιση της διάδραση του με την έκθεση είναι μία δύσκολη προσπάθεια χωρίς αμφιβολία ,αλλά μπορεί να χαρακτηριστεί επιτυχημένη όταν παρέχεται δυνατότητα εναλλαγών, όταν διατηρείται και ανανεώνεται το ενδιαφέρον και τελικά αυξάνεται ο χρόνος παραμονής του επισκέπτη στον εκθεσιακό χώρο. Για να επιτύχουν αυτά θα πρέπει πρώτα να γίνουν κατανοητά τα στοιχεία που συνθέτουν το μήνυμα, μέσω του πολλαπλασιασμού των ερεθισμάτων, την αμεσότητα, την παραστατικότητα, την διεισδυτικότητα των μηνυμάτων και με σεβασμό στην ανάπτυξη πολλαπλών ερμηνειών. Μέσω αυτών ο μουσειολόγος μπορεί πια να πάει ένα βήμα παρακάτω αναβαθμίζοντας την έκθεση του.

Η ικανότητά τους να συνδυάζουν εικόνες, ήχους, βίντεο, σχέδια, χάρτες, κείμενα και παιχνίδια τους προσδίδει το στοιχείο της υψηλής διδακτικότητας καθώς μπορεί να μεταδώσει μία πληθώρα μηνυμάτων σε πολύ μικρό χρόνο. Ο προβλεπόμενος χρόνος για ένα επισκέπτη είναι ένα πολύ σημαντικό ζήτημα και προκαλεί συχνά πονοκέφαλο στους επιμελητές. Η λεγόμενη μουσειακή κόπωση συχνά ελλοχεύει την στιγμή που οι επιμελητές συνήθως προσπαθούν να γεμίσουν την έκθεση με όσον το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες και έννοιες. Τα πολυμέσα στην περίπτωση αυτή εμφανίζονται ως από μηχανής θεοί καθώς δίνουν την δυνατότητα με τα μέσα που αναφέραμε παραπάνω να αντικαταστήσουν το κουραστικό πολλές φορές κείμενο , ενώ τακτικές όπως αυτής της εικονικής πραγματικότητας τείνουν να προσδώσουν ένα αίσθημα που δεν μπορεί να φέρει η χρήση της μακέτας.

Η χρήση πολυμέσων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο κοινό καθώς όπως έχει παρατηρηθεί από κάποιες έρευνες ,το ενδιαφέρον του κοινού ανατροφοδοτείτε και αυξάνετε κατακόρυφα ο χρόνος παραμονής του επισκέπτη στην έκθεση. Χαρακτηριστικά

⁷¹ Ευγενία-Ξένια Βαφειάδου, Τα μουσεία στη ψηφιακή εποχή: Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας στη μουσειακή μάθηση, σελ. 1-8

παραδείγματα είναι η πινακοθήκη τέχνης του Οντάριο με δύο εκθέσεις και του Michigan State University Museum με μία. Και στις τρεις εκθέσεις παρουσιάστηκε αύξηση του χρόνου παραμονής των επισκεπτών στους εκθεσιακούς χώρους με την πρώτη έκθεση μάλιστα να παρουσιάζει αύξηση τρεις φορές μεγαλύτερη με μέσο όρο παραμονής 16 λεπτά και 19 δευτερόλεπτα με την χρήση πολυμέσων και 5 λεπτά και 21 δευτερόλεπτα χωρίς. Και στις τρεις εκθέσεις έγινε η χρήση βίντεο και ειδικών εφαρμογών σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές για την πληροφόρηση .

Στο σημείο αυτό όμως θα πρέπει να παρατηρήσουμε πως σε μία έκθεση εξ αυτών οι στάσεις στους πίνακες μειώθηκε σε αντίθεση με αυτές στα ερμηνευτικά μέσα που προείπαμε. Εδώ συναντάμε ένα πρόβλημα που έχει τεθεί από την πλειονότητα της επιστημονικής κοινότητας και είναι η μη λελογισμένη χρήση των οπτικοακουστικών μέσων. Μπορεί στην συγκεκριμένη περίπτωση η αιτία να κρύβεται στην απορρόφηση ενέργειας και σκηνής από τα πολυμέσα καθώς τα τελευταία παρείχαν την δυνατότητα εξέτασης των έργων και σχολιασμού από την εφαρμογή την στιγμή που το έργο βρισκόταν ακριβώς δίπλα, κάτι που φυσικά θα μείωνε το χρόνο σύσκεψης με το αντικείμενο. Θα πρέπει να γίνει κατανοητή η διαφοροποίηση της χρήσης των πολυμέσων ως βοηθητικά ερμηνευτικά μέσα και ως κύρια εκθέματα⁷².

Η γενικότερη όμως προσπάθεια για να κρατήσουμε αμείωτο το ενδιαφέρον του επισκέπτη δημιουργώντας συνθήκες ενός φαντασμαγορικού θεάματος μπορεί να οδηγήσει τον επισκέπτη σε κούραση και αποπροσανατολισμό από την ίδια την έκθεση . Χαρακτηριστική περίπτωση είναι αυτή του Jorvik Viking center που αναφέραμε παραπάνω. Μάλιστα το συγκεκριμένο μουσείο όπως κι άλλα έχουν κατηγορηθεί πως ενθαρρύνουν το κοινό τους με τρόπους διάδρασης που δεν ταιριάζουν με το περιβάλλον του μουσείου όπως το γνωρίζουμε εμείς σήμερα. Η ακραία χρήση των τεχνολογιών αυτών μπορεί να οδηγήσει σε καταναλωτικής αντίληψης μεθόδους παρουσίασης που απομακρύνονται τελείως από ανθρώπους με πνευματικές ανησυχίες και απευθύνονται σε «πελάτες» μειώνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την ποιότητα επίσκεψης που είναι γνωστή για τον θεσμό του μουσείου⁷³.

Ένα ιδιαίτερο παράδειγμα της χρήση πολυμέσων είναι η εικονική πραγματικότητα. Η χρήση της μπορεί να σπάσει την μονότονη και παραδοσιακή έκθεση όπως τουλάχιστον αποκαλείται από την πλειονότητα των μη επισκεπτών. Μπορεί να πλαισιώσει μία έκθεση υποβοηθώντας την με εντυπωσιακά σχήματα ,χρώματα και μεγέθη. Μέσω αυτής μπορεί να σπάσει η μονότονη και παραδοσιακή έκθεση έτσι όπως τουλάχιστον έχει περιγραφεί από κυρίως τους μη επισκέπτες ενός μουσείου. Οι ψηφιακές τρισδιάστατες αναπαραστάσεις συνήθως έχουν την μορφή που είχαν στο παρελθόν διάφοροι αρχαιολογικοί χώροι και συγκεκριμένα αντικείμενα αυτών, τα οποία σήμερα διασώζονται σε μικρό βαθμό ή και καθόλου. Ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα σ ‘ αυτήν την εικονική περιήγηση να δει διάφορες εικόνες από διάφορα σημεία και αποστάσεις που εκείνος θα επιλέξει κατά την εικονική του περιήγηση. Θα πρέπει όμως να θίξουμε το γεγονός της λάθος εντύπωσης . Το γεγονός αυτό παίρνει σάρκα και με την χρήση εξελιγμένων συστημάτων γραφικών για την αναπαρασταση μέσω υπολογιστή αντικειμένων, κτηρίων, τόπων κ.α. Μπορούν όμως πολλές φορές να είναι υπερβολικά ρεαλιστικά, ενώ στην ουσία να βασίζονται σε εκτιμήσεις, ελλιπή στοιχεία , δίνοντας πάρα αυτά την εντύπωση καλής γνώσης του παρελθόντος, με αποτέλεσμα να δημιουργείται στον επισκέπτη μια εσφαλμένη εντύπωση για το πραγματικότητα. Για τον λόγο αυτό θα πρέπει να γίνεται μόνο μέσα από την επιστημονική τεκμηρίωση.

⁷² Μαρία, Π. Έ. (2010). *Έρευνα κοινού για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών σε Ελληνικά μουσεία Τέχνης*.σελ. 27

⁷³ Massachusetts Institute of Technology. (n.d.). *Massachusetts Institute of Technology*. Ανάκτηση από Multimedia in Exhibitions: <http://www.mit.edu/~bhdavis/Getty/CIDOC/02-Exh.html>

Στο στάδιο αυτό μία καλή έρευνα που έγινε στο Δημοτικό μουσείο Λεβέντη της Λευκωσίας μπορεί να μας δώσει μία καλή ιδέα. Το θέμα «τα Τείχη της Λευκωσίας», που την πρακτική του είδαμε παραπάνω, φιλοδοξούσε να αναρτήσει ένα πιο εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό τρόπο επικοινωνίας με τα παιδιά. Για να βγουν όμως σωστά αποτελέσματα για την χρήση της εικονικής πραγματικότητας, οι επισκέπτες διαχωρίστηκαν σε δύο ομάδες, στην παραδοσιακή και στην εικονική ομάδα με τις ηλικίες τους να κυμαίνονται από 10 με 11 χρονών ενώ έγιναν τεστ πριν και μετά την εμπειρία. Η παραδοσιακή ομάδα χρησιμοποίησε χάρτες από κάθε χρονολογική περίοδο την ώρα που ο δάσκαλος έκανε ερωτήσεις. Η ίδια διαδικασία ακολουθήθηκε και από την εικονική ομάδα με την διαφορά ότι αντί για χάρτες οι μαθητές θα μπορούσαν να περιηγηθούν μέσω μεθόδου αφής, στην κάθε περίοδο. Τα αποτελέσματα όμως όσον αφορά το γνωστικό επίπεδο δεν ήταν ενθαρρυντικά για την χρήση εικονικής πραγματικότητας καθώς τα παιδιά ήταν στο ίδιο γνωστικό επίπεδο και μάλιστα τα παιδιά της παραδοσιακής ομάδας συλλέξανε μεγαλύτερη βαθμολογία. Τα αποτελέσματα αυτά όπως παρατηρήθηκε και από τους ιθύνοντες δεν ήταν τα αναμενόμενα. Παρόλα αυτά ως θετικό πρόσημο της προσπάθειας αυτής είναι ο ψυχαγωγικός χαρακτήρας καθώς τα παιδιά ήταν πιο ενεργητικά και ενθουσιασμένα απ' αυτά της παραδοσιακής ομάδας⁷⁴.

Φυσικά τα αποτελέσματα αυτά δεν μπορούν να έχουν καθολικό χαρακτήρα ενώ πρέπει να παρατηρηθεί πως οι πρακτικές συσχέτισης της εικονικής πραγματικότητας με τα αντικείμενα στον χώρο του μουσείου είναι πολύ λίγες για να μπορούν να μας δώσουν μία ικανοποιητική απάντηση για την χρήση της εικονικής πραγματικότητας στα μουσεία. Για όσους θα προτιμήσουν την συσχέτιση αυτή θα αναφέρουμε τα αποτελέσματα τις έρευνας του Allard Pierson Museum που είδαμε παραπάνω, με τα καλύτερα επιμορφωτικά αποτελέσματα να εμφανίζονται αφού ήρθαν οι επισκέπτες σε επαφή πρώτα με τα αντικείμενα και μετά με το εικονικό περιβάλλον⁷⁵.

Η εικονική πραγματικότητα όπως είδαμε μπορεί να συμπληρώσει ή να αντικαταστήσει πολλές φορές ένα αντικείμενο. Πέραν όμως τους λόγους επιστημονικής τεκμηρίωσης και την κακή κατάσταση του αντικειμένου που κάνει αναγκαία την χρήση της, έχει δημιουργηθεί ένα φιλοσοφικό ζήτημα γύρω από την χρήση της. Το ζήτημα αυτό αφορά την ερμηνευτική πληρότητα η μη των αντικειμένων ενώ οι όροι ανοιχτά και τα κλειστά αντικείμενα εν αντιστοιχία θα μας βοηθήσουν να περιγράψουμε τις δύο περιπτώσεις εν συντομία. Γενικά γίνεται αποδεκτή η γνώμη πως τα κλειστά αντικείμενα μπορούν να γίνουν πιο εύκολα αντιληπτά από τα ανοιχτά. Και σ' αυτό το σημείο εντάσσονται συνήθως τα πολυμέσα που βοηθούν την μετάλλαξη τους σε κλειστά. Όταν όμως παρατηρούμε μερικώς ανοιχτά αντικείμενα ενεργοποιούμε τις σκέψεις, τις γνώσεις την φαντασία για να τα κατανοήσουμε δίνοντας τους νοήματα. Η κίνηση αυτή φανερώνει ατομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές παραμέτρους που προσδιορίζουν τους τρόπους με τους οποίους αντιλαμβανόμαστε τον περιβάλλον μας, καθώς ο επισκέπτης προσεγγίζει και προσδιορίζει τα αντικείμενα που βλέπει με βάση τις ατομικές του δεξιότητες και τον τρόπο σκέψης του. Συχνά τα αντικείμενα αυτά περιγράφονται ως ένα μέσο αυτογνωσίας ενώ τυχαίο δεν είναι το γεγονός πως χρησιμοποιούνται ως μέσο διαγνώσεις για ψυχικές παθήσεις.

Από την άλλη πλευρά τα κλειστά αντικείμενα δεν παύουν σε καμία περίπτωση να εκφέρουν την πολυσημία τους. Είναι ένα ιδιαίτερο θέμα, με τους ιθύνοντες που συναντήσαμε παραπάνω να έρχονται στην δύσκολη θέση να λύσουν αυτό το ευαίσθητο ζήτημα.

⁷⁴ Panagiotis Zaharias, D. M. (2013). *Learning through Multi-touch Interfaces in Museum Exhibits: An Empirical Investigation*.

⁷⁵ Halina gottlieb, M. S. (2014). *NODEM 2014 ConferenCe & expo, Domus: An On-Gallery Digital Museum Experience in Two Parts* σελ. 194-196

Η πιο συχνή χρήση πολυμέσων στο μουσείο δεν είναι αυτή της εικονικής πραγματικότητας καθώς η πλειονότητα των μουσείων επιλέγει τον τρόπο της απλής πληροφόρησης με δυνατότητες όμως για το κοινό την επιλογή με βάση τα θέλω του. Τα πράγματα τότε γίνονται πιο απλά διότι τα μουσεία μπορούν να προσφέρουν άφθονο υλικό σ' ένα διαφοροποιημένο κοινό. Τα περισσότερα μουσεία του κόσμου και ιδιαίτερα αυτά που έχουν έναν αξιοσέβαστο προϋπολογισμό έχουν υιοθετήσει τέτοιες πρακτικές. Κύρια μέσα αυτών είναι οι οθόνες προβολείς, οι οθόνες αφής κ.α. ενώ τις περισσότερες φορές θα τις συναντήσουμε μπροστά από κάποια συγκεκριμένα εκθέματα ή σε ειδικά σημεία εντεταγμένα στον εκθεσιακό χώρο ή πριν από αυτόν για την προετοιμασία του κοινού. Η τοποθέτηση τους στον εκθεσιακό χώρο σε ειδικά σημεία του, μπορεί να δημιουργήσει άρτια σημεία ξεκούρασης καθώς θα συμβάλει στην μείωση της μουσειακή κόπωσης ενώ ταυτόχρονα η πληροφόρηση που μπορούν να προσφέρουν μπορεί να τονώσει το ενδιαφέρον του κοινού. Άλλωστε η παρακολούθηση βίντεο και η επιλογή πληροφοριών μέσα από μία διαδραστική εφαρμογή εκτός από την ελάφρυνση της μουσειακής κόπωσης μπορούν να προσφέρει και υψηλή διδακτικότητα. Μία εικόνα που όπως μας πληροφορεί το κινέζικο ρητό «ισον 1000 λέξεις», ήχοι, ή ένα βίντεο ακόμα και το κείμενο μπορούν να προσφέρουν πληθώρα μηνυμάτων σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα. Μάλιστα το ανθρώπινο μυαλό μπορεί να επεξεργασθεί 400 λέξεις το λεπτό την στιγμή που η ανθρώπινη γλώσσα μπορεί να αρθρώσει 150 λέξεις. Είναι ένα καλό παράδειγμα για να καταλάβουμε την δύναμη που μπορεί να προσφέρει ως εργαλείο σ' ένα μουσειολόγο η χρήση πολυμέσων.

Αλλά για του λόγου το αληθές θα πρέπει να δούμε τα αποτελέσματα της πρακτικής αυτής στην πράξη. Μία πολύ σημαντική έρευνα που πυροδότησε πολλές εφαρμογές παρόμοιων προγραμμάτων ανά τον κόσμο ήταν αυτή της Μαρίας Οικονόμου στο μουσείο της Οξφόρδης το 1995. Η έκθεση είχε θέμα την κλασική ελληνική πόλη των Ευεσπεριδών στην Βόρεια Αφρική. Το κοινό που εξετάστηκε ήταν διευρυμένο ποιοτικά και ποσοτικά. Το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε στον υπολογιστή παρουσίαζε πληροφορίες για την έκθεση με την χρήση εικόνων, κειμένου και βίντεο σε μία μη γραμμική αφήγηση. Από τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούμε να παρατηρήσουμε πως:

1. Η εφαρμογή χρησιμοποιήθηκε από το 40% των επισκεπτών ενώ είχε και τα μεγαλύτερα ποσοστά επανεπισκεψιμότητας
2. 73 στους 75 δήλωσαν πως συνέβαλε σημαντικά στην ψυχαγωγία τους
3. 57 στους 62 πως συνέβαλε σημαντικά στην κατανόηση τους, μάλιστα μία κοπέλα ανέφερε πως «το πρόγραμμα παρείχε ένα χρήσιμο εργαλείο το οποίο δεν επέτρεψε μόνο στον εαυτό μου, αλλά και στον έξι ετών γιο μου, να κερδίσει πολύ περισσότερα από την έκθεση από ό, τι θα είχε γίνει διαφορετικά... Νιώσαμε... ότι η δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε τον υπολογιστή αύξησε σημαντικά την απόλαυση και την κατανόησή μας».
4. Πολλοί χρήστες ανέφεραν στις συνεντεύξεις ότι το πρόγραμμα έκανε τα πράγματα σαφέστερα, τους έβαλε σε μία αντίληψη και τους παρακίνησε να επιστρέψουν και να εξετάσουν τα αντικείμενα και πάλι.
5. Ένα 19% των επισκεπτών θα είχε χρησιμοποιήσει πιθανώς την έκθεση ως διάδρομο στην έξοδό τους, αν δεν είχαν σταματήσει για να δοκιμάσουν την διαδραστική εφαρμογή
6. Αυξήθηκε κατακόρυφα ο μέσος όρος του χρόνου παραμονής στην έκθεση στα 8.5 λεπτά με 3.7 λεπτά να καταναλώνονται στους υπολογιστές και τα 4.8 στην υπόλοιπη έκθεση, την στιγμή που οι επισκέπτες που δεν χρησιμοποίησαν την συσκευή παρέμειναν στον χώρο γύρω στο 1.5 λεπτό

Τα αποτελέσματα αυτά μπορούν να μας δώσουν μία καλή εικόνα των ερευνών που έχουν γίνει για τα πληροφοριακά μέσα και να μας εξηγήσει τον λόγο που πολλά μουσεία στον

κόσμο έχουν υιοθετήσει παρόμοιες εφαρμογές. Η παραπάνω έρευνα θα μας δώσει ένα ακόμη εντυπωσιακό κριτήριο επιλογής. Το κριτήριο είναι η αύξηση της απομνημόνευσης και η μακροπρόθεσμη μνήμη. Λίγους μήνες μετά την επίσκεψή τους, οι περισσότεροι ερωτηθέντες ,από την έρευνα μέσω αλληλογραφίας που έγινε, ήταν σε θέση να θυμηθούν πολλές λεπτομέρειες από την εμπειρίας τους. Οι επισκέπτες δεν θυμόντουσαν μόνο τι είχαν κάνει και αισθάνθηκαν κατά την επίσκεψή τους, αλλά θα μπορούσαν επίσης να περιγράψουν με τι η έκθεση και το πρόγραμμα είχαν σχέση και τις σκέψεις που τους είχαν προκαλέσει. Το αποτέλεσμα δεν ήταν καθολικό καθώς 1 στα 5 άτομα δεν μπορούσε να περιγράψει με τι είχε σχέση το πρόγραμμα ακόμα και με μία 3 λεπτή διάδραση με το πρόγραμμα, πράγμα που μπορεί να οφείλεται στο γεγονός πως δεν ήταν προετοιμασμένοι για την έκθεση η όπως μας πληροφορεί η ερευνήτρια ,στην πολυπλοκότητα της εφαρμογής⁷⁶.

Όπως βλέπουμε η μνήμη έρχεται σε άμεση σχέση με τα αποτελέσματα της έρευνας του William Glasser αλλά και γενικότερα με την διαδραστικότητα ακόμα και στην παραπάνω περίπτωση που περιορίζεται στην επιλογή της πληροφορίας. Όσο αναπτύσσεται ο βαθμός διαδραστικότητας τόσο αυξάνεται και ο βαθμός της απομνημόνευσης. Κάτι που φαίνεται και από την έρευνα των Haywood και Cairns στο Science Museum του Λονδίνου⁷⁷. Η έρευνα έγινε σ' ένα συγκεκριμένο και πολύ ιδιαίτερο διαδραστικό έκθεμα. Αυτό δεν είναι τίποτα άλλο από μία ταινία όπου ο επισκέπτης όμως καλείται να την χειριστεί μέσω χειρονομιών του . Πιο συγκεκριμένα οι παρατηρητές είδαν τους επισκέπτες μέσω των χειρονομιών τους να σκάβουν για άνθρακα , να περιστρέφουν τα χέρια τους για να κάνουν αέρα και να τα χτυπούν για να δημιουργήσουν αστραπή ενώ χαρακτηριστική είναι και η διόρθωση και η επιβράβευση αν δεν γίνεται σωστά οι χειρονομίες από τους επισκέπτες. Μέσα λοιπόν από τις συνεντεύξεις που πήραν παρουσίασαν στοιχεία πως παιδιά και ενήλικες θυμούνταν πιο καθαρά ενέργειες που πραγματοποίησαν οι ίδιοι σε σχέση με αντικείμενα που παρακολούθησαν παθητικά. Οι διάδραση όπως επικαλούνται και διάφορες θεωρίες(κονστρουκτιβισμός κ.α.) αναβαθμίζει της δυνατότητες αφομοίωσης της παρεχόμενης γνώσεις. Στα παραπάνω συμφωνούν και οι έρευνες των Maxwell και Evans(2002⁷⁸).

