



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

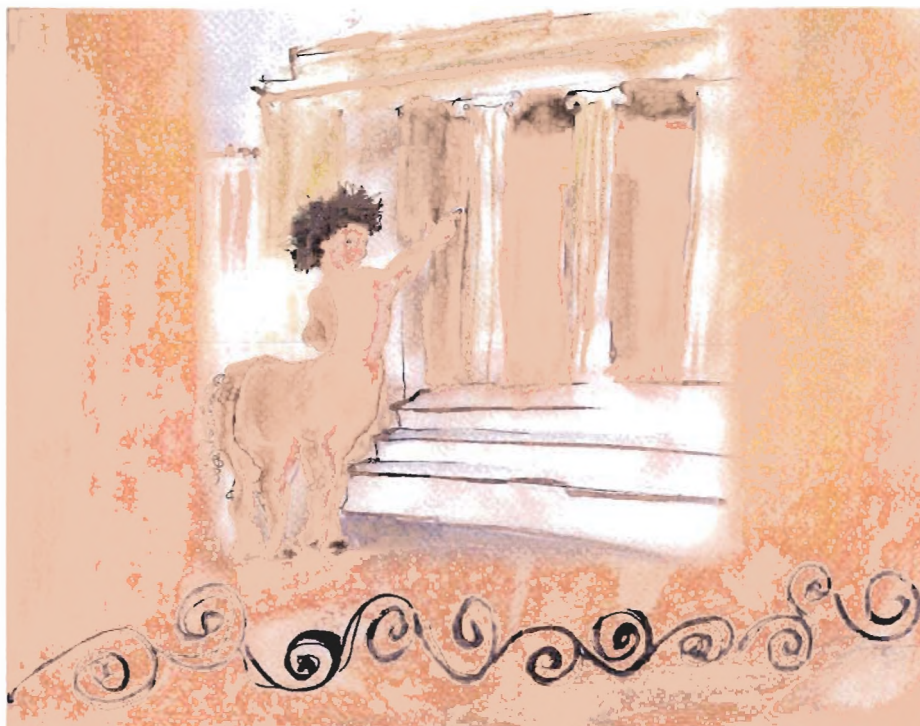
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιμέλεια: Ευγενία Καραθανάση k.eygenia@yahoo.gr

A.M.4104M006

Επόπτρια: Α. Γκαζή

Ζητήματα Επικοινωνιακής Πολιτικής Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο



ΑΘΗΝΑ, 2006



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3- 6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:Ιδιαιτερότητες των αρχαιολογικών και εθνικών μουσείων	7- 12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ιστορικό του Εθνικού Αρχαιολογικού μουσείου	13- 21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:Μουσείο και Επικοινωνία	
3.1 Θεωρητικά	22- 24
3.2 Η Εξατομικευμένη εμπειρία της μουσειακής επίσκεψης	24- 26
3.3 Περί μάθησης	26- 31
3.4 Η διαδικασία της μάθησης στο μουσείο	31- 33
3.5 Θεωρίες για τη γνώση και τη μάθηση και εκπαιδευτικές θεωρίες	33- 37
3.6 Στοιχεία θεωρίας της επικοινωνίας και η εφαρμογή τους στα μουσεία	38- 43
3.7 Ολιστικό μοντέλο επικοινωνίας	44-47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Οργάνωση επικοινωνιακής πολιτικής και δομή ενός σύγχρονου μουσείου	48-58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Τομείς επικοινωνίας:Από τη θεωρία στην πράξη	
5.1 Η δημόσια εικόνα του μουσείου	59- 61
5.2 Η εσωτερική εικόνα του μουσείου	61-63
5.3 Η εικόνα του μουσείου στους χώρους της έκθεσης	63-66
5.4 Δραστηριότητες του μουσείου εντός του φυσικού του χώρου	66- 70
5.5 Δραστηριότητες του μουσείου εκτός του φυσικού του χώρου	70- 71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Κριτική αποτίμηση του ρόλου του ΕΑΜ σήμερα	72- 77
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΕΔΙΩΝ	78
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	79- 83
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ I ΚΑΙ II	