Γυρίζοντας τώρα στο θέμα της συχνής χρήσης πολυμεσικών εφαρμογών για την παροχή πληροφοριών θα πρέπει να αναφερθούμε στους λεγόμενους multimedia guides που χρησιμοποιούνται στο 57% των μουσείων της βόρειας Αμερικής, της Ασίας και τις Ευρώπης. Οι οδηγοί αυτοί δεν είναι εγκατεστημένοι σ' ένα σημείο αλλά είναι φορητές συσκευές που χρησιμοποιούν οι επισκέπτες κατά την περιήγησή τους. Η ευχρηστία και την δυνατότητα διάδρασης τους με το κοινό τίθενται σε αμφισβήτηση από μία έρευνα από το University of York .Η έρευνα αφορούσε τους επισκέπτες μουσείων το τελευταίο εξάμηνο ανεξάρτητα από το αν είχαν χρησιμοποιήσει ένα πολυμεσικό οδηγό ή όχι , με τους συμμετέχοντες να αριθμούν τους 255 εκ των οποίων οι 103 είχαν χρησιμοποιήσει πολυμεσικό οδηγό. Τα αποτελέσματα που βγήκαν από αυτή είναι ικανοποιητικά από το εύρος της συμμετοχής και από την επίτευξη του στόχου των οδηγών. Όπως βλέπουμε στον παρακάτω οδηγό, τα ποσοστά της εμπλοκής, της προσοδοφόρα εμπειρίας, της μάθηση και της συναισθηματικής σύνδεσης είναι μεγαλύτερη με την χρήση οδηγών. Η μόνη διαφορά που εντοπίζεται εύκολα είναι αυτή της εμπλοκής. Όσον αφορά τώρα την χρήση τους ως μέσου θα πρέπει να πούμε πως η έρευνα αυτή εγκυροποιεί προγενέστερες που έχουν γίνει για τον μη καλό σχεδιασμό

⁷⁶ Economou, M. (1998). The Evaluation of Museum Multimedia. Στο *Museum Management and Curatorship*. Σελ. 176- 178

⁷⁸ Μαυρικίδου, Ε. (2013). Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στη διαμόρφωση των εκπαιδευτικών δυνατοτήτων των μουσείων Σελ. 35

τους που μπορεί να οδηγήσει στην απομόνωση του επισκέπτη από την συλλογή. Αν γίνουμε πιο συγκεκριμένοι θα δούμε ότι οι επισκέπτες δήλωσαν πως ο οδηγός ήταν απόσπαση της προσοχής, πως η πληροφόρηση ήταν πολύ χρονοβόρα και πως ο οδηγός δυσκόλεψε τους επισκέπτες να διευκρινίσουν σε ποιο σημείο της έκθεσης βρισκόταν. Επίσης για το αν θα ξαναχρησιμοποιούσαν ένα πολυμεσικό οδηγό και αν ο οδηγός βοήθησε την εμπύθινη τους στο θέμα της έκθεσης, οι απαντήσεις τους δεν ήταν ικανοποιητικές για τις προσδοκίες της έρευνας. Η δυνατότητα ελέγχου της συσκευής ήταν ιδιαίτερα ικανοποιητική, πράγμα που δείχνει την σημασία που δόθηκε σωστά στον απλό και εύκολο χειρισμό της συσκευής. Όπως καταλαβαίνουμε η έρευνα αυτή θέτει σε αμφισβήτηση την καταλληλότητα του μέσου αυτού για χρήση στους εκθεσιακούς χώρους και θα πρέπει να τροφοδοτήσει κι άλλες έρευνες γύρω από το θέμα αυτό καθώς όπως προαναφέραμε ένας μεγάλος αριθμός μουσείων του κόσμου τον χρησιμοποιεί.⁷⁹

Engagement		Knowledge Learning	
I enjoyed visiting the exhibition	0.69	The information provided about the exhibits was clear	0.64
I felt engaged with the exhibition	0.69	I could make sense of most of the things and saw and did at the exhibition	0.57
My visit to the exhibition was very interesting	0.68	I liked graphics associated with the exhibition	0.52
I felt I was experiencing the exhibition, rather than just visiting it	0.65	My visit enriched my knowledge and understanding about specific exhibits	0.52
My visit to the exhibition was inspiring	0.56	I discovered new information from the exhibits	0.43
Meaningful Experience		Emotional Connection	
During my visit I was able to reflect on the significance of the exhibits and their meaning	0.74	The exhibition enabled me to reminisce about my past	0.55
During my visit, I put a lot of effort into thinking about the exhibition	0.53	My sense of being in the exhibition was stronger than my sense of being in the real world (reversed relationship)	0.52
Seeing rare exhibits gave me a sense of wonder about the exhibition	0.50	I was overwhelmed with the aesthetic/beauty aspect of the exhibits	0.47
After visiting the exhibition, I was still interested to know more about the topic of the exhibition	0.43	I wanted to own exhibits like those that I saw in the exhibition	0.45
Seeing real exhibits of importance was most satisfying aspect of my visit to the exhibition	0.43	I felt connected with the exhibits	0.45

Εικόνα 27 Τα αποτελέσματα από την έρευνα κοινού . Ο βαθμός 1 είναι ο ανώτερος επιλέξιμος (Pedro Campos , *Studying the Role of Interactivity in Museums: Designing and Comparing Multimedia Installations*)

Τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών φαίνεται να επηρεάζουν τον τρόπο που χρησιμοποιούνται τα προγράμματα πολυμέσων . Ιδιαίτερα το θέμα της ηλικίας φέρνει στην επιφάνεια το θέμα της εξοικείωσης με τους Η/Υ. Οι λίγες έρευνες που έχουν γίνει σε αυτήν την κατεύθυνση δείχνουν ότι πράγματι έχουν εντοπιστεί τέτοια προβλήματα. Στην έκθεση Walk in the Wired Woods στα νησιά Μαδέϊρας παρατηρήθηκε πως οι ηλικιωμένοι αλλά και ενήλικες προτιμούσαν να βλέπουν παρά να εμπλακούν με μία εφαρμογή. Πιο αναλυτικά χρησιμοποιήθηκε ένα διαδραστικό πάτωμα που εμφάνιζε φωτογραφίες και η αλληλεπίδραση μ' αυτό γινόταν αφού οι επισκέπτες πατούσαν πάνω. Οι λειτουργία της εφαρμογής δεν έγιναν κατανοητές από τους μεγαλύτερους επισκέπτες εκτός από τα παιδιά. Για να λυθεί το πρόβλημα αυτό υπήρξε ειδική σήμανση. Μέσα από τη χρησιμοποίηση μίας εφαρμογής όχι ιδιαίτερα γνωστής για ένα μουσείο και η κατανόηση τους αμέσως από τα παιδιά μας δίνει ένα

⁷⁹ *Engaging Visitors in Museums with technology: scales for the measurement of visitor and multimedia guide experience.* Mohd Kamal Othman, Helen Petrie and Christopher Power σελ. 1-7

χαρακτηριστικό παράδειγμα για τον σύγχρονο επισκέπτη⁸⁰. Ο επισκέπτης αυτός προσέρχεται στο μουσείο με αυξημένες «συγκινησιακές απαιτήσεις» καθώς η καθημερινή του επαφή με τα φαντασμαγορικά γραφικά και γενικότερα με την τεχνολογία τον κάνει να μη εντυπωσιάζεται με τα απλά πράγματα κάτι που φυσικά φέρει και τις γνωστές σε μας συνέπειες. Ο Prenskey μάλιστα εισήγαγε τον όρο 'Ψηφιακοί Γηγενείς για να περιγράψει το άτομο που γεννήθηκε και μεγάλωσε από το τέλος του 20ου αιώνα και μετά, δηλαδή όταν εμφανίστηκε η ψηφιακή τεχνολογία. Σύμφωνα με τον όρο αυτό η γενιά αυτή έχει μεγαλώσει με το να χρησιμοποιεί έναν μεγάλο αριθμό ψηφιακών προϊόντων για να επικοινωνούν, να δρουν και να μαθαίνουν⁸¹.

Τέλος όπως προείπαμε πιο πάνω ο μουσειολόγος θα πρέπει να λάβει όλα αυτά υπόψη του και τηρώντας το μέτρο να βρει τη χρυσή τομή χρησιμοποίησης τους

3. Τα αρχαιολογικά μουσεία της Ηλείας

Στο κεφαλαίο αυτό θα εξετάσουμε θα εμβαθύνουμε περισσότερο στο θέμα της Στο κεφαλαίο αυτό θα εξετάσουμε θα εμβαθύνουμε περισσότερο στο θέμα της πτυχιακής και θα εξετάσουμε τα αρχαιολογικά μουσεία της Ηλείας και την χρήση πολυμέσων στο εκθεσιακό του χώρο. Ο λόγος που επιλέξαμε την περίπτωση των αρχαιολογικών μουσείων είναι η απουσία των νέων τεχνολογιών από τον εκθεσιακό τους χώρο. Οι αιτίες που κρύβονται πίσω απ' αυτήν την απουσία είναι πολλές. Οι κυριότερες είναι αυτές που ισχύουν στα περισσότερα μουσεία της χώρας όπως αναφέραμε παραπάνω και έχουν οικονομικό χαρακτήρα. Στις αιτίες αυτές θα πρέπει να προσθέσουμε όσον αφορά τα αρχαιολογικά μουσεία την επάνδρωση αποκλειστικά από αρχαιολόγους. Η αρχαιολογική επίσημα είναι φυσικά ανέγγιχτη στον χώρο της έρευνας αλλά κατά πόσο φθάνουν οι γνώσεις των αρχαιολόγων για την μετάδοση της γνώσης, για την δημιουργία διαδραστικού περιβάλλοντος, την αντιμετώπιση του κοινού ως ανθρώπων διαφορετικών και όχι ως μάζα. Η πραγματικότητα αυτή άραγε υποδηλώνει την αδιαφορία από τους ιθύνοντες του πολιτισμού ή την αντίληψη που ενδιαφέρεται για το παρελθόν και το μέλλον και όχι για το παρόν. Εμείς πάντως θα αρκεστούμε στο γεγονός της νεότητας του μουσειολογικού επαγγέλματος στην χώρα.

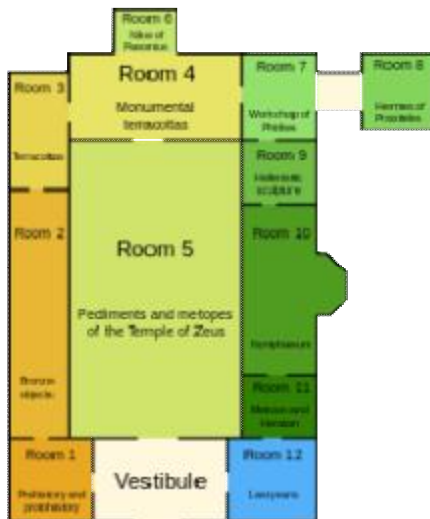
Ο γεωγραφικός προσδιορισμός στον νόμο Ηλείας έγινε διότι στην περιφέρεια του βρίσκονται τέσσερα αρχαιολογικά μουσεία. Τα μουσεία αυτά διαθέτουν στοιχεία που τα κάνουν χαρακτηριστικές περιπτώσεις όπου τα περισσότερα αρχαιολογικά μουσεία στην Ελλάδα θα έβρισκαν κοινά. Αυτά είναι το αρχαιολογικό μουσείο της Ολυμπίας ένα μουσείο παγκόσμιας εμβέλειας, το αρχαιολογικό μουσείο Πύργου ένα μουσείο, χαρακτηριστικό μουσείο μικρής επαρχιακής πόλης, το Αρχαιολογικό μουσείο Ήλιδας, χαρακτηριστικό απομονωμένο μουσείο δίπλα από τον αρχαιολογικό χώρο της Ήλιδας και το Μουσείο Ιστορίας των Αρχαίων Ολυμπιακών αγώνων ως εκθαμβωτικός απόηχος των ολυμπιακών αγώνων του 2004 στην Αθήνα και σε παρακμή σήμερα. Επίσης η κοντινή γεωγραφική τους θέση είναι ικανή να μας κάνει να καταλάβουμε πόσο διαφορετικές περιπτώσεις είναι τα μουσεία που θα παρουσιάσουμε ενώ η επιλογή συγκεκριμένων μουσείων θα μπορέσει να μας δώσει πιο καλές πληροφορίες για την σχέση των αρχαιολογικών μουσείων με τις νέες τεχνολογίες από το να επιλέγαμε γενικά τα αρχαιολογικά όπου η εργασία μας αναγκαστικά θα ξέφευγε από τα επιτρεπόμενα όρια αν δεν θέλαμε να μιλήσουμε γενικά και αόριστα για την σχέση τους.

⁸⁰ (Pedro Campos, Studying the Role of Interactivity in Museums: Designing and Comparing Multimedia Installations σελ. 1-8

⁸¹ Ευγενία-Ξένια Βαφειάδου, Τα μουσεία στη ψηφιακή εποχή: Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας στη μουσειακή μάθηση, σελ. 1-8

3.1 Το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας

Το πρώτο μουσείο που θα εξετάσουμε είναι το αρχαιολογικό μουσείο Ολυμπίας. Ένα από τα σημαντικότερα της Ελλάδας, επιφορτισμένο με την παρουσίαση των εκθεμάτων από τον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας, το καθιστά στα πιο γνωστά μουσεία του κόσμου. Περιλαμβάνει τη μόνιμη έκθεση ευρημάτων από τις ανασκαφές, τα οποία χρονολογούνται από τα προϊστορικά έως και τα πρώτα χριστιανικά χρόνια. Η ύπαρξη της Ολυμπίας είναι μία τεράστια πηγή εσόδων για τον νομό. Μάλιστα το τουριστικό λιμάνι του Κατακόλου οφείλει την ύπαρξη του στην Ολυμπία. Είναι ένα από τα πιο πολυεπισκεπτόμενα μουσεία της χώρας. Οι περισσότεροι επισκέπτες του είναι μέσω κρουαζιερόπλοιου και δεν μένουν στην περιοχή περισσότερο από μερικές ώρες. Αισθητό είναι βέβαια το γεγονός πως οι επισκέπτες του αρχαιολογικού χώρου είναι 5 φορές περισσότεροι από αυτούς στο μουσείο, πράγμα που ίσως να οφείλεται σ' αυτό τον χρόνο. Η τουριστική εκμετάλλευση της Ολυμπίας είναι μεγάλη, με κυριότερο παράδειγμα την πόλη που διαμορφώθηκε για τον λόγο αυτό πλησίον της⁸². Βέβαια οι δυνατότητες για περαιτέρω εκμετάλλευση είναι μεγάλες.



Εικόνα 28 Η διαρρύθμιση του χώρου

Η εκθεσιακή πολιτική του μουσείου περιστρέφεται κατά κύριο λόγο γύρω από την χρονολογική εξέλιξη του ιερού. Με ειδικές αίθουσες να έχουν διαμορφωθεί για τα διακριθέντα αντικείμενα του μουσείου (Ερμής του Πραξιτέλη, Νίκη του Παιωνίου κ.α.).

⁸² Ελληνική Στατιστική Αρχή, A1802_SCI21_TS_MM_01_1998_11_2016_01_F_BI.xls (δυστυχώς παραθέτω μόνο το όνομα το αρχείου καθώς δεν υπήρχε πρόσβαση με την ιστοσελίδα της Ελληνικής στατιστική αρχής κατά τον καιρό αποστολής της εργασίας)



Εικόνα 29 Οι δύο ειδικές αίθουσες με για τα προβεβλημένα γλυπτά του μουσείου. Τα δυο αυτά παρουσιάζονται στο κέντρο της αίθουσας δίνοντας την δυνατότητα στο κοινό να θαυμάσει τα γλυπτά από διαφορετικές οπτικές. Οι χρωματισμοί που έχουν επιλεγεί είναι ο οι κατάλληλοι για να αναδείξουν την σημαντικότητα του γλυπτού. (Πηγή : http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=7126)

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται στην έκθεση είναι εποπτικού υλικού, όπως κείμενα, σχέδια, χάρτες, φωτογραφίες, αναπαραστάσεις και προπλάσματα μνημείων. Η πληροφόρηση γίνεται με απλό και ταυτόχρονα επιστημονικό τρόπο όπως μας δηλώνει Ολυμπία Βικάτου, αρχαιολόγος.



Εικόνα 30 Η χρήση μακετών, εισαγωγικών κειμένων , κειμένων προθήκης, φωτογραφιών και σχεδιαγραμμάτων από το αρχαιολογικό μουσείο Ολυμπίας αντίστοιχα.

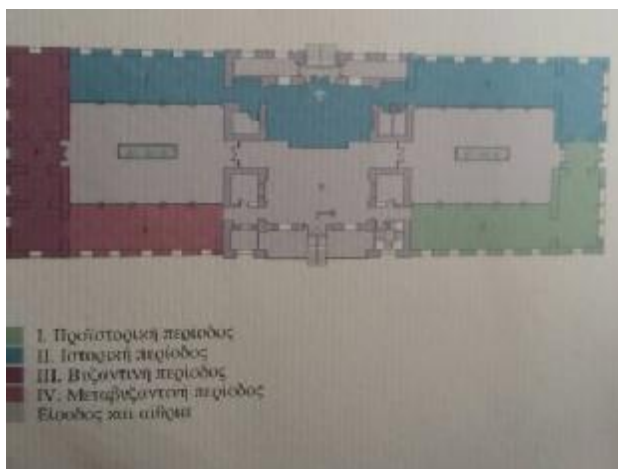
Το μουσείο δεν κάνει χρήση πολυμέσων⁸³

⁸³ (Βικάτου, Υπουργείο Πολιτισμού , Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας, http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=7126)

3.2. Το Αρχαιολογικό Μουσείο του Πύργου.

Το επόμενο μουσείο που θα εξετάσουμε είναι το αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου. Στεγάζεται στην παλαιά αγορά του Πύργου. Βρίσκεται στο κέντρο της πόλης και συνιστά ένα από τα σημαντικότερα νεοκλασικά οικοδομήματα που έχουν διατηρηθεί έως σήμερα στην ευρύτερη περιοχή. Η ανέγερση του τοποθετείται στα τέλη του 19ου αιώνα (1890) . Η έκθεση σ' αυτό όπως γίνεται κατανοητό έπρεπε να συμβιβαστεί στον υπάρχοντα χώρο. Η έκθεση λοιπόν απλώνεται περιμετρικά στο κτήριο σε χρονολογικό διάταξη ξεκινώντας από την παλαιολιθική Ηλεία μέχρι την Ύστερη Τουρκοκρατία . Εδώ εκτίθενται αντικείμενα της ηλειακής γης, από την περιοχή της Βουπρασίας στα βόρεια ως την Τριφυλλία και από την ορεινή Ηλεία σε θέσεις που γειτνιάζουν με την Αρκαδία και την Αχαΐα στα ανατολικά ως τα παράλια της.

Το αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου είναι το πιο νέο από τα τέσσερα αρχαιολογικά μουσεία της Ηλείας με χρονολογία ανέγερσης πριν από πέντε χρόνια. Παρά το γεγονός πως βρίσκεται στο κέντρο της πόλης δεν τυγχάνει της προτίμησής του κοινού. Το μουσείο βρίσκεται σχεδόν στη μέση της διαδρομής από το Κατάκολο και την αρχαία Ολυμπία αλλά ακόμα δεν έχει πραγματοποιηθεί κάποια σημαντική ενέργεια για την εκμετάλλευση του τουριστικού χαρακτήρα πως προσδίδει αυτή η συγκυρία. Επίσης οποίος επιθυμήσει να το επισκεφτεί δεν θα μπορέσει να βρει αξιόλογη σήμανση για να κατευθυνθεί παρά το γεγονός πως είναι μόλις 2 λεπτά με τα πόδια από την κεντρική πλατεία του Πύργου. Έτσι λοιπόν το κοινό που προέρχεται έξω από την πόλη του Πύργου δεν το επισκέπτεται εύκολα. Τι γίνεται όμως με το ντόπιο κοινό. Δραστηριότητες δεν έχουν παρατηρηθεί από την μεριά του μουσείου εκτός ορισμένες ξεναγήσεις που γίνονται σ' αυτό έπειτα από πρωτοβουλία του τμήματος ΔΟΕΠΤΜ που εδρεύει στον Πύργο. Έτσι πέρα από τις σχολικές επισκέψεις ,η εικόνα του μουσείου πολλές φορές είναι αποκαρδιωτική με τους φύλακες να είναι περισσότεροι από τους επισκέπτες. Μάλιστα τον περασμένο Νοέμβριο μόλις 73 άτομα καταγράφηκαν να επισκέπτονται το μουσείο⁸⁴. Το μουσείο αυτό είναι μία χαρακτηριστική περίπτωση μουσείου επαρχιακής πόλης που δημιουργείται για να στεγάσει μία υπάρχουσα συλλογή στο πλαίσιο πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης μία πόλης αλλά μετά το τέλος των εργασιών δημιουργίας αφήνεται στην τύχη του.



Εικόνα 31 Η διαρρύθμιση των ενότητων της έκθεσης

⁸⁴ Ελληνική Στατιστική Αρχή, A1802_SCI21_TS_MM_01_1998_11_2016_01_F_BI.xls

Η εκθεσιακή του πολιτική όπως προείπαμε βασίζεται στην χρονολογική εξέλιξη της ευρύτερης περιοχής με προσπάθεια για την δημιουργία μέσα σ' αυτό το χρονολογικό πλαίσιο θεματικών αξόνων που αφορούν τους οικισμούς, την θρησκεία, ανθρώπους/ιδέες και αντικείμενα. Τα εκθέματα υποβοηθούνται από παραδοσιακό πληροφοριακό υλικό(κείμενα, φωτογραφίες κ.α.) ενώ γίνεται χρήση νέων τεχνολογιών(προβολείς βίντεο, ψηφιακά εκθέματα, οθόνες αφής κ.α.).



Εικόνα 32 Η χρήση εποπτικού υλικού ως εισαγωγικό κείμενο, λεξάντες, κείμενο με φωτογραφίες και χάρτες στην προθήκη στο αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου.

Το μουσείο του Πύργου κάνει χρήση των νέων τεχνολογιών μέσα από οθόνες αφής και οθόνες προβολής βίντεο.



Εικόνα 33 Η χρήση νέων τεχνολογιών στο Αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου μέσα από τις οθόνες αφής, την προβολή βίντεο . Στις δύο τελευταίες παρουσιάζεται η αρχική οθόνη και το περιεχόμενο της συσκευής.

Η προβολή βίντεο γίνεται στην εισαγωγή της έκθεσης και έχει ως στόχο να παρουσιάσει το περιβάλλον που έζησε και αναπτύχθηκε ο άνθρωπος. Το βίντεο έχει αυτόματη έναρξη. Η οθόνες αφής έπειτα παρουσιάζεται σε κάθε ενότητα και εμπεριέχουν φωτογραφίες επιλεγμένων αντικειμένων από την έκθεση. Απ' αυτές ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει όποια θέλει και να δει πληροφορίες έπειτα που αφορούν το αντικείμενο. Ένα βελάκι πάνω αριστερά μπορεί να επιλεγεί από τον χρήστη για πάει πίσω στο μενού ενώ μία σημαία δεξιά πάνω μπορεί δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη επιλέξει την γλώσσα της συσκευής . Οι γλώσσες είναι ελληνικά και αγγλικά.

Το πληροφοριακό υλικό που παρουσιάζεται στην συσκευή έχει αντικειμενοκεντρικό χαρακτήρα και περιορίζεται στην περιγραφή του αντικειμένου, την χρονολόγηση , την μέθοδο κατασκευής, την σχέση τους μ' άλλα παρόμοια αντικείμενα κ. α.⁸⁵.

3.3. Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ήλιδας

Θα περάσουμε τώρα στο αρχαιολογικό μουσείο Ήλιδας. Το Μουσείο της αρχαίας Ήλιδας κατασκευάστηκε κατά το χρονικό διάστημα 2002-2004 στην ΝΑ παρυφή της αρχαίας πόλης, στις πλαγιές του λόφου της ακρόπολης. Η έκθεση του Μουσείου της Ήλιδας αντιπροσωπεύει σχεδόν στο σύνολό της την μακραίωνη ιστορία της αρχαίας πόλης, δηλαδή από την Παλαιολιθική εποχή έως και τα χρόνια της ύστερης αρχαιότητας. Τα εκθέματα προέρχονται κυρίως από την ίδια την πόλη, δηλαδή ως επί το πλείστον από τις συστηματικές ανασκαφές αλλά και τις σωστικές που διεξήχθησαν επ' ευκαιρία της διέλευσης του αγωγού άρδευσης του φράγματος Πηνειού των ετών 1965-1970. Αρκετά λιγότερα είναι αυτά που προέρχονται από σωστικές ανασκαφές των μικρότερων οικισμών ή κωμών που βρίσκονταν γύρω από την πρωτεύουσα.



Εικόνα 34 Εξωτερική άποψη από το αρχαιολογικό μουσείο Ήλιδας(http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3314)

Το Μουσείο της αρχαίας Ήλιδας βρίσκεται όπως είπαμε δίπλα από τον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Ήλιδας 15 χλμ. μακριά από την Αμαλιάδα και 39 από το Πύργο Ηλείας και 11

⁸⁵ Κωνσταντίνος Αντωνόπουλος, Υπουργείο Πολιτισμού , Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου, http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=23085

χλμ. από την Εθνική Οδό Πατρών -Πύργου. Το μουσείο βρίσκεται αρκετά μακριά απ' όλα τα αστικά κέντρα της περιοχής. Το μοναδικό Μέσο Μαζικής Μεταφοράς που γίνεται από την Αμαλιάδα. Η σήμανση για την προσέγγιση του είναι σε καλύτερα επίπεδα συγκριτικά με αυτή του Πύργου όπως φυσικά ήταν και το αναμενόμενο. Η ένταξη του όμως στην τουριστική ανάπτυξη του νομού δεν φαίνεται να είναι αρκετή όπως μας δείχνουν τα αποτελέσματα επισκεψιμότητας. Μόλις 2.556 επισκέπτες καταγράφηκαν το 2016 με το Ιανουάριο να κλείνει με 31 επισκέπτες, ενώ τον Ιούλιο, μήνα κατεξοχήν τουριστικό με μόλις 264 επισκέπτες. Η μεγάλη διαφορά γίνεται τον Απρίλιο με 601 επισκέπτες⁸⁶. Οι επισκέπτες αυτοί κατά κύριο λόγο είναι από επισκέψεις σχολείων που υποστηρίζουν το μουσείο. Η πολύ χαμηλή επισκεψιμότητα έχει ως αποτέλεσμα το μουσείο πολλές φορές να υπολειτουργεί ή να ανοίγει έπειτα από συνεννόηση.

Η έκθεση του μουσείου είναι οργανωμένη ως επί το πλείστον κατά θεματικές ενότητες. Η αναφορά σε μία πόλη δίνει την δυνατότητα στους μουσειολόγους να ασχοληθούν με την καθημερινότητα. Κάπως έτσι στην πρώτη αίθουσα παρουσιάζονται οι ενότητες που αφορούν το χώρο και την προϊστορία, τα κτήρια, τις επιγραφές και τα επαγγέλματα. Στη δεύτερη αίθουσα εκτίθενται αντικείμενα σχετικά με την τέχνη και την τοπική βιοτεχνική παραγωγή. Η τρίτη αίθουσα περιλαμβάνει ενότητες σχετικές με τον ιδιωτικό βίο, τις λατρείες, τον αθλητισμό και τη διοίκηση.

Τα μέσα που χρησιμοποιεί είναι τα γνωστά παραδοσιακά μέσα που χρησιμοποιεί και το αρχαιολογικό μουσείο Ολυμπίας.



Εικόνα 35 Άποψη από την έκθεση του μουσείου(http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3314)

Δεν κάνει χρήση πολυμέσων στον εκθεσιακό του χώρο⁸⁷.

3.4 Το Μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας

Για το τέλος αφήσαμε το μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας. Ο λόγος που θα το εξετάσουμε η εκτεταμένη χρήση πολυμέσων στην έκθεση του.

⁸⁶ Ελληνική Στατιστική Αρχή, A1802_SCI21_TS_MM_01_1998_11_2016_01_F_BI.xls

⁸⁷ Χρήστος Ματζάνας, Υπουργείο Πολιτισμού, Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας, http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3314

Το μουσείο στεγάζεται στο κτήριο του παλαιού μουσείου της Ολυμπίας .Το 1999, με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας του 2004, άρχισαν οι εργασίες αναπαλαίωσης και επισκευής από τον σεισμό του 1954.

Το μουσείο βρίσκεται στην είσοδο για τον αρχαιολογικό χώρο. Δημιουργήθηκε όπως ήταν φυσικό για το επίκαιρο θέμα των ολυμπιακών αγώνων και για να αναδειχθεί η αίγλη τους .πολλά χρήματα δόθηκαν για την δημιουργία της έκθεσης και τον εξοπλισμό της με συσκευές τελευταίας τεχνολογίας Το μουσείο ακολούθησε την τύχη πολλών Ολυμπιακών έργων και σήμερα έμεινε στην ακριβώς ίδια κατάσταση που ήταν το 2004 . Ευτυχώς όμως λειτουργεί, πράγμα που όμως δεν ισχύει για την τεχνολογία που διαθέτει όπως θα δούμε και παρακάτω.

Η θέση του μουσείου στην Ολυμπία βοηθάει και το 2016 συγκέντρωσε συνολικά 12.642 επισκέπτες⁸⁸ .

Φιλοξενεί πάνω από 400 αρχαία έργα, που προέρχονται από το Ιερό του Διός της Ολυμπίας, αλλά και από λοιπά μουσεία της ελληνικής επικράτειας. Τα εκθέματα καλύπτουν μεγάλο χρονολογικό φάσμα, από τη δεύτερη χιλιετία π.Χ. έως και τον 5ο αι. μ.Χ. Τα αρχαία έχουν εκτεθεί κατά θεματικές ενότητες και μέσα από αυτά παρουσιάζεται η υπερχιλιετής ιστορία των Ολυμπιακών αγώνων.

Η έκθεση εκτός από την χρήση πολυμέσων όπως είπαμε, χρησιμοποιεί και παραδοσιακά μέσα..



Εικόνα 36 Χρήση των παραδοσιακών μέσων στο μουσείο

Το μουσείο κάνει χρήση ενός πλούσιου ψηφιακού υλικού όπως « κείμενα, εικόνες, σχέδια, χάρτες, βίντεο, τρισδιάστατες απεικονίσεις και αναπαραστάσεις, με θέματα από τους

⁸⁸ Ελληνική Στατιστική Αρχή, A1802_SCI21_TS_MM_01_1998_11_2016_01_F_BI.xls

αρχαίους αθλητικούς και καλλιτεχνικούς αγώνες που διεξάγονταν στα μεγάλα πανελλήνια ιερά».

Το πληροφοριακό υλικό που προσφέρεται είναι επιστημονικά ελεγμένο και έγκυρο όπως μας πληροφορεί ο κ. Αντωνόπουλος θέλοντας φυσικά να διώξει τα όποια σύννεφα υπάρχουν γύρω από την χρήση εικονικής πραγματικότητας. Όπως συμβαίνει άλλωστε σε πολλές περιπτώσεις εικονικής πραγματικότητας τα ψηφιακά συστήματα, αναδείχθηκαν σε εκθέματα.

Η Ψηφιακή Έκθεση εγκαινιάστηκε, με πολλούς επισκέπτες και ιδιαίτερα μαθητές που χρησιμοποίησαν τα συστήματά της, να εκφράζουν την ικανοποίησή τους για τη μοναδική εμπειρία και τις πολύτιμες γνώσεις που αποκόμισαν. Ιδιαίτερα, οι εκπαιδευτικοί χαρακτήρισαν την έκθεση ως άριστο εκπαιδευτικό εργαλείο. Τα συστήματα υποστηρίζουν τέσσερις γλώσσες: ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά και γερμανικά.

Στην εισαγωγή της έκθεσης χρησιμοποιούνται τέσσερις οθόνες για να εισάγουν τον επισκέπτη στον σκεπτικό της έκθεσης. Και οι τέσσερις οθόνες είναι στις γλώσσες που αναφέραμε παραπάνω και διαθέτουν το ίδιο περιεχόμενο. Το μουσείο για την περιήγηση του κοινού προσφέρει την δυνατότητα χρήση μικρού φορητού υπολογιστή παλάμης (PDA). Σε αυτή έχουν φορτωθεί πληροφορίες για τις 12 Θεματικές Ενότητες της Αρχαιολογικής Έκθεσης. Η χρήση φυσικά του γνωστού μας οδηγού μας εκπλήσσει. Ακόμα πιο σπουδαίο είναι το γεγονός πως το μουσείο επίσης διαθέτει Σύστημα εκμάθησης λειτουργίας για την συσκευή.

Μέσα στον εκθεσιακό χώρο έχουν τοποθετηθεί οθόνες αφής και οθόνες προβολής βίντεο. Οι οθόνες αφής εμπεριέχουν κείμενα που συνοδεύονται από εικόνες, σχέδια και videos. Απευθύνεται στους επισκέπτες που δεν έχουν προμηθευτεί τη φορητή συσκευή ξενάγησης. Αξιοπρόσεκτο φυσικά είναι και η δημιουργία πέντε θέσεων πληροφόρησης σε σύνδεση με τη βάση δεδομένων του Μουσείου. Παρέχει πληροφόρηση σε βάθος για την ιστορία του χώρου και των Αγώνων. Απευθύνεται σε εξειδικευμένους επισκέπτες, αρχαιολόγους, ερευνητές ή φοιτητές.



Εικόνα 37 Οι χρήση των οθόνων αφής και της προβολής βίντεο στον εκθεσιακό χώρο. Οι οθόνες δεξιά βρίσκονται στο τέλος της έκθεσης. Σε κάθε οθόνη προβάλλονται χαρακτηριστικά στιγμιότυπα των αγωνισμάτων και των δρώντων κατά τις πέντε ημέρες των Ολυμπιακών Αγώνων της αρχαιότητας (Πηγή : :Σπηλιοπούλου, μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας και η Ψηφιακή Έκθεση).

Πριν τελειώσουμε με την έκθεση του μουσείου και περάσουμε στην ψηφιακή έκθεση του υπογείου, περιγράφεται από την ιστοσελίδα του μουσείου ύπαρξη απτικού συστήματος εικονικής πραγματικότητας που μεταδίδει στο χρήστη την αίσθηση της αφής ενός στερεού αρχαίου αντικειμένου. Για το σύστημα αυτό δεν μπορέσαμε να βρούμε κάποιες φωτογραφίες για το αναδείξουμε στην εργασία μας.

Τέλος θα αναδείξουμε την ψηφιακή έκθεση που είχε εγκατασταθεί στο υπόγειο του Μουσείου. Η έκθεση αυτή αποτελεί φαινομενικά τουλάχιστον ξεχωριστό κομμάτι από τους εκθεσιακούς χώρους , βρίσκεται όμως σε άμεση συνάρτηση μ' αυτούς για την κατανόηση της.

Περιλαμβάνει αρχικά σύστημα δέκα οθονών τοποθετημένων σε αντικριστές επιφάνειες του διαδρόμου στο υπόγειο του Μουσείου. Απεικονίζονται σκηνές από την Ιερά Πομπή από την Ήλιδα, πρωτεύουσα του κράτους των Ηλείων και διοργανώτρια πόλη των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ολυμπία που ελάμβανε χώρα δυο ημέρες πριν την έναρξή τους.



Εικόνα 38 Το σύστημα δέκα οθονών σε αντικριστές επιφάνειες . Απεικονίζονται σκηνές από την Ιερά Πομπή (Πηγή : σύστημα δέκα οθονών τοποθετημένων σε αντικριστές επιφάνειες του διαδρόμου στο υπόγειο του Μουσείου. Απεικονίζονται σκηνές από την Ιερά Πομπή)

Έπειτα εννέα θέσεις πληροφόρησης με 28 παρουσιάσεις και 6 παιχνίδια, ατομικά και ομαδικά, ιστορικές πληροφορίες για τα πρόσωπα των Αγώνων, τα αθλήματα, τα αντικείμενα που χρησιμοποιούνταν, τα μνημεία και τους γενικούς όρους. Επιπλέον, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν σε κουίζ που βασίζονται στις παραπάνω παρουσιάσεις, ατομικά ή σε γκρουπ των τριών, όπου ο καθένας παίζει από διαφορετικό περίπτερο. Κατά τη διάρκεια των κουίζ, οι παίκτες μπορούν να ανατρέξουν για βοήθεια σε βάσεις δεδομένων που φιλοξενούν τα δεδομένα ολόκληρης της έκθεσης. Η ποικιλία των μέσων και των πληροφοριών που μας παρουσιάζονται συνεχίζει να αναβαθμίζει μέσα από την δημιουργία θέατρο εικονικής πραγματικότητας χωρητικότητας 28 ατόμων (26 + 2 ΑΜΕΑ). Το θέατρο παρείχε τη δυνατότητα εικονικής περιήγησης στο ιερό της Ολυμπίας, όπως αυτό είχε διαμορφωθεί το 165 μ.Χ. .



Εικόνα 39 Το θέατρο εικονικής πραγματικότητας

Μία οθόνη αφής επίσης παρέχει στους επισκέπτες της έκθεσης πληροφορίες για την χρονική αλληλουχία των αγωνισμάτων, την έκταση των Αγώνων, τις επιδόσεις των αθλητών και τα σημαντικά ιστορικά γεγονότα από το 776 π.Χ. ως το 393 μ.Χ. Οι πληροφορίες αυτές ανακτώνται μέσω οθόνης αφής, η οποία δίνει στον χρήστη την δυνατότητα να επιλέξει τη χρονολογία που επιθυμεί.

Τέλος το πανοραμικό θέατρο που αποτελείται από τρεις οθόνες, οι οποίες προβάλλουν συνεχόμενα παρουσιάσεις με θέματα όπως «Ολυμπιακοί Αγώνες και Κοινωνία», «Η Εξέλιξη του Σταδίου», «Πόλη-Κράτος», «Νικητής», «Ιερή Εκεχειρία». Όπως βλέπουμε η χρήση των πολυμέσων είναι αξιοθαύμαστη και θα ήταν πολύ δύσκολο να διαψεύσουμε τα πολύ καλά λόγια των εκπαιδευτικών για την χρήση των πολυμέσων.

Στο κάτω μέρος της ιστοσελίδας υπήρχε η παρακάτω ανακοίνωση «η επίσκεψη στην Ψηφιακή Έκθεση είναι δυνατή εντός του ωραρίου λειτουργίας του Μουσείου της Ιστορίας των Ολυμπιακών Αγώνων της Αρχαιότητας αυστηρώς κατόπιν ραντεβού». Έπειτα από μία επίσκεψη μας στο μουσείο, μας έγινε αντιληπτό πως παρά το γεγονός πως το μουσείο είχε αρκετούς επισκέπτες καμία συσκευή δεν ήταν σε λειτουργία ενώ ήταν κλειστή η είσοδος στο υπόγειο του μουσείου για την ψηφιακή έκθεση. Έπειτα από επικοινωνία με την Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας και την υποβολή ερωτήματος για την λόγους μη λειτουργίας της ψηφιακής έκθεσης, η απάντηση που λάβαμε από τον κ. Λιάγκουρα ήταν «Σας ενημερώνουμε ότι η ψηφιακή έκθεση στο Μ.Ι.Ο.Α βρίσκεται στο διαρκές επίκεντρο των προσπαθειών της ΕΦΑ Ηλείας, ώστε να λειτουργεί σε τακτή βάση. Ωστόσο, αυτό όπως καταλαβαίνεται δεν καθίσταται πάντα εφικτό λόγω δυσχερειών που προκύπτουν σχετικά με έλλειψη προσωπικού ή για τεχνικούς λόγους. Συνήθως η έκθεση λειτουργεί, υπό την εποπτεία του αρχαιολόγου της Εφορείας κ. Κώστα Αντωνόπουλου, εφόσον προηγηθεί συνεννόηση (συνήθως για ομάδα ατόμων και για την εκπαιδευτική κοινότητα)».

Έτσι μας γίνεται κατανοητό πως η έκθεση δεν μπορεί να βρίσκεται σε λειτουργία επί καθημερινής βάσεως. Έτσι στην συνέχεια της εργασίας μας για τον συγκεκριμένο λόγο θα απορρίψουμε την περίπτωση του Μ.Ι.Ο.Α και θα προχωρήσουμε με την περίπτωση του Αρχαιολογικού Μουσείου Πύργου καθώς είναι το μόνο από τα τέσσερα μουσεία που κάνει συστηματική χρήση πολυμέσων⁸⁹⁹⁰⁹¹.

4. Έρευνα κοινού

Το προηγούμενο κεφάλαιο μας έδωσε μία καλή ιδέα για τα πολλά πλεονεκτήματα αλλά και για τα προβλήματα που προκύπτουν από την χρήση των πολυμεσικών εφαρμογών στα μουσεία. Οι έρευνες κοινού που είδαμε, τα στοιχεία που έχουμε συγκεντρώσει γύρω από την χρήση των πολυμέσων στα μουσεία, η εικόνα που είδαμε παραπάνω στα αρχαιολογικά μουσεία της Ηλείας αλλά και η έλλειψη ερευνών στην Ελλάδα για τα πολυμέσα στα μουσεία και την αντίληψη που έχει ο κόσμος για την τεχνολογία δίπλα από τα αντικείμενα, κρίθηκε

⁸⁹ Ολυμπία Βικάτου, Υπουργείο Πολιτισμού, μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας, http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3488

⁹⁰ Ολυμπία Βικάτου, Υπουργείο Πολιτισμού, μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας, http://odysseus.culture.gr/h/4/gh41.jsp?obj_id=17701

⁹¹ Σπηλιοπούλου, μουσείο Ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της Αρχαιότητας και η Ψηφιακή Έκθεση

απαραίτητη η διεξαγωγή μίας έρευνας η οποία θα μπορεί να μας φωτίσει κάποια ζητήματα γύρω από την χρήση τους σήμερα.

4.1. Μεθοδολογία Έρευνας

Σε πρωταρχικό στάδιο κρίθηκε απαραίτητη η διεξαγωγή έρευνας κοινού με δυο κύρια θέματα. Το πρώτο θα διαθέτει ένα ειδικό χαρακτήρα και θα πραγματοποιηθεί στο αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου καθώς είναι το μοναδικό από τα τέσσερα αρχαιολογικά μουσεία το οποίο χρησιμοποιεί συστηματικά οθόνες αφής στον εκθεσιακό του χώρο όπως είδαμε και παραπάνω. Κύριος σκοπός της έρευνας αυτής είναι ,εκτός από την αξιολόγηση της συσκευής , η συλλογή στοιχείων για την δημιουργία μίας εφαρμογής που θα ανταποκρινόταν στα ενδιαφέροντα του. Η μέθοδος που επιλέχθηκε για την διάθεση του ερωτηματολογίου είναι στην είσοδο του μουσείου κατά το τέλος της επίσκεψης του κοινού μέσω τυπωμένου ερωτηματολογίου.

Η δεύτερη θα αφορά το γενικό κοινό και θα έχει σκοπό την απόκτηση γνώσης γύρω από την χρήση τεχνολογίας σε διάφορα μουσεία, την εντύπωση που τους έδωσε ,τα στοιχεία που πήραν οι επισκέπτες από την χρήσης τους ενώ ειδική ενότητα του ερωτηματολογίου θα δίνει την ευκαιρία σ' αυτούς που δεν χρησιμοποίησαν μία πολυμεσική εφαρμογή κατά την επίσκεψη τους στο μουσείο αλλά και αυτούς που δεν έχουν επισκεφθεί ένα μουσείο να εκφράσουν τις αντίληψης για το πώς θα ήθελαν το μουσείο να εκφράζεται ,την χρήση τεχνολογίας σ' αυτά , την κοινωνική και εκπαιδευτική του συνεισφορά σήμερα. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την μετάδοση του ήταν αυτή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το έγγραφο που χρησιμοποιήθηκε είναι αυτό των φορμών της google λόγο των δυνατοτήτων που προσφέρει, της ευελιξίας αλλά και της μετάδοσης καθώς το ευρύ κοινό που χρειαζόμασταν για την έρευνα ήταν πιο εύκολο να βρεθεί στο διαδίκτυο όπου οι χρήστες θα είχαν τον χρόνο και την διάθεση να επιλέξουν το link που μοιράστηκε και να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο με μεγαλύτερη ακρίβεια. Η επιλογή όμως αυτή όπως θα δούμε παρακάτω περιόρισε εν γνώση μας την δημογραφική ποικιλομορφία των χρηστών καθώς ένας πολύ μικρός αριθμός ηλικιών από 40 και άνω συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο. Η ευαίσθητη αυτή ομάδα και η γνώμη της δυστυχώς δεν θα καλυφθεί επαρκώς από την έρευνα με ευχές φυσικά για δυνατότητα μου ή κάποιου άλλου ,στο μέλλον να συμπληρώσει αυτό το κενό.

4.2. Το ερωτηματολόγιο του Αρχαιολογικού Μουσείου του Πύργου

Επί των πραγμάτων όμως ας γίνουμε πιο συγκεκριμένοι και να σχολιάσουμε την μορφή των ερωτηματολογίων πριν από την παροχή των αποτελεσμάτων.

Αρχικά όπως συνηθίζετε άλλωστε ,μήκαν ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών ώστε να πάρουμε μία γενική εικόνα από τα αποτελέσματα των ανθρώπων που τα συμπλήρωσαν . Σ' αυτά εντάσσεται η ηλικία , το φύλο και η βαθμίδα μόρφωσης.

1. Ηλικία:

£ >15

£ 15-20

- £ 20-40
- £ 40-50
- £ 50 και άνω

2. Φύλο:

- £ Άνδρας
- £ Γυναίκα

3. Εκπαίδευση:

- £ Υποχρεωτική
- £ Δευτεροβάθμια
- £ Τριτοβάθμια
- £ Μεταπτυχιακό
- £ Διδακτορικό

Έπειτα τίθεται το κύριο ζήτημα της εφαρμογής για τον αν δηλαδή χρησιμοποιήθηκαν οι οθόνες αφής ή κάποιες από αυτές. Ζητείται ο λόγος που δεν χρησιμοποιήθηκαν όλες οι συσκευές ή κάποια απ' αυτές. Η ερώτηση αυτή τείνει να διαχωρίσει το κύριο θέμα του ερωτηματολογίου με το γενικό ώστε να μπορεί ο χρήστης που δεν χρησιμοποίησε μία από τις συσκευές να μεταφερθεί στο γενικό σημείο του ερωτηματολογίου.

4. Χρησιμοποιήσατε κάποια από τις τέσσερις οθόνες αφής που βρίσκονται στις τέσσερις αίθουσες της έκθεσης;

- £ Όλες
- £ Μερικές
- £ Καμία

Αν απαντήσατε Καμία, μπορείτε να μας πείτε για ποιο λόγο;

.....

.....

.....

Έπειτα πηγαίνετε κατευθείαν στην ερώτηση 15

Αν χρησιμοποιήσατε Μερικές από τις οθόνες μπορείτε να μας πείτε τον λόγο;

.....

.....

.....

Στο κύριο τώρα μέρος για το ερωτηματολόγιο τέθηκαν ερωτήσεις που αφορούσαν την γενικότερη εμπειρία από την επίσκεψη του κοινού , την συμβολή της συσκευής σ' αυτήν, ενώ τίθεται σε αξιολόγηση το πληροφοριακό υλικό που προσφέρει η συσκευή , η ευκολία πλοήγησης και χρήσης της πολυμεσικής εφαρμογής ,η προσβασιμότητα τους και ευκολία προσέγγισης μέσα στον χώρο αλλά και τα πόσα λεπτά χρησιμοποίησαν περίπου μία από της συσκευές. Τέλος έγινε το ερώτημα αν η συσκευή ανταποκρινόταν στις προσδοκίες και στις γνώσεις του κοινού. Χρήσιμο επίσης ήταν να δοθεί το ερώτημα για το πια είναι η γνώση ή η σχέση του κοινού με τις νέες τεχνολογίες

5. Πως θα μπορούσατε να χαρακτηρίσετε την εμπειρία που προσκομίσατε από την συγκεκριμένη έκθεση;

- £ Α. Απολαυστική
- £ Β. Πολύ ενδιαφέρουσα
- £ Γ. Ενδιαφέρουσα
- £ Δ. Μέτρια
- £ Ε. Βαρετή
- £ ΣΤ. Πολύ κακή

6. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι βοήθησε η εφαρμογή μέσω των οθόνων αφής για την απόκτηση αυτής της εμπειρίας.