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η διπλωματική αυτή εργασία ασχολείται με θέματα που διαμορφώνουν μια συγκροτημένη επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου, χρησιμοποιώντας ως παράδειγμα το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της χώρας. Η εργασία εκπονήθηκε κατά την περίοδο του ακαδημαϊκού έτους 2005-2006. Για την ολοκλήρωση της χρειάστηκαν αρκετές επισκέψεις σε βιβλιοθήκες, όπως η πανεπιστημιακή βιβλιοθήκη του Πάντειου Πανεπιστημίου, καθώς και οι βιβλιοθήκες της Ελληνικής Αρχαιολογικής Σχολής και του Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου. Μεγάλο μέρος του υλικού προήλθε από την προσωπική βιβλιοθήκη της επόπτριας της πτυχιακής εργασίας κ. Ανδρομάχης Γκαζή.

Κλείνοντας αυτόν τον πρόλογο, θα ήθελα να ευχαριστήσω τις υπευθύνους του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων του ΕΑΜ κ. Δέσποινα Καλεσσοπούλου και Ν. Δελακούρα, οι οποίες ήταν ιδιαίτερα πρόθυμες και εξυπηρετικές στο να μου παράσχουν την οποιαδήποτε πληροφορία. Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω την επόπτρια μου κ. Α. Γκαζή που με υπομονή και κατανόηση με βοήθησε στην ολοκλήρωση της εργασίας αυτής.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως όλοι οι θεσμοί έτσι και τα μουσεία συνδέονται με το ιστορικό, πολιτισμικό, κοινωνικό και επιστημολογικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ιδρύονται και λειτουργούν. Γι' αυτό τα μουσεία, όπως και όλοι οι κοινωνικοί θεσμοί, δεν είναι οντότητες που διατηρούν τον ίδιο χαρακτήρα σε όλες τις ιστορικές περιόδους και σε όλους τους τόπους, αλλά διαφοροποιούνται σε σχέση με το ιδιαίτερο κάθε φορά ιστορικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο. Ας σημειωθεί πως η λέξη μουσείο συνδέθηκε με ένα συγκεκριμένο κτήριο που στεγάζει τις συλλογές, μόνο τον 18^ο αιώνα, ενώ η σημερινή έννοια του όρου καθιερώθηκε τον 19^ο αιώνα¹.

Αν και τα μουσεία συνδέονται άμεσα με την τάση συλλογής αντικειμένων, μια τάση που εμφανίζεται στις περισσότερες κοινωνίες, σε όλα σχεδόν τα ιστορικά και πολιτισμικά πλαίσια, τα μουσεία, όπως τα γνωρίζουμε σήμερα, διαφέρουν ριζικά, ως προς τους όρους ίδρυσης, το χαρακτήρα και τη λειτουργία τους, από τις δημόσιες ή ιδιωτικές συλλογές άλλων ιστορικών περιόδων, ακόμα και μέσα στο ευρωπαϊκό πλαίσιο. Διαφέρουν από τις αρχαίες ελληνικές συλλογές έργων τέχνης, τις πινακοθήκες και τους θησαυρούς των αρχαίων ναών και μαντείων και από τις συλλογές των ρωμαϊκών και βυζαντινών ή μεσαιωνικών χρόνων. Διαφέρουν από το πρώτο μουσείο, το «Μουσείον», που ιδρύθηκε στην Αλεξάνδρεια κατά τα ελληνιστικά χρόνια, αλλά και από τα αναγεννησιακά, καθώς και από τα πρώτα εθνικά μουσεία, που ιδρύθηκαν στην Ευρώπη στα τέλη του 18^{ου} αιώνα και τον 19^ο αιώνα, κυρίως μετά τη Γαλλική Επανάσταση. Συγκεκριμένα, τότε ήταν που υπό την επήρεια των ιδεών και των αξιών της αστικής δημοκρατίας και ειδικότερα μέσα στο πλαίσιο του ρομαντισμού και του εθνικισμού του 19^{ου} αιώνα, τα μουσεία άρχισαν να αποκτούν αστικό και εθνικό χαρακτήρα και να λειτουργούν ως χώροι παραγωγής αντίστοιχων τύπων γνώσης, οι οποίοι ήταν ανοιχτοί σε όλους.