- £ Α. Πολύ
- £ Β. Αρκετά
- £ Γ. Μέτρια
- £ Δ. Λίγο
- £ Ε. Καθόλου

7. Πως θα περιγράφατε το πληροφοριακό υλικό που πρόσφερε η συσκευή;*

- Α. Σαφές
- Β. Πλήρες
- Γ. Με έφερε πιο κοντά στις πτυχές ενός άλλου πολιτισμού
- Δ. Κάλυψε τα ενδιαφέροντα μου
- Ε. Υπερβολικά εκτενής πληροφόρηση
- ΣΤ. Δεν ικανοποίησε τις προσδοκίες μου
- Ζ. Ελλιπές
- Η. Αδιάφορο
- Θ. Άλλο.....

.....

*Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μία απαντήσεις

Στην έκτη ερώτηση δίνεται σημασία στο περιεχόμενο της συσκευής και στην αξιολόγηση του από το κοινό . Οι δύο πρώτες ερωτήσεις αναφέρονται στην κατανόηση και στην πληρότητα του περιεχομένου όπως και η τέταρτη στην κάλυψη των προσδοκιών των επισκεπτών . Οι τρεις τελευταίες απαντήσεις αναφέρονται στο αντίθετο τους. Η τρίτη απάντηση παρά το γεγονός ότι δεν ταιριάζει σ' αυτή την ερώτηση , χρησιμοποιώντας την δυνατότητα των πολυπληθών απαντήσεων , τέθηκε για να ανιχνευθούν οι δυνατότητες κατανόησης ενός διαφορετικού πολιτισμού από τον δικό μας μέσα από την συσκευή.

8. Μπορούσατε εύκολα να πλοηγηθείτε μέσα στην συσκευή;
- £ A. Πολύ
 - £ B. Αρκετά
 - £ Γ. Μέτρια
 - £ Δ. Δυσκολεύτηκα
 - £ E. Η χρήση της ήταν περίπλοκη
9. Διακρίνατε εύκολα τις οθόνες αφής στον εκθεσιακό χώρο;
- £ A. Ναι
 - £ B. Όχι
10. Πόσα λεπτά περίπου ξοδέψατε στην χρήση μίας οθόνης αφής;
- £ A. >1
 - £ B. >3
 - £ Γ. >5
 - £ Δ. >10
 - £
11. Η χρήση οποιαδήποτε οθόνης ανταποκρινόταν στις γνώσεις σας;
- £ A. Αρκετά
 - £ B. Μέτρια
 - £ Γ. Λίγο
12. Πως θα χαρακτηρίζατε τον βαθμό εξοικείωσής σας με τις νέες τεχνολογίες;
- £ A. Αρχάριος
 - £ B. Βασικές γνώσεις
 - £ Γ. Ειδικές γνώσεις
13. Ποια είναι η γνώμη σας για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών στα μουσεία;
- £ A. Απαραίτητη χρήση
 - £ B. Είναι μία θετική εξέλιξη
 - £ Γ. Προτιμώ την παραδοσιακή επίσκεψη
 - £ Δ. Άλλο.....

Στο γενικό ερωτηματολόγιο μέσα από συγκεκριμένες ερωτήσεις έγινε η προσπάθεια να κατανοηθεί η σχέση του κοινού με τον χώρο των μουσείων, η γνώμη τους γι' αυτά, οι μέχρι τώρα εμπειρίες τους σ' αυτά, οι επιλογές όσον αφορά την περιήγησή τους, η θέση των τεχνολογιών στα μουσεία αλλά και τα μεγάλα θέλω τους για τα μουσεία. Κάπως έτσι τέθηκε το ερώτημα για την χρήση οπτικοακουστικών μέσων στα μουσεία και την γνώμη του κοινού ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον φέρει το ερώτημα για τον τρόπο

περιήγησης που θα ήθελε να κάνει το κοινό στα μουσεία. Στην συνέχεια αυτού δόθηκε ένα θεμελιώδες ερώτημα για το πώς βλέπουν και το πώς θα ήθελαν να βλέπουν τα αντικείμενα οι επισκέπτες του μουσείου, ένα ερώτημα που θα συμβάλει και θα διαμορφώσει το μεγαλύτερο μέρος του μουσείου. Τέλος τέθηκε η ερώτηση για την αξιολόγηση της εκπαιδευτικής αξίας του μουσείου .

14. Ποια μέθοδο θα προτιμούσατε για να σας πληροφορήσει για την σημασία ενός αντικειμένου;*

- £ A. Ενημερωτικό Φυλλάδιο
- £ B. Ξεναγό
- £ Γ. Νέες τεχνολογίες
- £ Δ. Απλό κείμενο
- £ E. Καμία από τις παραπάνω

*Μπορείτε να επιλέξετε μέχρι δύο απαντήσεις

15. Πιστεύετε ότι το μουσείο συμβάλει στην παιδεία και την μόρφωση των ανθρώπων ;

- £ A. Πολύ
- £ B. Αρκετά
- £ Γ. Μέτρια
- £ Δ. Λίγο
- £ E. Καθόλου

16. Μπορείτε να μας πείτε ποιες από τις παρακάτω απαντήσεις θα θεωρούσατε ως κατάλληλη για το περιεχόμενο της συσκευής;*

- £ Θα ήθελα να μάθω περισσότερες πληροφορίες για τα αντικείμενα
- £ Θα ήθελα με την χρήση πολυμεσικού υλικού να πάρω μία καλή εικόνα για τον πολιτισμό απ' όπου προέρχονται τα αντικείμενα
- £ Θα ήθελα να δω τα αντικείμενα αυτά εντεταγμένα στην εποχή από όπου προέρχονται για να κατανοήσω την σημασία τους
- £ Θα ήθελα εάν είναι δυνατό μεγαλύτερη συσχέτιση των αντικειμένων με τον αρχαιολογικό χώρο απ' όπου προέρχονται
- £ Θα ήθελα τα αντικείμενα να αντιμετωπίζονται ως έργα τέχνης και να αφήνουν τον επισκέπτη να ανακαλύψει μόνος του το υπόβαθρο τους

4.3. Το γενικό ερωτηματολόγιο

Στο ερωτηματολόγιο που απευθυνόταν στο γενικό κοινό όπως είδαμε και στο ειδικό αρχικά όπως συνηθίζετε μπήκαν ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των επισκεπτών ώστε να πάρουμε έχουμε μία γενική εικόνα από τα αποτελέσματα των ανθρώπων που τα συμπλήρωσαν . Σ' αυτά εντάσσεται η ηλικία , το φύλο και η βαθμίδα μόρφωσης ώστε να αποκτηθεί μία γενική εικόνα του χρήστη που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο .

Λόγο της αναμενόμενης μικρής συμμετοχής στο ειδικό ερωτηματολόγιο που θα μοιραστεί στο Αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου λόγω της πολύ μικρής επισκεψιμότητας , κρίθηκε απαραίτητη η δημιουργία ερωτήματος για την επίσκεψη του χρήστη στο μουσείο του Πύργου ή όχι .Με τον τρόπο αυτό έγινε η προσπάθεια συμμετοχής μεγαλύτερου αριθμού συμπλήρωσης ερωτηματολογίων που αφορούν το μουσείο του Πύργου.

Έπειτα ο χρήστης θα πρέπει να συμπληρώσει το μουσείο που επισκέφθηκε τελευταία φορά εφόσον φυσικά δεν έχει επισκεφθεί το μουσείο του Πύργου και να σημειώσει το πότε περίπου έγινε η επίσκεψη. Το τελευταίο ερώτημα ήταν μόνο του καθώς δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στην ημερομηνία επίσκεψης όπως θα δούμε και παρακάτω.

Πριν τεθεί όμως πρώτα η χρήση ή μη στο μουσείο επίσκεψης , μπήκαμε στον πειρασμό και να αξιολογήσουμε την εμπειρία των επισκεπτών στα μουσεία ξεχωριστά από την χρήση πολυμεσικών εφαρμογών, γι' αυτό τον λόγο το ερώτημα τέθηκε πρώτο από την ερώτηση χρήσης.

Στην συνέχεια μπαίνοντας στο κύριο θέμα γίνεται η ερώτηση που αναφέραμε παραπάνω , ενώ διακριτή είναι η ένδειξη, ακριβώς από κάτω ,στην περίπτωση που οι επισκέπτες δεν χρησιμοποίησαν κάποια, να κατευθυνθούν στο πλαίσιο των γενικών ερωτήσεων που δημιουργήθηκε προς το τέλος του ερωτηματολογίου . Η ερώτηση που ακολουθεί μία σειρά επιλογών για τα είδη πολυμέσων που διέθετε το μουσείο και αν οι επισκέπτες χρησιμοποίησαν μία απ' αυτές. Η ερώτηση για την συνεισφορά των εφαρμογών γίνεται μετά ενώ σημαντικά ιδιαίτερη είναι η ερώτηση για το ποια ακριβώς ήταν η συνεισφορά της συσκευής μέσα από ένα πλήθος επιλογών:

- £ Με βοήθησε να καταλάβω την ιδιαιτερότητα των αντικειμένων της συλλογής και την σημασία τους
- £ Με έβαλε σε σκέψεις για πολλά πράγματα
- £ Η χρήση της είναι διασκέδαση για εμένα
- £ Μου εμπλουτίστηκαν οι γνώσεις
- £ Η χρήση τους ήταν κυρίως απόσπαση της προσοχής μου από τα αντικείμενα
- £ Δεν μου προξένησε ενδιαφέρον

Στην ερώτηση αυτή έγινε η προσπάθεια να αποσαφηνιστεί η πολιτική προσέγγισης του μουσείου και το τι δέχεται το κοινό απ' αυτή. Οι δύο πρώτες ερωτήσεις κρύβουν από πίσω τις δύο μεγάλες συγκρουόμενες εκθεσιακές πολιτικές των μουσείων του σήμερα. Και το δίλημμα απ' αυτό δεν είναι φυσικά επισκεπτοκεντρικού και αντικειμενοκεντρικού χαρακτήρα καθώς όπως ελάχιστα είδαμε παραπάνω τα αποτελέσματα των χαρακτηριστικών αυτών είναι πολλές φορές ταυτόσημα. Έτσι η πραγματική σύγκρουση τοποθετείται στην ιδεολογία της υπάρχουσας, της νέας μουσειολογίας και της κοινωνιομουσειολογίας . Η πρώτη επιλογή φυσικά είναι η ερώτηση που εκπροσωπεί την πρώτη ενώ η δεύτερη επιλογή τους στόχους των δύο άλλων. Η τρίτη ερώτηση θέλει φυσικά να αποτυπώσει τον ψυχαγωγικό χαρακτήρα της συσκευής. Η τέταρτη δημιουργήθηκε για να αποτυπώσει την εντύπωση πως τα μουσεία είναι για ανθρώπους που ήδη έχουν τις γνώσεις. Η πέμπτη την γνώμη πως η τεχνολογία μπορεί να είναι απόσπαση του ενδιαφέροντος του ανθρώπου από το αντικείμενο. Ενώ η τελευταία τη μη κάλυψη του ενδιαφερόντων του χρήστη.

Η ίδια ερώτηση που τέθηκε στο ειδικό ερωτηματολόγιο του μουσείου του Πύργου τέθηκε και εδώ και ήταν «Πως θα περιγράφατε το πληροφοριακό υλικό που πρόσφερε η συσκευή;»

Ιδιαίτερης σημασίας είναι η ερώτηση που ακολουθεί «μπορείτε να θυμηθείτε ποια μέσα από τα παρακάτω χρησιμοποιήθηκαν στην συσκευή;» Ως απαντήσεις τίθενται όλα τα μέσα που μπορούν να απαρτίσουν ένα πολυμέσο ώστε να γίνει διακριτή μία γενική εικόνα για την επίδραση που έχει το ο συνδυασμός τους στο κοινό . Η ευκολία χρήσης της συσκευής φυσικά ως ερώτηση αποτέλεσε με αξιολόγηση από το 1 έως το 10 δεν θα μπορούσε να λείπει από το ερωτηματολόγιο.

Η επόμενη ερώτηση θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ερώτηση κλειδί για την διαδραστικότητα την μεταδοτικότητα αλλά και την επιτυχία του ίδιου του σκοπού της συσκευής. Η ερώτηση 'Σήμερα σε τι βαθμό από το 1 έως το 10 θα μπορούσατε να θυμηθείτε το περιεχόμενο της συσκευής;' στοχεύει να θέσει το ερώτημα για την διάδραση που έχει ο επισκέπτης με την συσκευή με την συσκευή, το ενδιαφέρον που του προκάλεσε , με γνώμονα φυσικά την χρόνο που μεσολάβησε από την επίσκεψη μέχρι την συμπλήρωση του ερωτηματολόγιο⁹².

Το πρώτο μέρος ολοκληρώνετε με δύο ερωτήσεις. Η πρώτη αξιολογεί τελικά το μέσο ρωτώντας του επισκέπτες αν θα ξανά χρησιμοποιούσαν μία παρόμοια συσκευή ενώ στο τέλος δίνεται μία ερώτηση για τις ικανότητες των επισκεπτών με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Στο γενικό πλαίσιο η ερώτηση «Ποια είναι η γνώμη σας για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών στα αρχαιολογικά μουσεία;» επαναλαμβάνεται όπως και σ' αυτού του Πύργου.

Στην συνέχεια γίνεται η ερώτηση για το «ποια μορφή από τις παρακάτω θα θέλατε να χρησιμοποιήσετε σε μία αρχαιολογική έκθεση και γιατί;» Οι επιλογές που εμφανίζονται είναι:

- £ Κινητή συσκευή πολυμεσικού ή ηχητικού οδηγού
- £ Smartphone app
- £ Οθόνες αφής στον εκθεσιακό χώρο
- £ Προβολή βίντεο σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο
- £ Εικονική πραγματικότητα

Η ερώτηση στοχεύει στην άμεση επιλογή του κοινού για τις εφαρμογές τις νέες τεχνολογίες που θα ήθελε να δει σ' ένα αρχαιολογικό μουσείο και το περιεχόμενο αυτής θα γίνετε κατανοητό από την παρακάτω ερώτηση «Με βάση την επιλογή που κάνατε μπορείτε να μας πείτε ποιες από τις παρακάτω απαντήσεις θα θεωρούσατε ως κατάλληλη για το περιεχόμενο της συσκευής;»

- £ Θα ήθελα να μάθω περισσότερες πληροφορίες για τα αντικείμενα
- £ Θα ήθελα με την χρήση πολυμεσικού υλικού να πάρω μία καλή εικόνα για τον πολιτισμό απ' όπου προέρχονται τα αντικείμενα
- £ Θα ήθελα να δω τα αντικείμενα αυτά εντεταγμένα στην εποχή από όπου προέρχονται για να κατανοήσω την σημασία τους
- £ Θα ήθελα εάν είναι δυνατό μεγαλύτερη συσχέτιση των αντικειμένων με τον αρχαιολογικό χώρο απ' όπου προέρχονται

⁹² Naomi Haywood, P. C. (n.d.). *Engagement with an Interactive Museum*.

£ Θα ήθελα τα αντικείμενα να αντιμετωπίζονται ως έργα τέχνης και να αφήνουν τον επισκέπτη να ανακαλύψει μόνος του το υπόβαθρο τους.

Τέλος οι νέες τεχνολογίες έρχονται αντιμέτωπες με τις υπόλοιπες μεθόδους παρουσίασης των αντικειμένων μέσα από την ερώτηση «Ποια μέθοδο θα προτιμούσατε για να σας πληροφορήσει για την σημασία ενός αντικειμένου;»

£ A. Ενημερωτικό Φυλλάδιο

£ B. Ξεναγό

£ Γ. Νέες τεχνολογίες

£ Δ. Απλό κείμενο

£ E. Καμία από τις παραπάνω

Η ερώτηση «Πιστεύετε ότι το μουσείο συμβάλλει στην παιδεία και την μόρφωση των ανθρώπων ;» είναι αυτή που κλείνει το ερωτηματολόγιο.

Μετά την ετοιμασία του ερωτηματολογίου για το μοίρασμα στο αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου , επικοινωνήσα με την εφορεία αρχαιοτήτων της Ηλείας για να κανονίσω τις διαδικασίες . Κύριο αίτημα μου ήταν το μοίρασμα του ερωτηματολογίου να γίνει από τους φύλακες του μουσείου κατά το τέλος της επίσκεψης του κοινού. Ο κύριος λόγος γι' αυτό ήταν η αδυναμία λόγω της πρακτικής μου άσκησης να παρευρεθώ στον Πύργο ώστε να μοιράσω το ερωτηματολόγιο αλλά και τις ελάχιστες μέρες που θα μπορούσα να είμαι, τα ευρήματα θα ήταν πολύ μικρά λόγω της μικρής επισκεψιμότητας του μουσείου και κυρίως κατά του φθινοπωρινούς και χειμερινούς μήνες όπως μας μαρτυρούν άλλωστε και τα ποσοστά επισκεψιμότητας του μουσείου. Έτσι δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στην ευκολία χρήσης του ερωτηματολογίου με διακριτές κατευθυντήριες οδούς ,εκλαικευμένο και κατανοητό ώστε να μην υπάρξει θέμα από την εφορεία. Ο στόχος αυτός όμως δεν επιτευχθεί και παρά το γεγονός πως μου επιτράπηκε να μοιράσω το ερωτηματολόγιο στο μουσείο του Πύργου δεν έγινε δεκτό το αίτημα για χρήση των φυλάκων . Κάπως έτσι η έρευνα κοινού δυστυχώς περιορίστηκε αρκετά στην γενική, όπου σε 118 απαντήσεις το 21% επισκέφθηκε το μουσείο δηλαδή 25 άτομα. Το ποσοστό αυτό δεν είναι ικανό φυσικά για να θεωρηθεί αξιόπιστο αλλά μπορεί να μας δώσει μία μικρή εικόνα για την αντιμετώπιση των εφαρμογών του μουσείου σήμερα. Έτσι τα πρώτα αποτελέσματα που θα δούμε σήμερα είναι αυτά που οι χρήστες επισκέφθηκαν το Αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου.

4.4. Επεξεργασία δεδομένων έρευνας

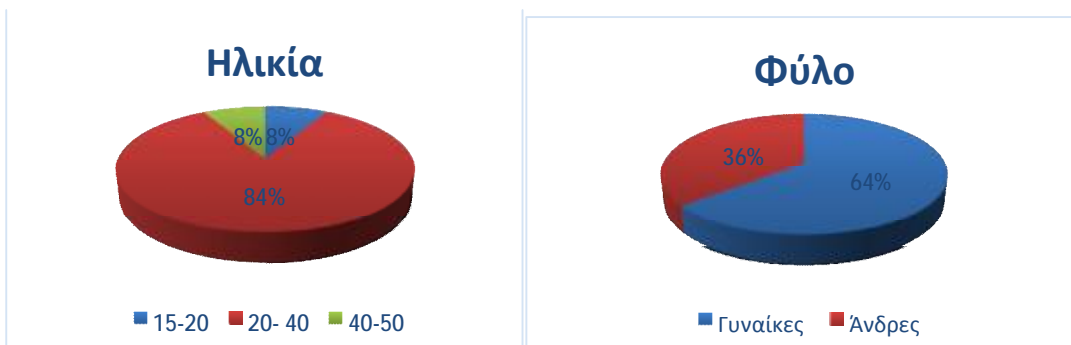
Έχοντας ολοκληρώσει λοιπόν την έρευνα μας , προχωρήσαμε στην προετοιμασία των δεδομένων για επεξεργασία, η οποία περιλάμβανε την ηλεκτρονική καταχώρηση, τον καθαρισμό και την κωδικοποίηση των δεδομένων. Η ηλεκτρονική καταχώρηση βασίστηκε σε μία βάση δεδομένων(database) και στην επεξεργασία της μέσα από κωδικοποίηση της και χρήση ερωτημάτων για την παροχή των αποτελεσμάτων.

Ο έρευνα χωρίστηκε σε τρία μέρη όπως θα δούμε και παρακάτω. Στους επισκέπτες του αρχαιολογικού μουσείου Πύργου, στους επισκέπτες που έχουν επισκεφθεί οποιαδήποτε μουσείο που χρησιμοποίησαν μία συσκευή και τέλος σ' αυτούς που δεν χρησιμοποίησαν κάποια πολυμεσική εφαρμογή.

4.5. Τα αποτελέσματα του γενικού ερωτηματολόγιου που απευθύνεται στο κοινό που επισκέφθηκε το Αρχαιολογικό Μουσείου του Πύργου.



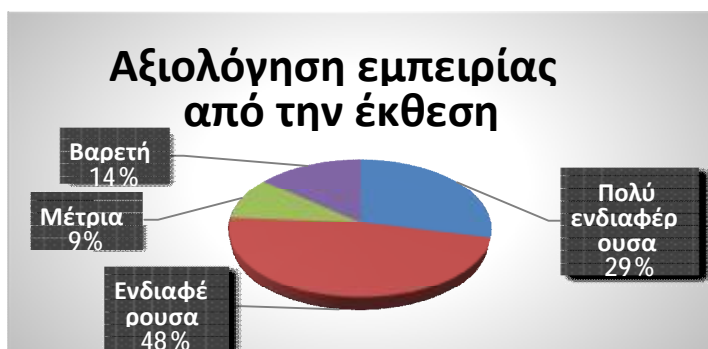
Πρώτα λοιπόν στα δημογραφικά στοιχεία 21 από τα 25 άτομα ήταν μεταξύ 20 και 40 , ενώ 2 ήταν μεταξύ 15-20 και 2 40 – 50. Οι γυναίκες ήταν αυτές που επισκέπτονται το μουσείο περισσότερο καθώς προηγούνται 16 έναντι 9 των ανδρών. Η τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι αυτή διέπει τους περισσότερους χρήστες με τον αριθμό τους να φθάνει τους 16. Τέσσερις έχουν μεταπτυχιακό ενώ τρεις διδακτορικό με έναν να είναι μόνο με δευτεροβάθμια εκπαίδευση.





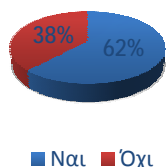
Θα πρέπει σ' αυτό το σημείο να πούμε πως 4 από τους 25 συμμετέχοντες δεν συμμετέχουν στο υπόλοιπο της έρευνας καθώς μπερδευτήκαν και συμπλήρωσαν έπειτα το ερωτηματολόγιο για άλλα μουσεία.

Η πρώτη ερώτηση έπειτα από τα δημογραφικά στοιχεία αφορά την αξιολόγηση της εμπειρίας των επισκεπτών και τα αποτελέσματα της ήταν ποικίλα. Το 25% δήλωσε πως η εμπειρία του ήταν πολύ ενδιαφέρουσα. Το 48% πως η εμπειρία του απλώς ενδιαφέρουσα ενώ υπήρχαν 3 χρήστες που είπαν πως η εμπειρία τους ήταν βαρετή και 2 πως ήταν μέτρια. Τα ποσοστά αυτά θα πρέπει να μας προκαλέσουν προβληματισμούς καθώς σε 1 από τους 4 που δεν άρεσε η έκθεση.

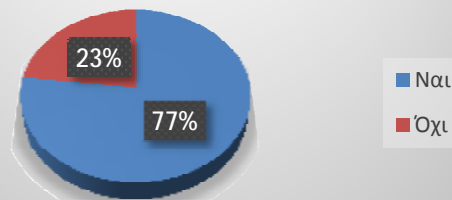


Στην επόμενη ερώτηση για το αν το μουσείο προσέφερε την δυνατότητα χρήσης νέων τεχνολογιών, παρά τις ευδιάκριτες οθόνες στον χώρο ,το 38% απάντησε πως δεν προσφέρεται δυνατότητα χρήσης τους .Τα αποτελέσματα αυτά γίνονται ακόμα χειρότερα ειδικά από την στιγμή που τρεις από αυτούς που πρόσεξαν τις οθόνες δεν τις χρησιμοποίησαν. Όσον αφορά το πρώτο σκέλος θέτονται ερωτήματα θέασης και ελκυστικότητας με κύριο ζητούμενο να είναι αυτό της αρχικής οθόνης της συσκευής και του φαινομενικά απλού περιεχομένου των επιλεγμένων αντικειμένων, πράγμα που ίσως να οδήγησε στην απώλεια μνήμης για την παρουσία οθονών. Τα τρία άτομα που πρόσεξαν τις συσκευές αλλά δεν τις χρησιμοποίησαν έρχονται να προστεθούν στους μη χρήστες ενώ μόνο οι μισοί χρήστες χρησιμοποίησαν την συσκευή. Στα αξιοσημείωτα αυτών είναι πως και οι τρεις έχουν καλή εικόνα για τις νέες τεχνολογίες στα μουσεία καθώς 2 δήλωσαν πως είναι απαραίτητη η χρήση και ένας πως θα είναι θετική εξέλιξη. Δυστυχώς για παραπάνω συμπεράσματα θα πρέπει να σταματήσουμε εδώ λόγο του μικρού αριθμού που είδαμε παραπάνω κάνοντας δυστυχώς την έρευνα κοινού στο αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου αναγκαία.

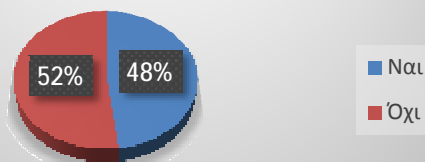
Το μουσείο παρείχε τη δυνατότητα χρήσης πολυμεσικών εφαρμογών



Χρησιμοποιήσατε μία απ' αυτές;



Πόσοι επισκέπτες του μουσείου χρησιμοποίησαν μία πολυμεσική εφαρμογή



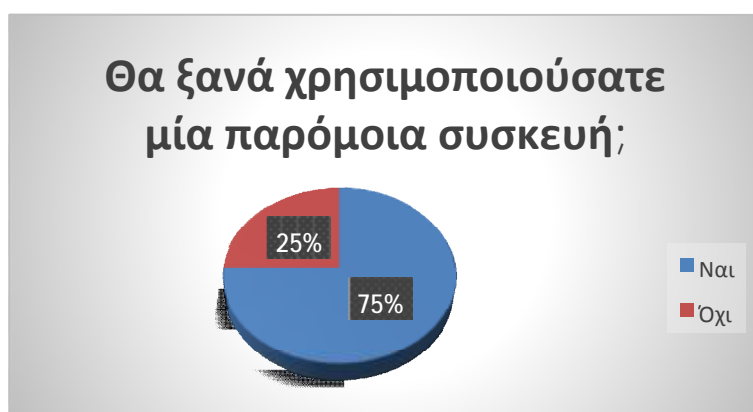
Ας δούμε πιο προσεκτικά τώρα τι εντυπώσεις που προκλήθηκαν σ' αυτούς που χρησιμοποίησαν την συσκευή. Επιμέρους θετικό πρόσημο φαίνεται να εμφανίζει η χρήση της οθόνη αφής καθώς 9 από τους χρήστες δήλωσαν πως η χρήση της συσκευής συνέβαλε πολύ έως αρκετά στην περιήγησή τους στον χώρο ενώ τρία είναι τα άτομα δήλωσαν πως η χρήση τους συνέβαλε λίγο, μέτρια και καθόλου σ' αυτήν. Οι άνθρωποι που δεν αξιολόγησαν καλά την εφαρμογή είχαν καλή γνώμη για την τεχνολογία στα μουσεία εκτός απ' έναν που προτιμάει την παραδοσιακή επίσκεψη ενώ μάλιστα ο ένας απ' αυτούς στο μεγάλο δίπολο μεταξύ ξεναγού και νέων τεχνολογιών προτίμησε τις τελευταίες. Επίσης το ποσοστό αυτό είναι μεγάλο ενώ ο αντικειμενοκεντρικός χαρακτήρας της συσκευής επιβεβαιώνεται από τον σχολιασμό της συσκευής όπου 6 επισκέπτες δήλωσαν ότι η συσκευή τους βοήθησε να καταλάβουν την ιδιαιτερότητα των αντικειμένων της συλλογής και την σημασία τους ενώ ένας πως του εμπλουτίστηκαν οι γνώσεις, 2 πως η χρήση του ήταν απόσπαση για αυτούς ενώ ένας δήλωσε πως η συσκευή τον έβαλε σε σκέψεις για πολλά πράγματα.

Το πληροφοριακό υλικό από την άλλη όντας επιστημονικό είχε επί το πλείστον όπως ήταν λογικό καλές κριτικές με τους περισσότερους να δηλώνουν ότι ήταν σαφές και πλήρες ενώ δύο ήταν αυτοί που δήλωσαν ότι κάλυψε τα ενδιαφέροντα τους. Μόλις ένας ήταν αυτός που δήλωσε πως δεν ήταν ικανοποιητικό και ήταν αυτός που δεν εντυπωσιάστηκε από την γενικότερη εμπειρία του στο μουσείο.

Η επόμενη ερώτηση είναι για το κατά πόσο οι επισκέπτες ήταν σε θέση να θυμηθούν το περιεχόμενο της συσκευής που χρησιμοποίησαν. Δυστυχώς μόλις 8 από τους 25

δήλωσαν πως χρησιμοποίησαν μία συσκευή και πρέπει να βασιστούμε σ' αυτούς. Ο μέσος όρος της συσκευής ήταν απογοητευτικός και η απομνημόνευση της ήταν πολύ χαμηλή, με μέσο όρο στο 4,1. Δυστυχώς οι ημερομηνίες επίσκεψης δεν συμπληρώθηκαν από το κοινό παρά μόνο από τρεις. Έτσι δεν μπορούμε να βασιστούμε σ' αυτούς και δεν μπορούμε να βγάλουμε ικανοποιητικά συμπεράσματα με βάση την ημερομηνία. Ο πολύ χαμηλός μέσος όρος είναι γεγονός και θέτει πολλούς προβληματισμούς για το περιεχόμενο της συσκευής.

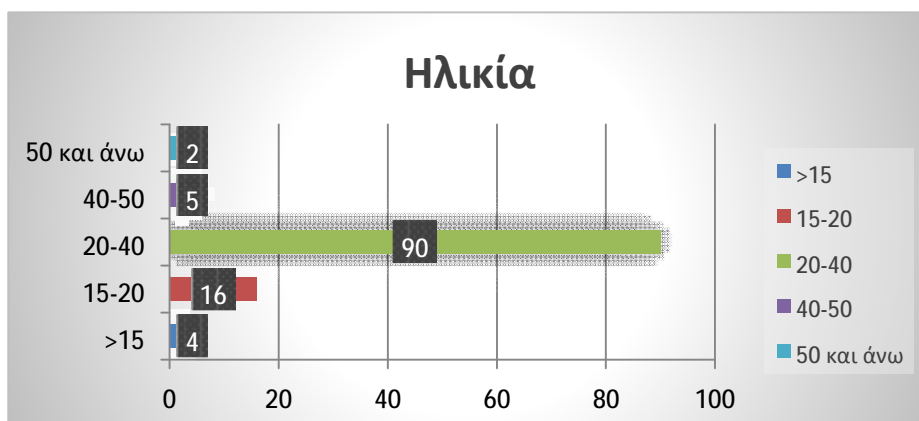
Η ευκολία χρήσης ήταν σε πολύ υψηλό επίπεδο πράγμα που επιβεβαίωσε τις αρχικές μας εκτιμήσεις. Η απλότητα της χρήσης ήταν επιτυχημένη και συγκέντρωσε μέσο όρο 8,45. Ως τελική αξιολόγηση της συσκευής τα αποτελέσματα είναι θετικά με 3 στους 4 να δηλώνουν πως θα ξανά χρησιμοποιούσαν μία παρόμοια συσκευή και 1 στους 4 πως όχι. Η εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες των συμμετεχόντων ήταν βασικές με γενικές γνώσεις με μόλις ένα να δηλώνει πως έχει ειδικές γνώσεις.



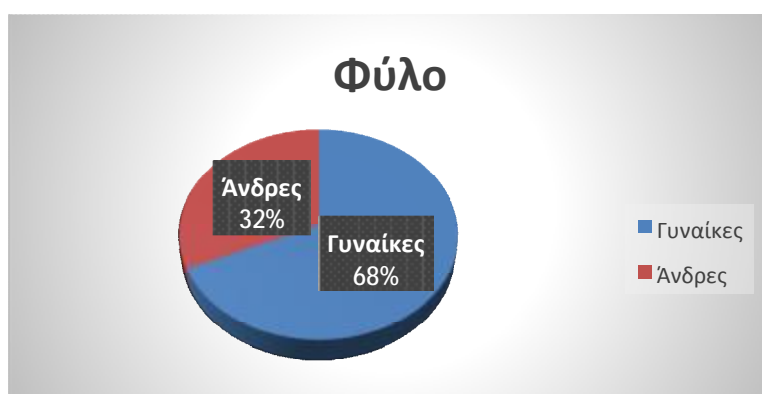
4.6. Τα αποτελέσματα από το ερωτηματολόγιο του γενικού κοινού

Μετά τα αποτελέσματα από το αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου ήρθε η στιγμή να εξετάσουμε την κύρια έρευνα κοινού και πιο συγκεκριμένα την συνεισφορά των νέων τεχνολογιών στη μουσειακή εμπειρία, την μεταδοτικότητα του κάθε μέσου και της κάθε συσκευής, την κάθε περίπτωση των μουσείων και φυσικά τα θέλω του κοινού όσον αφορά τις εκθέσεις και τις νέες τεχνολογίες.

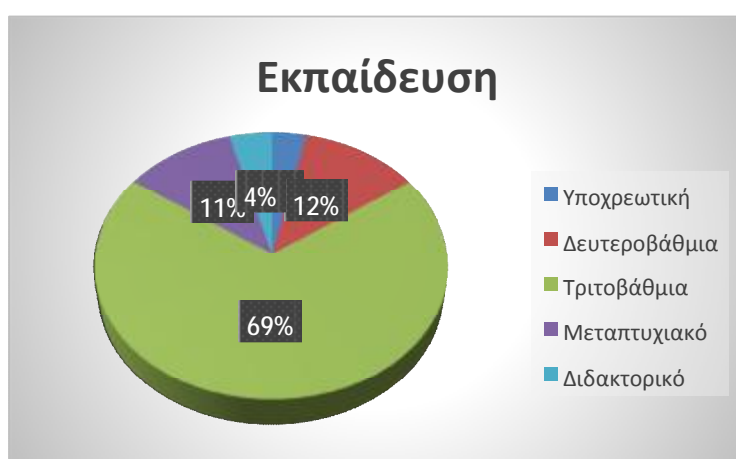
Έτσι λοιπόν ξεκινώντας από τα δημογραφικά στοιχεία, οι χρήστες που συμπλήρωσαν την συσκευή;



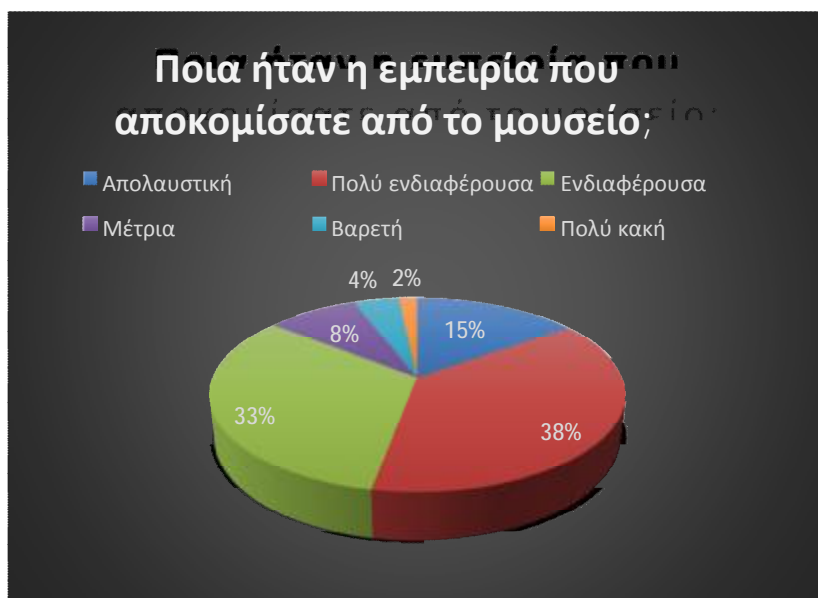
Η εκτίμηση μας για το ηλικιακό στοιχείο της έρευνας ήταν επιτυχημένη και το μεγαλύτερο μέρος των χρηστών (90 άτομα) ήταν μεταξύ 20 και 40. Ακολουθούν με 16 άτομα οι ηλικίες μεταξύ 15 και 20, οι ηλικίες μεταξύ 40 και 50 με 5 άτομα, οι ηλικίες κάτω των 15 με 4 άτομα και τέλος οι ηλικίες 50 και άνω με 2 άτομα.



Οι περισσότεροι χρήστες που μπήκαν στην διαδικασία να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο ήταν γυναίκες με τον αριθμός τους να φθάνει τις 80 ενώ ήταν και 37 άνδρες.



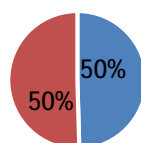
Το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών κατά το μεγαλύτερο βαθμό ήταν τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ακολουθούν ως ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης το μεταπτυχιακό με 13 άτομα, η Δευτεροβάθμια με 14, το διδακτορικό με 5 άτομα και η υποχρεωτική εκπαίδευση με 4.



Φτάνοντας λοιπόν στην πρώτη ερώτηση εισαγωγής θα πάρουμε μία καλή γεύση από την εμπειρία των επισκεπτών στον θεσμό του μουσείου. Όπως βλέπουμε και παραπάνω το 53% των επισκεπτών του μουσείου αξιολόγησαν πολύ καλά την εμπειρία τους στα μουσεία του, καθώς την σχολίασαν ως απολαυστική(15%) και πολύ ενδιαφέρουσα(38%). Το 33% των χρηστών του ερωτηματολογίου την σχολίασε ως απλώς ενδιαφέρουσα. Οι χρήστες που σχολίασαν ως απλώς ενδιαφέρουσα ήταν οι περισσότεροι στο μουσείο του Πύργου (9) και στο μουσείο Ακρόπολης(6). Ως μέτρια 10 ήταν τα άτομα που χαρακτήρισαν την εμπειρία τους σ' ένα μουσείο. Χαρακτηριστικό είναι πως οι 9 στους 10 δήλωσαν πως το μουσείο δεν έκανε χρήση πολυμέσων. Ως βαρετή και πολύ κακή χαρακτηρίστηκε από 7 άτομα. Από τα 7 τα 3 δήλωσαν πως πήγαν στο Αρχαιολογικό Μουσείο του Πύργου.

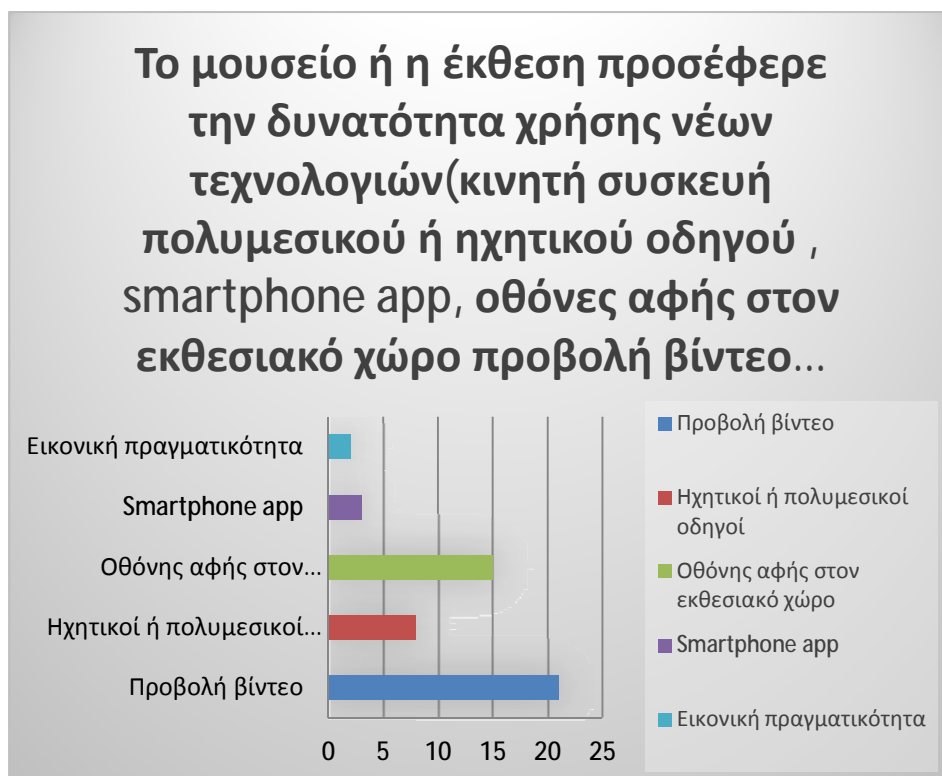
Το μουσείο ή η έκθεση προσέφερε την δυνατότητα χρήσης νέων τεχνολογιών(κινητή συσκευή πολυμεσικού ή ηχητικού οδηγού, smartphone app, οθόνες αφής στον εκθεσιακό χώρο προβολή βίντεο σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο, εικονική πραγματικότητα)

■ Ναι ■ Όχι

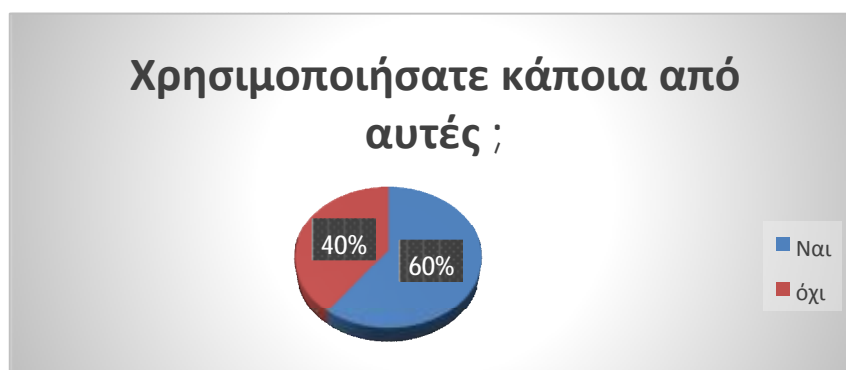


Μπαίνοντας στο ζουμί του ερωτηματολογίου τέθηκε το ερώτημα για το αν το επισκέψιμο μουσείο χρησιμοποίησε οποιαδήποτε μορφή νέων τεχνολογιών. Τα

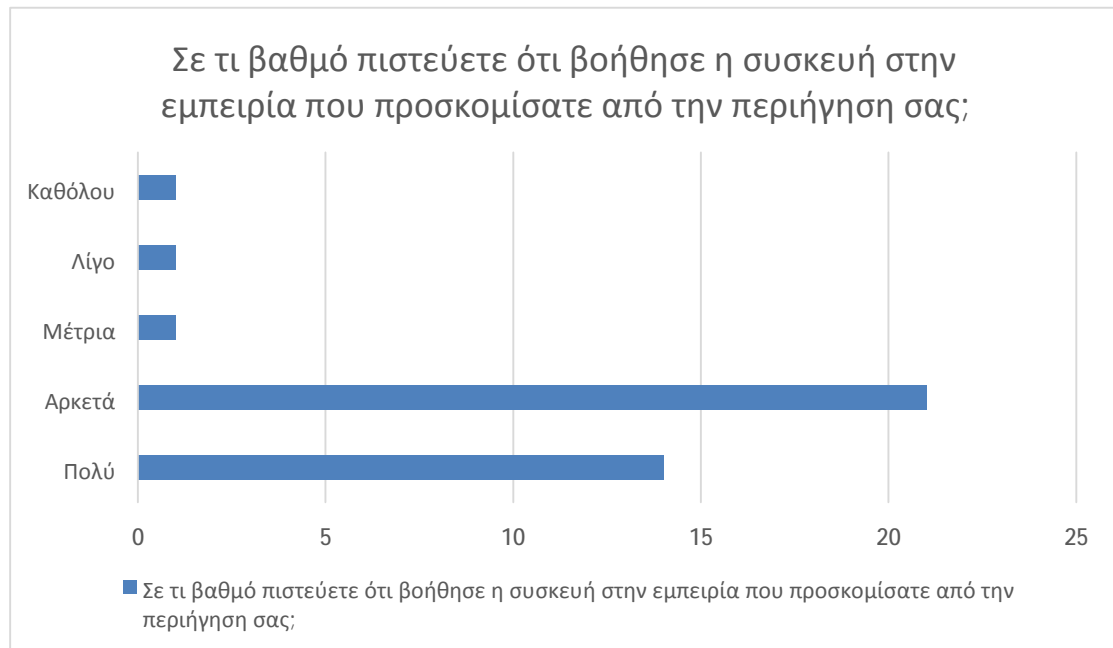
αποτελέσματα ήταν μάλλον απογοητευτικά αλλά αναμενόμενα καθώς οι 59 από τους 119 συνάντησαν πολυμέσα στην περιήγησή τους ενώ οι υπόλοιποι όχι. Όποτε μόνο με τους 59 θα προχωρήσουμε παρακάτω για να αξιολογήσουμε τις νέες τεχνολογίες πριν εξετάσουμε γενικά τις επιθυμίες του γενικού κοινού.



Το πιο πολύ χρησιμοποιημένο μέσο σ' ένα μουσείο σύμφωνα με την έρευνα ήταν το βίντεο με 21 επιλογές. Ακολουθεί η οθόνη αφής που εκπροσωπεί κατά κύριο λόγο από το αρχαιολογικό μουσείο Πύργου αλλά και από το Μουσείο Ακρόπολις. Έπειτα το νέο μέσο που έχει υιοθετηθεί από την πλειονότητα των μεγαλύτερων μουσείων του κόσμου , οι ηχητικοί οδηγοί ή πολυμεσικοί ακολουθούν με 8. Φυσικά το smartphone app δεν είναι διαδεδομένο στην Ελλάδα ακόμα παρά το γεγονός πως είναι πιο οικονομική λύση για από τον οδηγό. Έτσι εκπροσωπεί από τρεις ψήφους η μία από το μουσείο Ασιατικής τέχνης Κέρκυρας , ενώ οι άλλες δύο δεν δηλώθηκαν. Η εικονική πραγματικότητα μένει μακριά από τα μουσεία και οι δύο δηλώσεις που έγιναν για αυτήν έγινε κατανοητό πως οι χρήστες δεν γνωρίζουν καλά την έννοια της.