Από τα τέλη του 17^{ου} αιώνα, άρχισαν να παρατηρούνται οι πρώτες τάσεις για μετατροπή των ιδιωτικών συλλογών σε δημόσιες². Ο μετασχηματισμός όμως των μουσείων, από ιδιωτικά ιδρύματα σε εθνικά παρατηρήθηκε από τα μέσα και κυρίως προς τα τέλη του 18^{ου} αιώνα³. Το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα των νέων τάσεων δημιουργίας εθνικών μουσείων είναι η μετατροπή του Λούβρου από παλάτι και σύμβολο της βασιλείας σε Μουσείο της Γαλλικής Δημοκρατίας, το 1873. Κατά τον 19^ο αιώνα τα περισσότερα

¹ Γκαζή 1999α,39

² Για παράδειγμα, το 1686 ο Elias Ashmole δώρισε τη συλλογή του στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης. Νάκου 2001, 128.

³ Το 1749, για παράδειγμα, ιδρύθηκε το Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο με τη δωρεά των ιδιωτικών συλλογών του Sir Hans Sloane. Νάκου 2001, 128.

ευρωπαϊκά μουσεία είναι εθνικά. Ανήκουν στο έθνος, προστατεύουν την εθνική κληρονομιά, και προάγουν την εθνική ιστορία και γνώση. Σύμφωνα με τις επιστημολογικές παραδοχές της εποχής⁴, ταξινομούν και εκθέτουν τις συλλογές τους βασιζόμενα σε αυστηρά ακαδημαϊκά κριτήρια που αναδεικνύουν, προβάλλουν και κατοχυρώνουν μια εθνική πραγματικότητα που είναι αναμφισβήτητη, δεδομένη, μοναδική και γνωστή σε όλους. Κατά αυτόν τον τρόπο τα μουσεία δε λειτουργούν μόνο ως φύλακες της εθνικής κληρονομιάς, αλλά παράγουν την εθνική γνώση και ταυτότητα, καλλιεργώντας, παράλληλα, την εθνική μνήμη.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό των μουσείων της εποχής, συνέπεια κατά κάποιο τρόπο και του παιδευτικού τους χαρακτήρα, είναι το μέγεθος τους. Όσο μεγαλύτερο ήταν ένα εθνικό μουσείο και όσο περισσότερα αντικείμενα διέθετε τόσο μεγαλύτερο εθεωρείτο το τμήμα της γνώσης το οποίο παρήγαγε. Το μέγεθος των εθνικών μουσείων ενίσχυε και το κύρος των ίδιων των μουσείων αλλά και το κύρος των εθνών, την πολιτιστική κληρονομιά των οποίων αυτά προέβαλαν. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο το γεγονός πως τα εθνικά μουσεία είναι κατεξοχήν μεγάλα μουσεία και πως πολλά ευρωπαϊκά εθνικά μουσεία απέκτησαν υλικές πολιτισμικές μαρτυρίες από διάφορους πολιτισμούς και περιοχές της γης⁵.

Ωστόσο οι κοινωνικές, πολιτικές, επιστημονικές, επιστημολογικές και πολιτισμικές αλλαγές που χαρακτηρίζουν τις σύγχρονες κοινωνίες, κυρίως από τα μέσα του 20ού^{ου} αιώνα και μετά, έχουν δημιουργήσει νέα πλαίσια για τα μουσεία. Ένας έντονος μουσειολογικός διάλογος και νέες πρακτικές έχουν αλλάξει και συνεχώς αλλάζουν τη μορφή και το χαρακτήρα των μουσείων στην εποχή μας. Τα σύγχρονα μουσεία επιδιώκουν να προσαρμόζονται στις νέες κοινωνικές συνθήκες και να αναπτύσσουν συνειδητή επικοινωνιακή πολιτική η οποία θα τα καθιστά βιώσιμα και φιλικά προς το ευρύ κοινό. Βασικός σκοπός τους δεν είναι πλέον μόνο η προστασία και η προβολή του υλικού πολιτισμικού πλούτου, αλλά και η ουσιαστική επικοινωνία με το κοινό τους. Οι νέες αυτές αντιλήψεις καθόρισαν τη φυσιογνωμία και το ρόλο των σύγχρονων μουσείων. Ο ρόλος του μουσείου δεν περιορίζεται πλέον στη συλλογή, συντήρηση, μελέτη και έκθεση υλικών μαρτυριών. Αντιθέτως, τα μουσεία απέκτησαν με την πάροδο του χρόνου έναν ευρύτερο κοινωνικό ρόλο, ο οποίος συνδέεται με παιδευτικούς, επιστημονικούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς.

⁴ Foucault 1970, 74 στο Νάκου 2001, 119. Οι νέες επιστημολογικές θεωρίες για τη γνώση και την πραγματικότητα επηρέασαν τη νοοτροπία της εκθεσιακής λογικής των μουσείων. Σύμφωνα με αυτές η γνώση δε στηριζόταν πια στη σύνδεση των πραγμάτων με βάση την ομοιότητα τους αλλά στο διαχωρισμό των πραγμάτων με βάση τη διαφορά τους.

⁵ Νάκου, 2001, 121-22.

Γενικότερα τα μουσεία στην εποχή μας λειτουργούν ως χώροι συνάντησης, διαλόγου και επικοινωνίας διαφόρων και διαφορετικών κόσμων για αυτό και η φυσιογνωμία τους διαμορφώνεται με βάση την επικοινωνιακή πολιτική που ασκούν. Αν τα μουσεία του 19^{ου} αιώνα ασκούσαν τον παιδευτικό τους ρόλο παρέχοντας ακαδημαϊκή γνώση, τα σύγχρονα μουσεία ασκούν τον παιδευτικό τους ρόλο με βάση την επικοινωνία και το διάλογο που επιδιώκουν να αναπτύξουν με το κοινό τους.

Στη συγκεκριμένη εργασία θα προσπαθήσουμε να δούμε πόσο σημαντικός είναι αυτός ο επικοινωνιακός ρόλος που έχουν επιλέξει τα μουσεία και μέσα από ποιες συντεταγμένες μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένος. Για το σκοπό αυτό έχει επιλεγεί ως παράδειγμα μελέτης το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο ⁶, το μεγαλύτερο μουσείο της χώρας μας.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα προσπαθήσουμε να δούμε ποιες ιδιαιτερότητες αντιμετωπίζουν τα εθνικά αρχαιολογικά από την πρώτη στιγμή της ίδρυσης του μέχρι σήμερα. Γίνεται μια προσπάθεια να φανεί η αντιστοιχία με το ΕΑΜ, προκειμένου να δούμε κατά πόσο το Μουσείο έχει προσαρμοστεί στις αλλαγές του χρόνου. Θα τεθούν κάποια ερωτήματα στα οποία θα προσπαθήσουμε να δώσουμε απάντηση καθ όλη της διάρκειας της παρακάτω εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο επιχειρείται μια σύντομη ιστορική ανασκόπηση της δημιουργίας του ΕΑΜ. Σκοπός είναι να γνωρίσουμε καλύτερα το μουσείο αλλά και να δούμε μέσα σε ποιο ιδεολογικό πλαίσιο ιδρύθηκε και πόσο επιτακτική ήταν η ανάγκη ίδρυσης του, όχι μόνο εξαιτίας των εθνικών προσδοκιών των Ελλήνων αλλά και λόγω του σύνδεσης της ίδρυσης του μουσείου με την ίδια την υπόσταση και αναγνώριση του ελληνικού έθνους και κράτους.