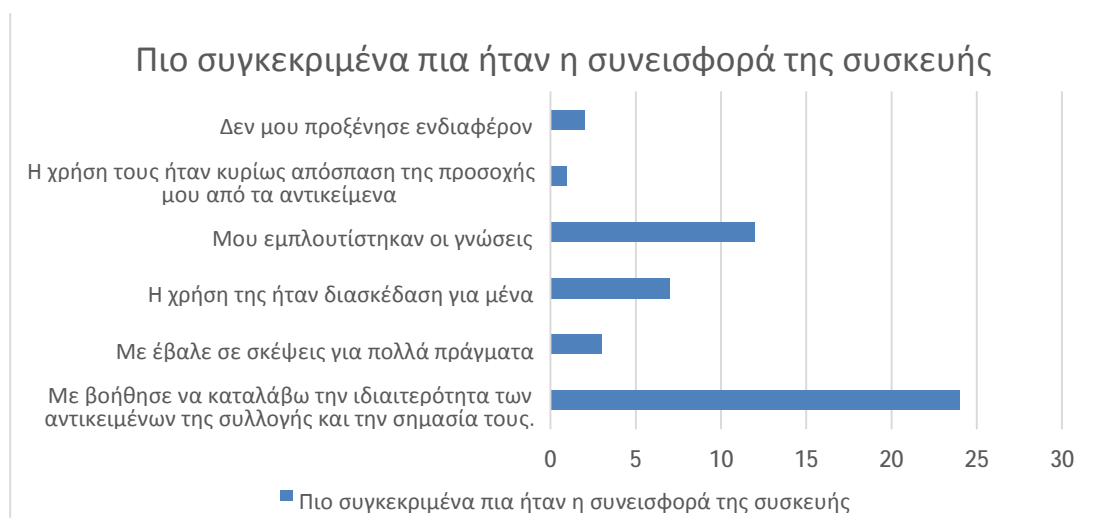


Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό που θέτει προβληματισμούς συνάντησε κάποια απ' αυτές τις συσκευές , τις κατέγραψε αλλά δεν τις χρησιμοποίησε και πιο συγκεκριμένα 4 στους 10. Όπως γίνεται κατανοητό πως η συνέχεια της βασικής έρευνας για την συνεισφορά των νέων τεχνολογιών θα συνεχιστεί με τα 38 άτομα.

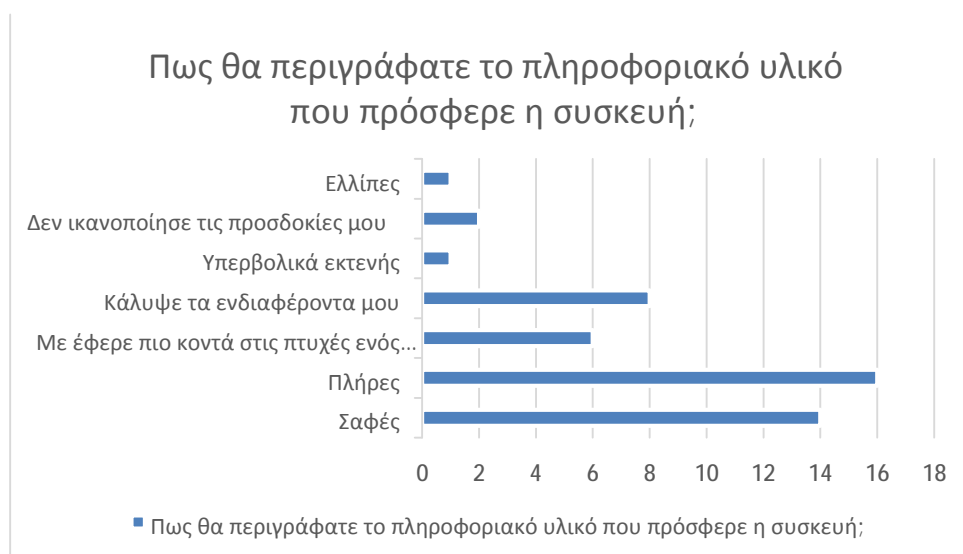


Παρόλο αυτά η μεγάλη σημείωση στο κάτω μέρος της ερώτησης που κατεύθυνε τους χρήστες στην περίπτωση που δεν είχαν χρησιμοποιήσει την συσκευή στο γενικό μέρος της έρευνας δεν έγινε αντιληπτό από 10 άτομα τα οποία συμπλήρωσαν τις παρακάτω ερωτήσεις χωρίς να έχουν χρησιμοποιήσει την συσκευή. Έτσι θα πρέπει να αφαιρέσουμε τις σχετικές απαντήσεις από το αποτέλεσμα . Το θέμα που δημιουργήθηκε θα μας κάνει σκεπτικούς για την ευχρηστία της έρευνας.

Κάπως έτσι λοιπόν τα αποτελέσματα όπως βλέπουμε παρακάτω είναι θριαμβευτικά υπέρ της συνεισφοράς των αντικειμένων καθώς 35 από τους 38 δήλωσαν ότι συνείσφερε πολύ έως αρκετά στην μουσειακή τους εμπειρία. Ποσοστά που φυσικά προσθέτουν ένα πολύ σημαντικό πρόσημο στην χρήση τεχνολογιών από τα μουσεία. Αξιοσημείωτο είναι πως οι δύο εξ αυτών που δεν ήταν ικανοποιημένοι από την χρήση της συσκευής ήταν στο αρχαιολογικό μουσείο Πύργου.

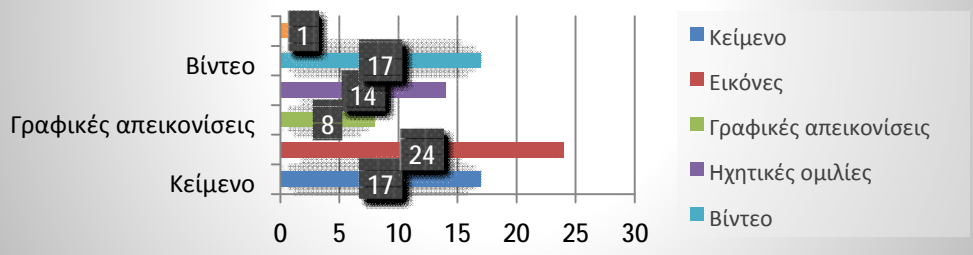


Στο παραπάνω διάγραμμα καταγράφονται κατά κύριο λόγο τα αναμενόμενα αντικειμενοκεντρικά αποτελέσματα . Περίπου 3 στους 5 κατανόησαν την ιδιαιτερότητα των αντικειμένων και την σημασία τους. Ο προβληματισμός , η σκέψη και η μη απλή μετάδοση γνώσεων συμπληρώθηκε από τρεις. Επίσης πολύ σημαντικό ποσοστό είναι οι 12 χρήστες που δήλωσαν πως απλά τους εμπλουτίστηκαν οι γνώσεις. Ο ψυχαγωγικός χαρακτήρας της εφαρμογής παραμένει σε χαμηλά ποσοστά με 7 να τον υπερασπίζονται. Στα αρνητικά σχόλια θα πρέπει να βάλουμε τα 2 άτομα πως δήλωσαν πως δεν του προξένησε ενδιαφέρον . Τέλος δηλώθηκε ,πως η χρήση τους ήταν απόσπαση προσοχής από τα αντικείμενα ,από έναν. Φυσικά τα αντικειμενοκεντρικά επί το πλείστον δεν μπορούν να χρεωθούν στις νέες τεχνολογίες αλλά στην εκθεσιακή αντίληψη των ιθυνόντων του μουσείου.



Η ερώτηση αυτή είναι πολλαπλής επιλογής και η πληρότητα και κατανόηση του περιεχομένου της συσκευής ήταν σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα με 16 να δηλώνουν πως το περιεχόμενο ήταν πλήρες και 14 να δηλώνουν πως ήταν κατανοητό. Τα καλά ποσοστά διευρύνονται με τους 8 να δηλώνουν πως ικανοποιήθηκαν τα ενδιαφέροντα τους. Αντίθετα μόνο 3 δήλωσαν πως το περιεχόμενο δεν ικανοποίησε τις προσδοκίες τους ή ήταν υπερβολικά εκτενές. Η ειδική ερώτηση που έβαλα για το πόσο έφερε κοντά κάποιον στις πτυχές ενός άλλου πολιτισμού ήταν μόλις 6 από τα 38 άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο.

Μπορείτε να θυμηθείτε ποια μέσα από τα παρακάτω χρησιμοποιήθηκαν στην συσκευή;



Μεγαλύτερη χρήση στις συσκευές είχαν οι εικόνες (24 άτομα). Η οπτικοποίηση της πληροφορίας όπως είναι γνωστό αναγνωρίζεται από τα μουσεία και χρησιμοποιείται περισσότερο. Το βίντεο ακολουθεί με 17 άτομα. Η χρήση του βίντεο είναι πολύ συχνή στα μουσεία ενώ άτομα που δήλωσαν την χρήση οθόνης βίντεο δήλωσαν τις εικόνες ως μέσα. Η δυνατότητα του να δίνει ένα μεγάλο όγκο πληροφοριών σε μικρό χρονικό διάστημα και χρηστικότητα του ως εισαγωγικό μέσο φαίνεται να ικανοποιεί τα μουσεία και να το χρησιμοποιούν. Πολύ μεγάλη παρουσία έχει το κείμενο με 17 επιλογές. Η παρουσίαση του δεν σταματά με την χρήση των πολυμέσων και χρησιμοποιείται κυρίως για την περιγραφή αντικειμένων και ενοτήτων ως κύριο μέσο ενώ επί το πλείστον συνοδεύεται από εικόνες. Οι ηχητικές ομιλίες ακολουθούν με 14 άτομα ενώ οι γραφικές απεικονίσεις (σχεδιαγράμματα κ.α.) με μόλις 8.

Ο μέσος όρος απομνημόνευσης των συσκευών στο σύνολο τους είναι 6,3. Στην συνέχεια θα προσπαθήσουμε να ανιχνεύσουμε σε τελική ανάλυση την μεταδοτικότητα των συσκευών, την απομνημόνευση με βάση το είδος συσκευής και τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν ώστε να ανιχνεύσουμε τις δυνατότητες που προσφέρουν στην αξία της απομνημόνευσης. Ξεκινώντας λοιπόν από την συσκευή του βίντεο ο μέσος όρος απομνημόνευσης ανεβαίνει στα 6,7 αν αφαιρέσουμε αυτούς που επισκέφθηκαν ένα μουσείο μία εβδομάδα πριν την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Η οθόνη αφής είναι αυτή που ακολουθεί με 13 χρήστες και Μ.Ο. 5,1. Ο αριθμός αυτός σίγουρα είναι πολύ χαμηλός. Θα πρέπει όμως να πούμε πως 6 από τους χρήστες επισκέφθηκαν το μουσείο του Πύργου. Χωρίς την παρουσία των χρηστών του Πύργου ο μέσος όρος ανεβαίνει στο 6,5. Σε γενική ομολογία τώρα με τα μέσα που χρησιμοποιούνται μπορεί να διαφανεί πως οι οθόνες που έκαναν συνδυασμό πολλών μέσων ήταν αυτές που είχαν την μεγαλύτερη βαθμολογία.

Το επόμενο μέσο είναι ο ηχητικός και πολυμεσικός οδηγός που τελικά χρησιμοποιήθηκε από 5 άτομα. Ο μέσος όρος που προκύπτει από την χρήση αν αφαιρέσουμε τα 2 άτομα που επισκέφθηκαν κάποιο μουσείο μία εβδομάδα πριν είναι 7,3. Οι οδηγοί αυτοί ήταν επί των πλείστον ηχητικοί οδηγοί.

Από τους 34 χρήστες οι 19 συμπλήρωσαν ημερομηνία επίσκεψης. Από τα 19 άτομα, τα 6 είχαν επισκεφθεί ένα μουσείο λιγότερο από δύο εβδομάδες πριν. Τα άτομα αυτά θα αφαιρεθούν από την εξέταση ενώ παρά το γεγονός πως μόνο το 1/3 συμπλήρωσε την ημερομηνία αξίζει να ρίξει μία ματιά στις στο θέμα της απομνημόνευσης. 11 από

αυτούς επισκέφθηκαν ένα μουσείο μεταξύ ενός μήνα και χρόνου . Ο μέσος όρος που είχαν από την χρήση ήταν παρόμοιος με τον γενικό που δώσαμε παραπάνω.

Η ευχρηστία της συσκευής είχε μέσο όρο 8,5 . Ο μεγάλος αυτός βαθμός μας δείχνει πως έχει γίνει καλή μελέτη για την απλότητα στην χρήση τους.



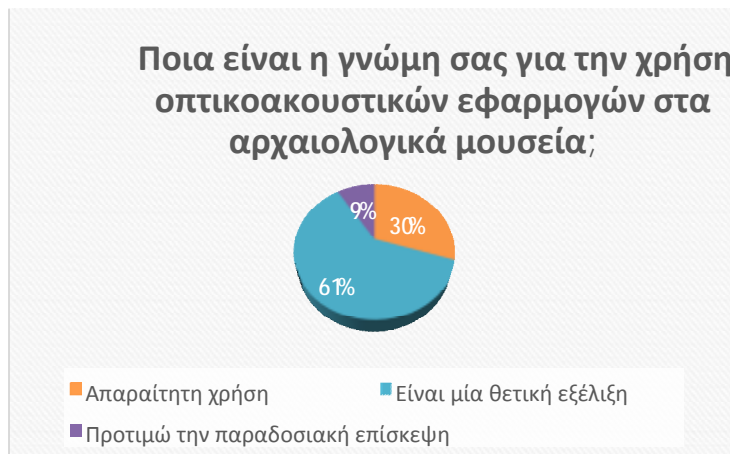
Οι συσκευές και η χρήση των πολυμέσων στα μουσεία φαίνεται να ενθουσίασε τους επισκέπτες καθώς μόνο 3 από τους 38 δεν χρησιμοποίησαν μια συσκευή. Με τους δύο απ' αυτούς να προτιμούν την παραδοσιακή επίσκεψη.



Ο βαθμός εξοικείωσης με τις νέες τεχνολογίες ήταν αρκετά καλός με μόνο 1 να δηλώνει πως είναι αρχάριος, 13 ότι έχουν βασικές γνώσεις, 2 γενικές γνώσεις και 6 πως έχουν ειδικές .

Κάπου εδώ τελειώνουμε το ειδικό μέρος του ερωτηματολογίου και περνάμε στο γενικό και στους χρήστες που δεν χρησιμοποίησαν κάποια συσκευή και θα τους εντάξουμε στο γενικό αποτέλεσμα.

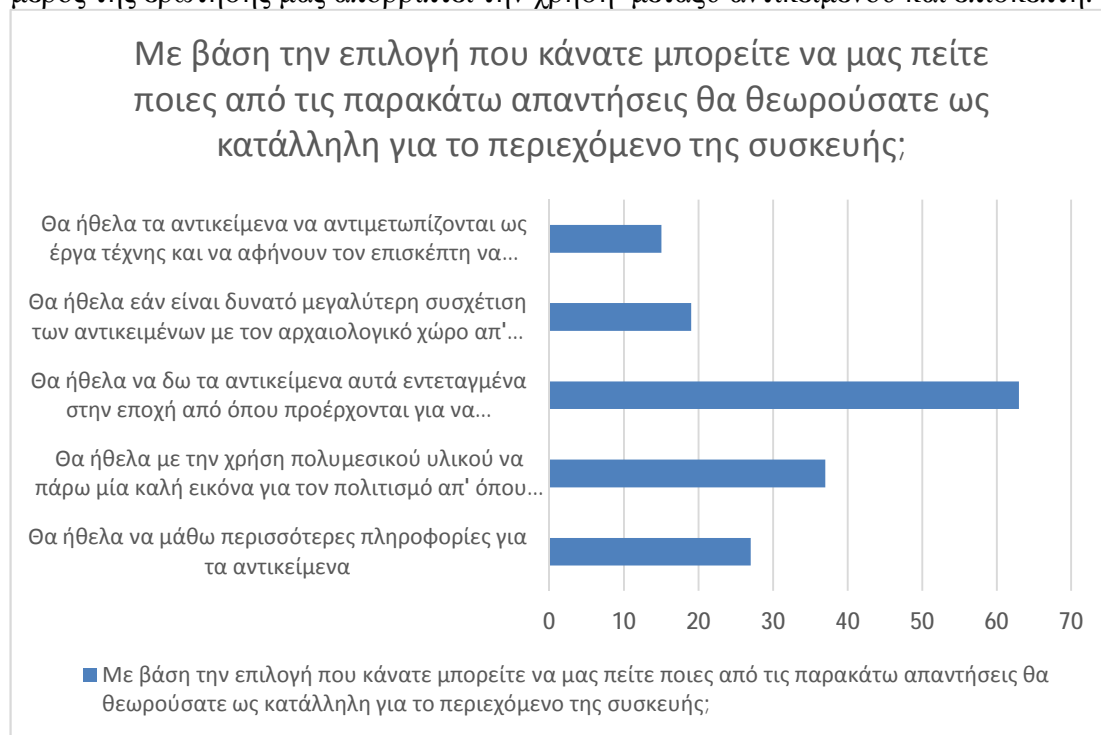
Στην ερώτηση για το «ποια είναι η γνώμη σας για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών στα αρχαιολογικά μουσεία» το 91% δήλωσε πως θεωρεί καλή κίνηση την είσοδο πολυμέσων στα μουσεία με τους 36 απ' αυτούς να δηλώνουν πως είναι απαραίτητη χρήση. Μόνο 11 απ' αυτούς δήλωσαν πως θα προτιμούσαν μία παραδοσιακή επίσκεψη.



Στα θέλω του κοινού για την χρήση πολυμέσων στα μουσεία, 57 από τους χρήστες δήλωσαν πως σε μία αρχαιολογική έκθεση θα ήθελαν την άγνωστη για τα περισσότερα μουσεία του κόσμου εικονική πραγματικότητα. Έπειτα ακολουθεί με 41 ψήφους η οθόνη αφής στον εκθεσιακό χώρο. Στην συνέχεια θα κατά ακολουθία η προβολή βίντεο με 36 ψήφους και τέλος ο πολυμεσικός και ηχητικός οδηγός μαζί με το smartphone app με 43 ψήφους. Όπως βλέπουμε μεγάλη αδικημένη από τα μουσεία είναι η εικονική πραγματικότητα και οι οδηγοί από τα ελληνικά μουσεία παρά το γεγονός πως μεγάλος αριθμός των χρηστών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο δεν έχουν χρησιμοποιήσει μία τέτοια συσκευή.

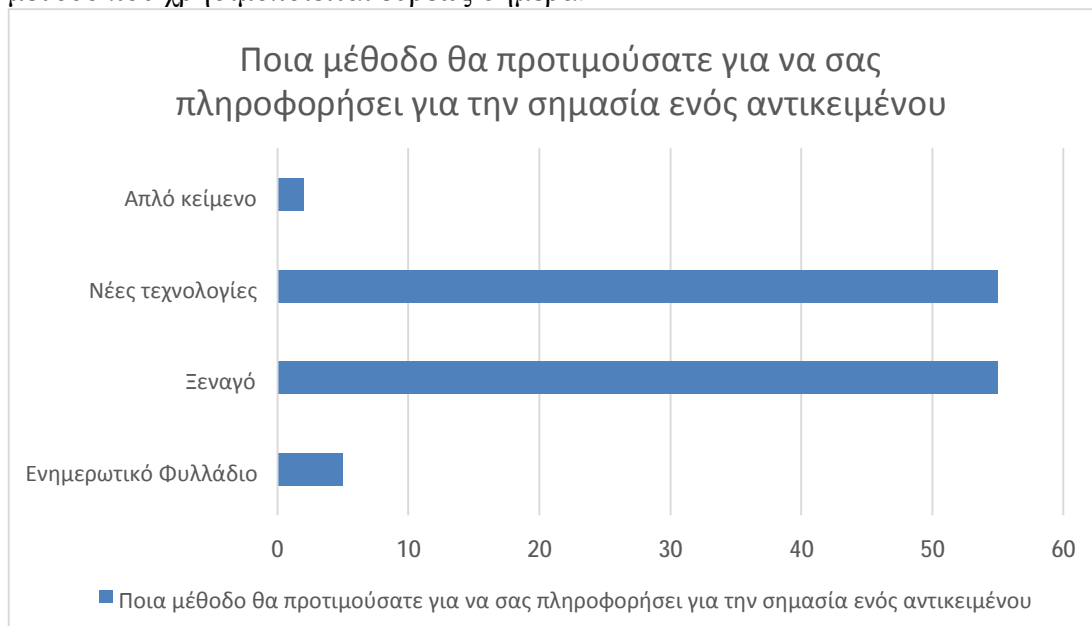


Η επόμενη ερώτηση είναι από τις κυριότερες της έρευνας όπως είπαμε ήδη παραπάνω. Η πρώτη απάντηση που επιλέχθηκε από τους περισσότερους χρήστες είναι "Θα ήθελα να δω τα αντικείμενα εντεταγμένα στην εποχή απ' όπου προέρχονται για να κατανοήσω την σημασία τους". Η απάντηση όπως είδαμε παραπάνω αφορά πρακτικές όπως του προγράμματος domus από το Allianz Person Museum και έχει κατά κύριο ρόλο εικονική διάσταση. Στόχος της είναι οι επισκέπτες να έρθουν αντιμέτωποι με την εικόνα και την αντίληψη που είχαν οι άνθρωποι τότε για να καταλάβουν την σημασία τους και τον λόγο δημιουργίας τους. Η δεύτερη απάντηση με τις περισσότερες ψήφους ήταν αυτή του "Θα ήθελα με την χρήση πολυμεσικού υλικού να πάρω μία καλή εικόνα για τον πολιτισμό απ' όπου προέρχονται τα αντικείμενα". Η ερώτηση αυτή μπορεί να έχει εισαγωγικό χαρακτήρα εισάγοντας τους επισκέπτες σε μια εποχή. Με διαφορά από τις δύο πρώτες συναντάμε τις επόμενες τρεις. Η αντικειμενοκεντρική απάντηση "θα ήθελα να μάθω περισσότερες πληροφορίες για τα αντικείμενα" ακολουθεί. Η μεγαλύτερη συσχέτιση με τους αρχαιολογικούς χώρους ακολουθεί με μικρότερη απήχηση από το αναμενόμενο. Τελευταία ακολουθεί η τακτική που απορρίπτει φαινομενικά την χρήση πολυμέσων και θα ήθελε να βλέπει τα αντικείμενα ως έργα τέχνης. Φυσικά οι νέες τεχνολογίες θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για καλύτερη θέαση του αντικειμένου, το κύριο μέρος της ερώτησης μας απορρίπτει την χρήση μεταξύ αντικειμένου και επισκέπτη.

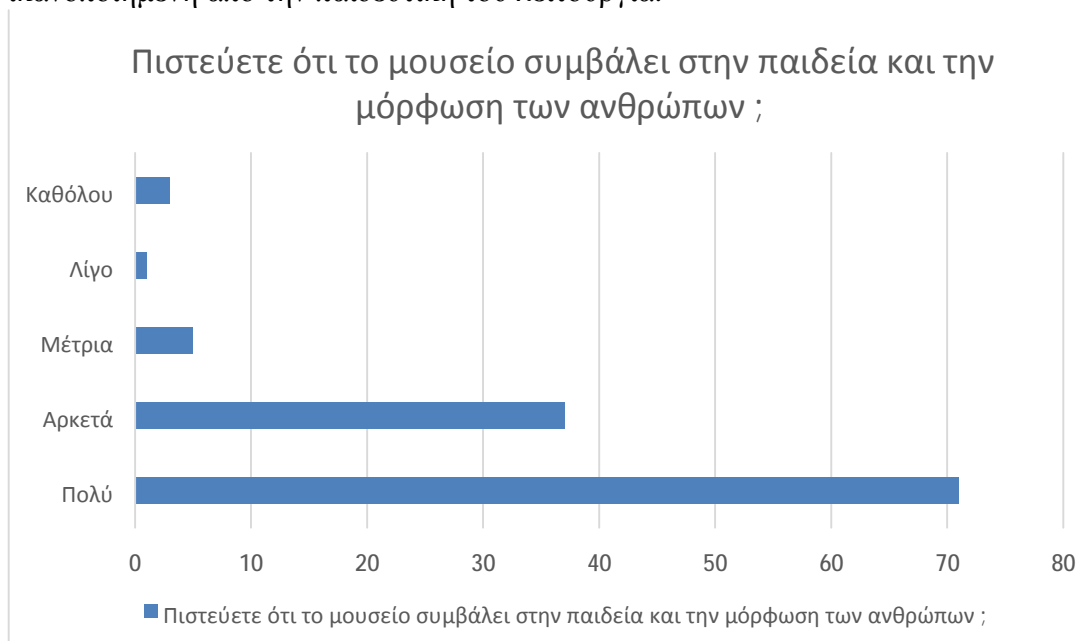


Η προτελευταία ερώτηση έρχεται να αποτυπώσει τις δύο πάνω μεγάλες προτιμήσεις. Στην ερώτηση λοιπόν για το ποια μέθοδο θα προτιμούσαν για την περιήγηση τους σ' ένα μουσείο δημιουργήθηκε ένα αναπάντεχο δίπολο. Οι μισοί χρήστες ψήφισαν τις νέες τεχνολογίες και οι υπόλοιποι τον ξεναγό με απόλυτη ισοπαλία. Οι υπόλοιπες μέθοδοι του κειμένου ή του ενημερωτικού φυλλαδίου που είναι οι βασικές μέθοδοι περιήγησης σ' ένα αρχαιολογικό μουσείο είχαν την μικρότερη απήχηση. Πράγμα που φυσικά είναι γροθιά στο στομάχι καθώς σχεδόν όλοι οι χρήστες απορρίπτουν την

μέθοδο που χρησιμοποιείται ευρέως σήμερα.



Στο τέλος του ερωτηματολογίου τίθεται το ερώτημα για την συμβολή του μουσειακού θεσμού στην μόρφωση των ανθρώπων. 108 από τους 117 αναγνωρίζουν το παιδευτικό χαρακτήρα του μουσείου. Εννιά ήταν τα άτομα που δεν ήταν ικανοποιημένα από την παιδευτική του λειτουργία.



Η έρευνα για την πολυμεσική λειτουργία του αρχαιολογικού μουσείου Πύργου μας θέτει εν τέλει αρκετά ερωτήματα στα οποία θα πρέπει να διεξαχθεί μεγαλύτερη έρευνα όπως είδαμε και παραπάνω. Το πρώτο θέμα που τέθηκε σε ερώτημα ήταν ο χώρος τοποθέτησης και η ελκυστικότητα των συσκευών. Όπως είδαμε παραπάνω το 38% των επισκεπτών δεν θυμήθηκε την παρουσίαση πολυμεσικών εφαρμογών στον χώρο. Ως αρνητικό στοιχείο θα μπορούσε σίγουρα να προστεθεί το γεγονός πως και οι 8 δήλωσαν ότι η χρήση των νέων τεχνολογιών στα μουσεία είναι είτε απαραίτητη

ή μία θετική εξέλιξη ενώ μάλιστα 1 από αυτούς προτιμάει ως τεχνολογικό μέσο τις οθόνες αφής στους εκθεσιακούς χώρους. Οπότε η τοποθέτηση των συσκευών στον χώρο και η ελκυστικότητα της συσκευής τίθεται υπό αμφισβήτηση καθώς εν τέλει μόνο οι μισοί από τους επισκέπτες μήκαν στην διαδικασία να χρησιμοποιήσουν τις συσκευές.

Όσον αφορά το περιεχόμενο θα πρέπει να πούμε πως επιτευχθεί ο αντικειμενοκεντρικός σκοπός της εφαρμογής καθώς οι περισσότεροι αναγνώρισαν την μοναδικότητα των αντικείμενων και εμπλουτίστηκαν οι ήδη υπάρχουσες γνώμες. Επίσης οι επιπρόσθετες πληροφορίες που παρουσιάστηκαν για τα επιλεγμένα αντικείμενα βελτίωσαν επί το πλείστον την εμπειρία των επισκεπτών όπως δήλωσαν ενώ το πληροφοριακό υλικό επίσης σχολιάστηκε θετικά από τους περισσότερους. Όπως βλέπουμε κι από το γράφημα ο σκοπός δημιουργίας της συσκευής επιτυγχάνετε και το πληροφοριακό υλικό περνάει την βάση .

Σε γενικότερο πλαίσιο βλέπουμε πως οι νέες τεχνολογίες δεν υπάρχουν σε μεγάλο αριθμό μουσείων της χώρας. Γίνεται διακριτό όμως τα τελευταία χρόνια πως γίνεται προσπάθεια για ένταξη τους στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου. Οι οθόνες αφής και τα βίντεο είναι αυτά που χρησιμοποιούνται από τα ελληνικά μουσεία την στιγμή που οι επισκέπτες προτιμούν περισσότερο τον άγνωστο για τα ελληνικά μουσεία οδηγό και την υπό εξέταση και μακριά από τα μουσεία του κόσμου εικονική πραγματικότητα.

Η γνώμη του κοινού για την ένταξη των νέων τεχνολογιών στους εκθεσιακούς χώρους είναι ιδιαίτερα καλή , ενώ συναγωνίζονται τους ξεναγούς που όλοι έχουμε συναντήσει και φέρνουμε στο μυαλό μας ως μία ιδανική περιήγηση. Τέλος οι επιλογές του κοινού για το περιεχόμενο θα μας βοηθήσει αρκετά αλλά όπως και τα υπόλοιπα αποτελέσματα για να εξάγουμε τα συμπεράσματα μας για την χρήση των πολυμέσων στους εκθεσιακούς χώρους των αρχαιολογικών μουσείων.

5. Συμπέρασμα

Οι έρευνες κοινού που εξετάσαμε, η έρευνα κοινού που πραγματοποιήσαμε καθώς και οι πρακτικές που εφαρμόζονται στον κόσμο είναι ικανές να μας δώσουν ικανοποιητικά στοιχεία για την καλή χρήση των πολυμέσων από τα μουσεία. Έτσι μετά από την συγκέντρωση των στοιχείων που μελετήσαμε παραπάνω είμαστε στο σημείο να εξάγουμε ικανοποιητικά συμπεράσματα για την χρήση της .

Τα αποτελέσματα από το ειδικό ερώτημα που θέσαμε παραπάνω για τα θέλω προς την διαμόρφωση της πολυμεσικής εφαρμογής που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από ένα μουσείο. Έτσι μέσα από την πολυπληθέστερη απάντηση για την «παρακολούθηση των αντικείμενων εντεταγμένα στο περιβάλλον απ' όπου προέρχονται για να κατανοήσουν την σημασία τους» μπορούν να βγουν χρήσιμα συμπεράσματα. Εκτός λοιπόν από τον εικονικό χαρακτήρα που προκύπτει απ' αυτήν την απάντηση τίθεται η διάθεση από το κοινό να γνωρίσει την σημασία τους , την αλληλεπίδραση τους , ώστε να κατανοήσουν τους λόγους της δημιουργίας που τα διαμόρφωσε έτσι όπως τα

βλέπουμε σήμερα. Η απάντηση αυτή έχει το 39% και σε συνδυασμό με την δεύτερη απάντηση "Θα ήθελα με την χρήση πολυμεσικού υλικού να πάρω μία καλή εικόνα για τον πολιτισμό απ' όπου προέρχονται τα αντικείμενα" που απολαμβάνει το 23% , συνηγορούν στην άποψη πως τα αντικείμενα θα πρέπει να θεωρούνται ως μέσα επικοινωνίας με την εποχή απ' όπου προέρχονται.

Θα πρέπει να αναφερθεί στο σημείο αυτό πως μας είναι εν γνώσει η πορεία της χρήσης της εργασίας καθώς οι πιθανότητες να χρησιμοποιηθεί η εργασία ενός «φοιτητή» σ' ένα μουσείο είναι λίγες ενώ αν σε μία ιδανική κατάσταση μπορούσαμε να αφαιρέσουμε το παραπάνω ζήτημα , θα έπρεπε να υπάρξει πρωτοβουλία από την εφορεία αρχαιοτήτων και τον δήμο για αναβάθμιση του αρχαιολογικού μουσείου και της εξωστρέφειας του . Το τελευταίο ζήτημα μοιάζει πιο κοντά στην πραγματικότητα καθώς το Τμήμα μας που βρίσκεται στην περιοχή με δράσεις θα μπορούσε να προωθήσει ένα τέτοιο ζήτημα στο μέλλον. Φυσικά απόψεις για περισσότερες πληροφορίες για τα αντικείμενα και την αντιμετώπιση ως έργα τέχνης θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στα τελικά συμπεράσματα όπως φυσικά και η μεγαλύτερη συσχέτιση με τους αρχαιολογικούς χώρους απ' όπου προέρχονται τα αντικείμενα.

Οι προτάσεις δεν θα είναι μονότονες εκφράζοντας τις ιδανικές λύσεις για την χρήση των πολυμέσων , καθώς με την χρήση του παραδείγματος των αρχαιολογικών μουσείων της Ηλείας ,μας έγινε κατανοητό πόσο διαφορετική είναι η κάθε περίπτωση μουσείου ακόμα και σε στην γεωγραφική κλίμακα ενός νομού. Έτσι θα πρέπει να δοθούν συμβουλές και προτάσεις για τις διαφορετικές περιπτώσεις στα μουσεία.

Θα καταπιαστούμε λοιπόν και θα ξεκινήσουμε από το δύσκολο έργο και την αξιολόγηση του πρώτου μέσου που επιλέχθηκε από τους χρήστες του ερωτηματολογίου δηλαδή την εικονική πραγματικότητα . Οι πρακτικές που έχουν υπάρξει μπορούν να μας δώσουν πολύ χρήσιμα συμπεράσματα για την χρήση της. Η εικονική πραγματικότητα σ' ένα μουσείο μπορεί να υπάρξει πριν την έκθεση, ως εισαγωγή στο σκεπτικό της ή μετά. Οι πρακτικές του Domus στο Allard Pierson Museum μέσα από την χρήση εικονικού περιβάλλοντος ,την πόλη της

Λευκωσίας μέσα από το Λεβέντειο μουσείο ,την χρήση επαυξημένης εικονικής πραγματικότητας όπως το Chess project στο μουσείο Ακρόπολης . Η παραπάνω είναι χαρακτηριστικές περιπτώσεις χρήσης εικονικής πραγματικότητας στα μουσεία⁹³.

⁹³ Halina gottlieb, M. S. (2014). *NODEM 2014 ConferenCe & expo*, Domus: An On-Gallery Digital Museum Experience in Two Parts σελ. 194-196



Εικόνα 36 Η οθόνη αφής από το Λεβέντειο μουσείο αριστερά, η εφαρμογή του chess project δεξιά και το domus στο Allard Pierson Museum κάτω

Ως εισαγωγή θα μπορούσε να γίνει χρήση της και να παρουσιάσει σε ειδικά διαμορφωμένο σημείο πριν την έκθεση ένα μέρος , ένα γεγονός κ.α. Η χρήση της μπορεί να είναι τεράστια και μπορεί να υποκύψει στην φαντασία και τους σκοπούς των δημιουργών της. Η χρήση της θα πρέπει να τεθεί υπό περιορισμούς ειδικά στις περιπτώσεις που δεν απεικονίζεται ένα αντικείμενο ή ένας χώρος στην σημερινή του κατάσταση. Τα ζητήματα της ωραιοποίησης και της τεκμηρίωσης ελλοχεύουν και θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία σ' αυτό. Σκόπιμο θα είναι η απεικόνιση οποιαδήποτε τέτοιου στοιχείου να κάνει εμφανές τις προσθήκες και να ακολουθούνται πρακτικές παρόμοιες μ' αυτές τις αποκατάστασης. Η χρήσης της στην εισαγωγή μπορεί να βάλει του χρήστες σε μία προοπτική και να διαμορφώσει την αντίληψη τους για τα αντικείμενα που θα συναντήσει στην έκθεση. Η θέαση αντικείμενων όμως από τους εκθεσιακούς χώρους δεν προτείνεται στην χρήση της εικονικής πραγματικότητας στην εισαγωγή ,καθώς τα καλύτερα αποτελέσματα όπως μας δείχνει η έρευνα από το Domus στο Allianz Pierson Museum ,για την κατανόηση, προέκυψαν πρώτα από την οπτική επαφή με τα αντικείμενα και μετά την θέαση και ένταξη τους του σ' ένα εικονικό περιβάλλον. Έτσι με την χρήση τους στο τέλος της έκθεσης μπορούν να αναζωογονήσουν το ενδιαφέρον του κοινού λόγω του μεγάλου ψυχαγωγικού και παιδευτικού τους χαρακτήρα.

Το βίντεο είναι το επόμενο μέσο που θα εξετάσουμε. Η υψηλή διδακτικότητα και η παρουσίαση πληροφοριών μπορεί να φέρει πολλά οφέλη στην δημιουργία μίας έκθεσης. Άλλωστε δεν είναι τυχαίο ότι είναι ένα από τα πιο πολύ χρησιμοποιημένο μέσο στα μουσεία ανά τον κόσμο. Η τοποθέτηση της οθόνης μπορεί να χρησιμεύσει για την εισαγωγή ενός επισκέπτη στην έκθεση ή την εκθεσιακή ενότητα.



Εικόνα 37 Χρήση του βίντεο ως εισαγωγή στα μουσεία του Πύργου δεξιά και της Ακρόπολης αριστερά(roadartist.blogspot.com)

Στην περίπτωση που το βίντεο είναι μεγάλης διάρκειας θα πρέπει να γίνει μέριμνα για την δημιουργία ενός ειδικά διαμορφωμένου χώρου με την χρήση φυσικά καθισμάτων.



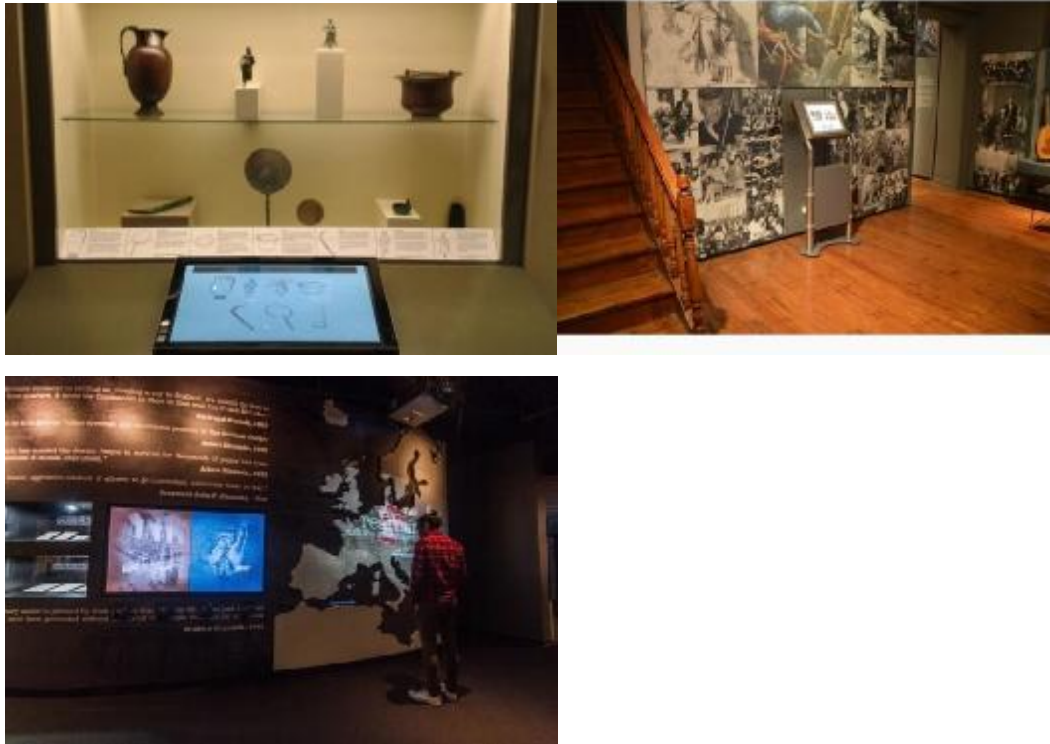
Εικόνα 38 Το βίντεο σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο όπου γίνεται χρήση καθισμάτων(Πηγή : Larry Phillips)

Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να δημιουργηθεί ειδική σήμανση που να παρακινεί τους επισκέπτες ώστε να αποφευχθούν καταστάσεις όπως αυτή του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης όπου $\frac{3}{4}$ των επισκεπτών δεν χρησιμοποίησαν την εφαρμογή και όσοι το έκαναν δήλωσαν πως την βρήκαν μόνοι τους ή τυχαία. Η ενεργοποίηση της συσκευής προτείνεται να γίνει από τον επισκέπτη καθώς οι περισσότεροι όταν φθάνουν στην μέση, δεν περιμένουν και φεύγουν. Για την καλύτερη ενημέρωση του κοινού θα πρέπει ο χρόνος του βίντεο να φαίνεται πριν ο επισκέπτης πατήσει την έναρξη του βίντεο. Ο ήχος είναι ένα σημαντικό θέμα και θα πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά καθώς μπορεί να λειτουργήσει αποδιοργανωτικά γι' αυτούς που παρακολουθούν την έκθεση. Για τον λόγο συνιστάται η χρήση ακουστικών ή η δημιουργία ειδικά διαμορφωμένου χώρου.⁹⁴

Η οθόνη αφής είναι η συσκευή που θα εξετάσουμε στην συνέχεια. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί και εντός του εκθεσιακού χώρου μπροστά από ένα αντικείμενο ή μία

⁹⁴ Μαρία Εύη Πατσιάβα. (2010). Έρευνα κοινού για την χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών σε Ελληνικά μουσεία Τέχνης. Σελ. 26

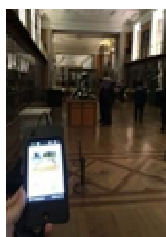
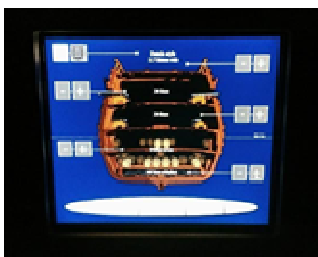
προθήκη , στην εισαγωγή μίας ενότητας αλλά και εκτός της έκθεσης δηλαδή στην εισαγωγή και στο τέλος της ή σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους (info kiosk)⁹⁵.



Εικόνα 39 Χρήση οθόνων αφής μπροστά από αντικείμενα, σε info kiosk, στην εισαγωγή μία έκθεσης αντίστοιχα (Πηγή *NODEM 2014 ConferenCe & expo, Domus: An On-Gallery Digital Museum Experience in Two Parts*

⁹⁵ Economou, M. (1998). The Evaluation of Museum Multimedia. Στο *Museum Management and Curatorship*. Σελ. 179- 181.

Το μέσο αυτό αποτελεί και μπορεί να προσφέρει στον δημιουργό ένα πολύ μεγάλο πλήθος δυνατοτήτων για την ερμηνεία της έκθεσης. Η τοποθέτηση τους στον εκθεσιακό χώρο σε ειδικά σημεία , μπορεί να δημιουργήσει άρτια σημεία ξεκούρασης καθώς θα συμβάλει στην μείωση της μουσειακή κόπωσης ενώ



ταυτόχρονα η πληροφόρηση που μπορούν να προσφέρουν μπορεί να τονώσει το ενδιαφέρον του κοινού .Τα μέτρα αυτά μπορούν να αποσυμφωρίσουν τις οθόνες των υπολογιστών και να απομακρύνουν τα σημάδια κόπωσης. Τα πληροφοριακά κίτσκια προτείνονται για την αρχή μίας

έκθεσης καθώς μπορούν να εντάξουν τον επισκέπτη στο κλίμα της εποχής των εκθεμάτων ή στο κλίμα που ένας μουσειολόγος θέλει να δημιουργήσει. Οι ειδικοί χώροι με διαδραστικές εφαρμογές(παιχνίδια κ.α.) είναι ιδιαίτερα ευέλικτοι και μπορούν να χρησιμοποιηθούν σ' όλες τις στιγμές μίας έκθεσης. Συχνά τοποθετούνται βέβαια στο τέλος της ως εμπέδωση και εφαρμογή της παρεχόμενης γνώσης(Wasa)⁹⁶.

Εικόνα 40 Το παιχνίδι που δημιούργησε το Wasa museum

Σε αντίθεση με τη χρήση του βίντεο, η οθόνη αφής μπορεί να χρησιμοποιήσει πολλά μέσα και να δημιουργήσει ένα περιβάλλον που θα απευθύνεται σε επισκέπτες με διαφορετικά ενδιαφέροντα . Έτσι θα μπορούσαν να διαμορφωθούν στρώματα πληροφόρησης για τους πιο ενδιαφερόμενους και εξειδικευμένους ίσως χρήστες. Χάρτες εννοιών , ευρετήρια και σαφή εργαλεία πλοήγησης μπορούν να συμβάλουν ικανοποιητικά στην δημιουργία τέτοιων στρωμάτων αλλά και να δώσουν μία καθαρή εικόνα για το τι εμπεριέχει η εφαρμογή.

Η ευχρηστία φυσικά αποτελεί βασικό συστατικό δημιουργίας. Δηλαδή, εάν δεν εφαρμοστεί γραμμική αφήγηση μέσω των κοινών βελών(προηγούμενο, επόμενο), πράγμα φυσικά που θα κάνει πιο απλή την πλοήγηση , θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν ευδιάκριτα κουμπιά με ονομασίες ξεκάθαρης ένδειξης⁹⁷ .

⁹⁶ Massachusetts Institute of Technology. (n.d.). *Massachusetts Institute of Technology*.
Ανάκτηση από Multimedia in Exhibitions:
<http://www.mit.edu/~bhdavis/Getty/CIDOC/02-Exh.html>

⁹⁷ Economou, M. (1998). The Evaluation of Museum Multimedia. Στο *Museum Management and Curatorship*. Σελ. 179- 181.



Εικόνα 41 Ευδιάκριτα κουμπιά οθόνη αφής από ένα information kiosk στο Μουσείο Ερμιτάζ της Αγίας Πετρούπολης

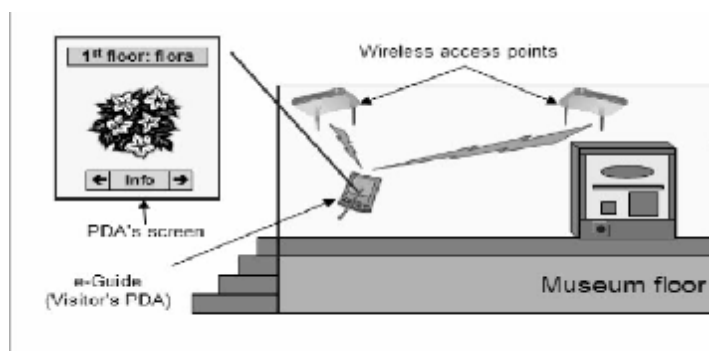
Αφήσαμε τελευταίο τον οδηγό καθώς θα συμφωνήσουμε με την γνώμη του κ. Spalding και το θεωρούμε ως καλύτερο μέσο για την περιήγηση ενός επισκέπτη στο μουσείο. Το audio guide διαθέτει όλες τις δυνατότητες μίας οθόνης αφής, την στιγμή που όμως του δίνει την δυνατότητα να προσαρμοστεί περισσότερο στα θέλω του κάθε χρήστη αλλά και να προσφέρει υλικό για το κάθε αντικείμενο ή ενότητα χωρίς να γεμίσει τον χώρο με οθόνες αφής αλλά και να δώσει πληροφορίες στο κοινό μέσω ηχητικών ομιλιών την στιγμή που επισκέπτης παρατηρεί το αντικείμενο.

.Η χρήση ήχου αντί για κειμένου για την παρουσίαση ενός αντικειμένου πρέπει να προτιμάτε όπως μας δείχνει και η έρευνα κοινού που έκανε το Βρετανικό μουσείο πριν την δημιουργία του δικού του οδηγού.



Εικόνα 42 Πολυμεσικός οδηγός (Πηγή : <https://www.bailiwickexpress.com/jsv/life/technology/british-museum-has-launched-new-smarter-audio-guides-and-we-went-try-them-out/>)

Επίσης σε κάθε ενότητα μέσω ειδικών σποτ όπως είδαμε και παραπάνω στις πρακτικές, μπορούν να παρουσιάζονται βίντεο εικόνες ανάλογα με το σημείο που βρίσκεται ο επισκέπτης κ.α.



Σύμφωνα με την έρευνα του University of York που είδαμε και παραπάνω τα ποσοστά εμπλοκής, της προσοδοφόρα εμπειρίας, της μάθηση και της συναισθηματικής σύνδεσης είναι μεγαλύτερα με την χρήση οδηγών. Η έρευνα αυτή όμως μας υπόδειξε ένα σημαντικό ζήτημα που οφείλεται στον μη καλό σχεδιασμό της συσκευής. Πιο συγκεκριμένα οι χρήστες δήλωσαν πως ο οδηγός ήταν απόσπαση της προσοχής, η πληροφόρηση ήταν πολύ χρονοβόρα και πως ο οδηγός δυσκόλεψε τους επισκέπτες να διευκρινίσουν σε ποιο σημείο της έκθεσης βρισκόταν. Είναι πολύ σημαντικό στον σχεδιασμό μίας τέτοιας εφαρμογής να υπάρξει έρευνα και δοκιμές πριν την τελική χρησιμοποίηση της⁹⁸.

Είναι κοινά γνωστό πως υπάρχει υψηλό κόστος μίας τέτοιας μεθόδου αλλά και ευαισθησία σε περιπτώσεις ατυχήματος. Η προμήθεια ειδικών συσκευών για ένα μουσείο και η δημιουργία εφαρμογής σίγουρα είναι μία πολύ δαπανηρή διαδικασία και σίγουρα θα πρέπει να τεθεί τέλος για την χρήση τους. Μία πολύ πιο οικονομική λύση θα ήταν η δημιουργία ενός smartphone app όπου όλοι θα μπορούσαν να προμηθευτούν μέσα από ειδικό hot spot που θα μειώσει αρκετά το κόστος προμήθειας ειδικών συσκευών .

Μία πολύ σημαντική παράμετρος που θα πρέπει να εφαρμοστεί είναι αυτή της αξιολόγησης από το κοινό για την εφαρμογή. Η αξιολόγηση είναι και θα πρέπει να είναι μία από τις πιο σημαντικές λειτουργίες ενός μουσείου. Έτσι θα ήταν σωστό να αξιολογηθεί και η ίδια εφαρμογή. Έτσι χωρίς την χρησιμοποίηση ερωτηματολογίων μπορούν στο τέλος της χρήσης της εφαρμογής να εμφανίζετε ένα διακριτό μήνυμα που ρωτάει τον χρήστη εάν θέλει να αξιολογήσει την εφαρμογή. Τα μηνύματα που μπορούν να προσφερθούν για τον λόγο αυτό είναι καλό να μην εμφανίζονται κατά την διάρκεια χρήσης καθώς μπορούν να αποσυντονίσουν σε μεγάλο βαθμό την επικοινωνία με τον χρήστη. Για τον λόγο αυτό κατάλληλο θα ήταν η χρησιμοποίηση τους κατά το τέλος της χρήσης της εφαρμογής. Γενικότερα μπορούν φυσικά να συνυπάρξουν σε μία έκθεση και παραδοσιακοί τρόποι ερμηνευτικής εμπειρίας (κείμενα, πίνακες, ταμπέλες κ.α.) καθώς η παροχή συνοπτικής πληροφορίας βοηθά το προσανατολισμό των επισκεπτών στις εκθέσεις και στην λιτή παρουσίαση των εκθεμάτων. Όμως οι πληροφορίες είναι περιορισμένες ενώ τα μεγάλα κείμενα μπορούν να κουράσουν τους επισκέπτες και να δημιουργήσουν μία κακή αισθητική του χώρου. Επίσης η μοναχική χρησιμοποίηση τους σε μία έκθεση θα οδηγήσει στην παθητικοποίηση του επισκέπτη ενώ θα μειωθεί η σύνδεση του με τους χώρους που προέρχονται τα αντικείμενα. Η χρήση πολυμέσων όμως σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να γίνει αυτοσκοπός για ένα μουσείο και προτείνεται η μείξη αυτών.

Τέλος ,ένα ιδιαίτερο θέμα επίσης που θα πρέπει να προσέξουν οι μουσειολόγοι κατά την εγκατάσταση πολυμεσικών εφαρμογών στον εκθεσιακό χώρο του μουσείου είναι η αυτοαναίρεση τους. Η διαρκώς εξελισσόμενη τεχνολογία μπορεί να καταστήσει την πολυμεσική εφαρμογή του μουσείου γρήγορα ξεπερασμένη. Η τεχνολογία αυτή μπορεί να έχει μικρή διάρκεια ζωής και η αλματώδης εξέλιξη της τεχνολογίας να τα εμφανίσει γρήγορα πτωχά και ανεπαρκή. Δυστυχώς η λύση στο ζήτημα αυτό δεν είναι ευρέως γνωστή και μπορεί να λυθεί μόνο από τον εκσυγχρονισμό τους ή την αντικατάστασή τους .

⁹⁸ *Engaging Visitors in Museums with technology: scales for the measurement of visitor and multimedia guide experience.* Mohd Kamal Othman, Helen Petrie and Christopher Power σελ. 1-7

Ως κατακλείδα της εργασίας μας επιλέξαμε να θίξουμε για ακόμη μία φορά το θέμα της απουσίας των πολυμεσικών εφαρμογών από τα μουσεία και την ακόμη μεγαλύτερη απουσία όπως ήταν φυσικό ερευνών για την χρήση τους αυτά.

Παρόλα αυτά, θεωρούμε ότι η μελέτη μας κάλυψε ένα σημαντικό κενό που υπήρχε, παρέχοντας πλέον ένα σύνολο δεδομένων, τα οποία μπορούν να αξιοποιηθούν εποικοδομητικά, τόσο από τους επιμελητές των μουσείων στη σκιαγράφηση του προφίλ και των αναγκών των επισκεπτών τους όσο και από τους μουσειολόγους, στην προώθηση του διαλόγου για την χρήση των οπτικοακουστικών εφαρμογών για την όσο το δυνατόν καλύτερη κατανόηση τους και ορθότερη προσαρμογή των προδιαγραφών τους. Έχει μεγάλη προσπάθεια για να αποφύγουμε τις όποιες γενικεύσεις, δυστυχώς όμως η μη δυνατότητα διεξαγωγής επιτόπιας έρευνας στο αρχαιολογικό μουσείο του Πύργου ήταν τροχοπέδη για την έρευνα μας. Κάπως έτσι συλλέξαμε αναλυτικά στοιχεία για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και τα θέλω των ερωτώμενων, προκειμένου τα αποτελέσματα της έρευνας να μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στο μέλλον, να συγκριθούν με αποτελέσματα άλλων ερευνών, και να επανεκτιμηθούν όποτε κριθεί απαραίτητο.

Ο στόχος της πρώτης καταγραφής των γενικότερων εντυπώσεων των επισκεπτών και των τάσεων που υπάρχουν γύρω από τη χρήση των οπτικοακουστικών εφαρμογών επιτεύχθηκε, και έτσι, οι επόμενες ερευνητικές προσπάθειες μπορούν να στραφούν στη βαθύτερη μελέτη επιμέρους λεπτομερειών, παραμέτρων, και πτυχών της ένταξής τους στα μουσεία. Παράλληλα, πιστεύουμε ότι μπορέσαμε να αναδείξουμε την ανάγκη παροχής περισσότερων ερμηνευτικών εργαλείων στους επισκέπτες των εκθέσεων, και να δώσουμε μία καλύτερη εικόνα, αν και παραμένει γενική, για τη σχέση του κοινού με τα μουσεία και για τα περιθώρια βελτίωσης και εμπλουτισμού των εμπειριών που οι πρώτοι αποκομίζουν.

Τέλος θα πρέπει να τεθεί η ανάγκη εισροής νέων στις δημόσιες υπηρεσίες πολιτισμού. Το θέμα τέθηκε από πολλούς κατά την διάρκεια της πρακτικής μου άσκησης στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Πολλές από τις βασικές μεθόδους των μουσείων σήμερα εάν όχι οι περισσότερες είναι απαρχαιωμένες και τέθηκε το παραπάνω ζήτημα ώστε ο χώρος εργασίας και δημιουργίας ενός μουσείου να εκπροσωπεί από ένα μεγαλύτερο μέρος της κοινωνίας και να ακούγονται σ' αυτό περισσότερες φωνές. Θα ευχόμασταν φυσικά τα μουσεία της χώρας να ακολουθούσαν τακτικές Οικομουσείο όπου θα έρχονταν κοντά με το κοινό και θα το συμβουλευόνταν για την δημιουργία μίας έκθεσης ή την οργάνωση μίας δραστηριότητας. Δυστυχώς όμως η κατάσταση αυτή μοιάζει ουτοπική στην χώρα μας εκτός φυσικά από ελάχιστες των περιπτώσεων, και πιθανότατα να περάσουν αρκετά χρόνια μέχρι να αλλάξει.

Βιβλιογραφία

(n.d.). Ανάκτηση από <http://prolyk-social.weebly.com/kappaomicroniotanuomeganuiotaomicronlambdaomicrongamma943alpha.html>

(n.d.). Ανάκτηση από British museum: http://www.britishmuseum.org/visiting/planning_your_visit/audio_guides.aspx

- , Σ. Α. (2014). *Τα μουσεία και η μουσειολογία στην σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις νέες σχέσεις (Μέρος Ι). Μουσεία για την αειφορία.*
- 1, Ε. -Ξ. (n.d.). *Τα μουσεία στη ψηφιακή εποχή: Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας στη μουσειακή μάθηση.*
2016. *From New museology to Sociomuseology.* (n.d.). Στο Μ. Moutinho, *24th General Conference of the International Council of Museums in 2016.*
- A., H. (n.d.). *Claims and reality of new museology.*
- Arcaeological Tegea Museum.* (n.d.). Ανάκτηση από <http://www.tegeamuseum.gr/>
- Assuncao dos Santos P., J. P. (2010). *Sociomuseology : To understand new museology in the 21st century.*
- Capture Museum.* (n.d.). Ανάκτηση από <http://www.capturethemuseum.com/>
- CNN Greece. (2016, Απριλίου 1). *CNN Greece.* Ανάκτηση από CNN Greece: <http://www.cnn.gr/news/ellada/story/27279/akrivotera-ta-eisitiria-se-arxaiologikoys-xoroys-kai-moyseia-apo-simera>
- Economou, M. (1998). *The Evaluation of Museum Multimedia.* Στο *Museum Management and Curatorship.*
- EGMUS. (n.d.). *European Group on Museum Statistics .* Ανάκτηση από Audience Research: http://www.egmus.eu/en/audience_research/
- Engaging Visitors in Museums with technology: scales for the measurement of visitor and multimedia guide experience.* (n.d.).
- Guardian, T. (n.d.). *BP to end Tate sponsorship after 26 years.* Ανάκτηση από The Guardian: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2016/mar/11/bp-to-end-tate-sponsorship-climate-protests>
- Halina gottlieb, M. S. (2014). *NODEM 2014 ConferenCe & expo.*
- Iefimerida. (2016, 7 2). *Iefimerida.gr.* Ανάκτηση από <http://www.iefimerida.gr/news/275836/i-krisi-edioxe-sto-exoteriko-miso-ekat-ellines-neoys-epistimones>
- Interactive. (2014, Απριλίου 18). *Interactive Understanding Audiences – Engaging Visitors.* Ανάκτηση από Beyond “warm impulses” : <http://reganforrest.com/category/statistics/visitor-statistics/>
- Kelland, K. (2012, Μάϊος 31). *Reuters.* Ανάκτηση από Analysis: Greeks count mental health cost of a country in crisis: <http://www.reuters.com/article/us-eurozone-greece-health-idUSBRE84U0MF20120531>
- M., M. (2016). *From new museology to sociomuseology.*
- Massachusetts Institute of Technology. (n.d.). *Massachusetts Institute of Technology.* Ανάκτηση από Multimedia in Exhibitions: <http://www.mit.edu/~bhdavis/Getty/CIDOC/02-Exh.html>
- Naftemporiki.gr.* (n.d.). Ανάκτηση από Ανοίγει ξανά τις πύλες του το Αρχαιολογικό Μουσείο Τεγέας: <http://m.naftemporiki.gr/story/851154/anoigei-ksana-tis-pules-tou-to-arxaiologiko-mouseio-tegeas>

- Naomi Haywood, P. C. (n.d.). *Engagement with an Interactive Museum*.
- Needham, A. (2012). *Tate may not renew BP sponsorship deal after environmental protests*.
- Panagiotis Zaharias, D. M. (2013). *Learning through Multi-touch Interfaces in Museum Exhibits: An Empirical Investigation*.
- Pedro Campos, M. C. (n.d.). *Studying the Role of Interactivity in Museums: Designing and Comparing Multimedia Installations*.
- Pedro Campos, M. C. (n.d.). *Studying the Role of Interactivity in Museums: Designing and Comparing Multimedia Installations*.
- Orator. (n.d.). Ανάκτηση από <http://www.orator.org/>
- Reuters. (n.d.). *Analysis: Greeks count mental health cost of a country in crisis*. Ανάκτηση από <https://www.reuters.com/article/us-eurozone-greece-health/analysis-greeks-count-mental-health-cost-of-a-country-in-crisis-idUSBRE84U0MF20120531>
- Social Justice Alliance Of Museums*. (n.d.). Ανάκτηση από <http://sjam.org/>
- The CHESSE Project*. (n.d.). Ανάκτηση από Cultural heritage experiences through socio-personal interactions and storytelling: <http://www.chesseexperience.eu/>
- Αδάμ-Βελένη, Π. (n.d.). Επόμενη στάση: «Μουσείο». Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης, συστήνεται στο κοινό του. Στο *ΤΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΟ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΣΤΗ ΘΡΑΚΗ*.
- Αντώνης, Γ. (n.d.). *Περιγραφή πολυμεθοδολογική προσέγγισης για την σχεδιάση εικονιθκών περιβαλλόντων δίνοντας έμφαση στη διαδικασία σχεδίασης της αλληλεπίδρασης*.
- Αντωνία, Τ. (2013). *Μουσείο και Ατομα με Αναπηρίες*. Κορινθος.
- Βαφειάδου, Ε.-Ξ. (n.d.). *Τα μουσεία στη ψηφιακή εποχή: Ο ρόλος της ψηφιακής τεχνολογίας*.
- Βήμα, Τ. (2011). *Μουσεία σε (υστερική) κρίση*.
- Βικάτου, Ο. (n.d.). *Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας*. Ανάκτηση από Υπουργείο Πολιτισμού: http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=7126
- Γ, Σ. (2013). Τα μουσεία αντεπιτίθεται στην κρίση. *Η καθημερινή*.
- Γεωρφγακόπουλος, Θ. (2016, Ιούνιος). *Διανέοσις*. Ανάκτηση από http://www.dianeosis.org/2016/06/poverty_in_greece/
- Γιώργος, Α. (2016, Μαρτιος 9). *Δικαιολογητικά*. Ανάκτηση από Κάρτα Σίτισης: Νέα παροχή για τους δικαιούχους: <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/ergasiaka/97703/dorean-eisodo-se-mouseia-kai-arxaiologikoys-xorous-me-tin-karta-sitisis>
- Δασκαλάκης, Ι. (n.d.). ΣΕΑ: «Πρόσληψη αρχαιολόγων και αρχαιοφυλάκων αλλιώς δεν θα υπάρχουν ανοιχτά Μουσεία». Ανάκτηση από ΕΡΤ: <http://www.ert.gr/eidiseis/ellada/kinonia/sea-proslipsi-archeologon-ke-archeofylakon-allios-den-tha-yparchoun-anichta-mousia/>
- ΔΗΜΟΥΛΑΣ, Χ. Α. (2015). *Τεχνολογίες Συγγραφής και Διαχείρισης Πολυμέσων*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ.

- Διάχυτη... νοημοσύνη σε έκθεση του Αρχαιολογικού Μουσείου Θεσσαλονίκης για τη Μακεδονία. (n.d.). Ανάκτηση από Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης: <http://www.ekt.gr/el/news/10952>
- Ε, Ν. (2002). *Μουσεία : Εμείς ,τα πράγματα και ο πολιτισμός*.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή. (n.d.). *Ελληνική Στατιστική Αρχή*. Ανάκτηση από <http://www.statistics.gr>
- Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και ψηφιακής πληροφορίας. (2007). Στο Κ. Στεφανίδης, *Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία* (σσ. 109- 120). Αθήνα: Ελληνική Ομπσπονδία Σωματείων Φίλων των Μουσείων (ΕΟΣΦΙΜ).
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Δελτίο Τύπου. (2016, Δεκεμβριος 22). *europa.eu*. Ανάκτηση από europa.eu/rapid/press-release_IP-16-4493_el.pdf
- Θανάσης Αντωνίου, Θ. Μ. (n.d.). *111 τα Μουσεία της χώρας*. Ανάκτηση από <http://www.politismospolitis.org/archives/4732>
- Θανάσης Αντωνίου, Θ. Μ. (2009, Μαρτίου 31). *Καθημερινή*. Ανάκτηση από Οι Έλληνες και τα μουσεία: http://www.ethnos.gr/arkiki_selida/arthro/oi_ellines_kai_ta_mouseia-2818867/
- Θανάσης Αντωνίου, Θ. Μ. (2012). ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ . *Έθνος*. Ανάκτηση από http://museumsandeducation.blogspot.gr/2012/01/blog-post_1090.html
- Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού. (n.d.). *Τμήμα Διαδουκτύου ,Πολυμέσων και κινηματογραφικών προβολών*. Ανάκτηση από <http://www.ime.gr/multimedia/index.php?opt=dep>
- Κ, Λ. (2012). Μουσεία σε κρίση αναζητούν λύση «ψάξτε λεφτά στο εξωτερικό». *Το βήμα*.
- Κορδερά, Ε. (n.d.). *Ειρήνη Κορδερά*. Ανάκτηση από <http://www.psychologos-kordera.gr/index.jsp?CMRCode=19HC1PL3B&extLang=>
- Κριμιζής, Σ. (2015, Σεπτέμβριος 5). *Ημερησία*. Ανάκτηση από <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26533&subid=2&pubid=113706182>
- Λαζαρίνης, Φ. (2015). *Πολυμέσα*. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ.
- Μ., Μ. (n.d.). *Τα μουσεία στον 21ο αιώνα: προκλήσεις αξίες, ρόλοι , πρακτικές*.
- Μαρία, Π. Έ. (2010). *Έρευνα κοινού για την χρήση οπτικοαουστικών εφαρμογών σε Ελληνικά μουσεία Τέχνης*.
- Μαυρικήδου, Ε. (2013). *Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών*. Σύρος: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ.
- Μουσείο Ακρόπολης*. (n.d.). Ανάκτηση από Μουσείο Ακρόπολης: <http://www.theacropolismuseum.gr/el/deltio-typou/1761665075/ereyna-episkepton-kai-paragogi-piston-antigrafon-toy-moyseiou-akropolis>
- Μπούνια, Δ. Α. (n.d.). *Τα πολυμέσα ως ερμηνευτικά εργαλεία στα ελληνικά μουσεία: γενικές αρχές και προβληματισμοί*. Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Ν, Ν. (2009). *Μουσειοπαιδαγωγική: Από την θεωρία στην πράξη*.

- Νανοπούλου, Κ. (n.d.). *Clio Muse: Η εφαρμογή που θα γίνει ο προσωπικός σας ξεναγός σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους*. Ανάκτηση από Huffington Post: http://www.huffingtonpost.gr/2015/03/03/startupgreece-clio-muse-efarmogi_n_6778672.html
- Ο ρόλος των Σελιδών κοινωνικής δικτύωσης. (n.d.). Ανάκτηση από <http://prolyk-social.weebly.com/kappaomicroniotanuomeganuiotaomicronlambdaomicrongamma943alpha.html>
- ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ. (2007). Αθήνα: Ελληνική Ομπσπονδία Σωματείων Φίλων των Μουσείων.
- Σε διαδραστική εμπειρία «μεταμορφώνει» την ξενάγηση στα μουσεία η εφαρμογή Chess. (2014). *Καθημερινή*.
- Σπηλιοπούλου, Γ. Χ. (n.d.). *ΜΟΥΣΕΙΟ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ, και η Ψηφιακή Έκθεση*.
- Σπυρτούνας, Η. (n.d.). «Ελληνικός Κόσμος: η τεχνολογία στην υπηρεσία του πολιτισμού, ένας ευρωπαϊκός πολιτιστικός πόλος». Στο *Οι Νέες τεχνολογίες στα μουσεία*.
- Σταματέλου, Ά. (n.d.). *Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο*. Ανάκτηση από Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο: http://elgreco.byzantinemuseum.gr/downloads/123_elgreco_p13_visitor_survey_summary.pdf
- Σύκκα, Γ. (2008, Απρίλιος 5). *Καθημερινή*. Ανάκτηση από Φιλικά και οικεία μουσεία θέλει το κοινό: <http://www.kathimerini.gr/318365/article/epikairothta/ellada/filika-kai-oikeia-moyseia-8elei-to-koino>
- Τ., Σ. (2006). *Μουσειολογία 2*.
- Το μίξερ της παγκοσμιοποίησης. (n.d.). *Το Βήμα*.
- Φιλο-λογικά. (2010, Αυγούστου 7). *laventer.blogspot*. Ανάκτηση από https://laventer.blogspot.gr/2010/08/blog-post_1265.html
- Χουρμουζιάδης. (n.d.). Παγκοσμιοποίηση και Πολιτισμός. *Ριζοσπάστης*.
- Χουρμουζιάδης, Γ. (1998). Αρχαιολογική έρευνα και μαρξιστική μεθοδολογία. *Ριζοσπάστης*. Ανάκτηση από <https://www.rizospastis.gr/story.do?id=3750509>

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω/ουμε ότι είμαι/είμαστε ο/οι συγγραφέας/εις αυτής της εργασίας και τι κάθε βοήθεια την οποία είχα/είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως ναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία.

Επίσης, έχω/έχουμε αναφέρει τις οποίες πηγές από τις οποίες έκανα /κόναμε χρήση εδομένων, ιδεών η λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες.

Ακόμη δηλώνω/ουμε ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα/εμάς ροσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι α αναλάβω/ουμε πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχτεί ότι δεν μου/μας νήκει.

ΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Αντωνόπουλος Νίκος

494



ΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