Στη συνέχεια (κεφάλαιο3) θα μας απασχολήσει το θέμα της επικοινωνίας και της μάθησης τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πιο πρακτικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, θα μας απασχολήσουν οι τρόποι μάθησης και επικοινωνίας του επισκέπτη μέσα στο μουσείο. Και αυτό καθώς τα τελευταία χρόνια μια από τις πλέον σημαίνουσες αλλαγές στο χώρο των μουσείων είναι η αναγνώριση της σημασίας των μαθησιακών θεωριών στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των μουσείων και των εκθέσεων που αυτά φιλοξενούν. Είναι γεγονός πως σήμερα πια η συζήτηση επικεντρώνεται ολοένα και περισσότερο γύρω από τη μάθηση στα μουσεία, τον τρόπο δηλαδή με τον οποίο οι άνθρωποι επικοινωνούν και μαθαίνουν μέσα σε ένα περιβάλλον μη τυπικής εκπαίδευσης⁷.

⁶ Από εδώ και στο εξής θα αναφέρεται για λόγους συντομίας ως ΕΑΜ.

⁷ Γκαζή 2004, 10.

Στο επόμενο κεφάλαιο (κεφάλαιο 4) θα προσπαθήσουμε να δούμε ποιο είναι εκείνο το μοντέλο επικοινωνιακής πολιτικής που μπορεί να φέρει πιο κοντά, και σε ουσιαστικότερη επαφή, το μουσείο με το κοινό του. Με ποιο τρόπο μπορεί αυτή να επιτευχθεί και πάνω σε ποιες βάσεις και τομείς θα πρέπει να στηριχθεί ένα ολοκληρωμένο μοντέλο επικοινωνιακής πολιτικής προκειμένου να θεωρηθεί επιτυχημένο.

Στη συνέχεια (κεφάλαιο 5) θα επιχειρήσουμε να δούμε κατά πόσο το ΕΑΜ έχει μια συγκροτημένη επικοινωνιακή πολιτική και πώς αυτή η πολιτική εφαρμόζεται στην πράξη. Περνώντας σε πιο πρακτικά ζητήματα θα μας απασχολήσουν θέματα όπως το κοινό του Μουσείου, οι τρόποι προβολής του, τα εκπαιδευτικά του προγράμματα αλλά και ολόκληρος ο σχεδιασμός των εκθέσεων του.

Τελειώνοντας, στο 6^ο κεφάλαιο επιχειρείται μια επισκόπηση γύρω από το κατά πόσο το ΕΑΜ έχει καταφέρει να έρθει κοντά στο κοινό του και ποιοι είναι εκείνοι οι παράγοντες που τελικά το αφήνουν ή όχι να διαμορφώσει μια συγκροτημένη επικοινωνιακή πολιτική. Κατά πόσο τελικά το ΕΑΜ έχει καταφέρει να αφήσει πίσω του τις παλιές ιδέες γύρω από τα μουσεία και να αντιμετωπίσει τη νέα πραγματικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Πριν ξεκινήσουμε να δούμε την επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου και πως αυτή χαράσσεται, θα ήταν σκόπιμο να γίνει μια συζήτηση σχετική με τις ιδιαιτερότητες που συναντάμε στα εθνικά αρχαιολογικά μουσεία. Η συζήτηση αυτή θα γίνει σε συνάρτηση με το θέμα των εθνικών συλλογών που αυτά φιλοξενούν και των ιδεολογιών τις οποίες αντιπροσωπεύουν και αναπαραγάγουν.

Τα αρχαιολογικά μουσεία φυλάσσουν τεκμήρια του υλικού πολιτισμού των ανθρώπων από την απώτερη προϊστορία μέχρι την ύστερη αρχαιότητα, μαζί με το συνοδευτικό αρχειακό τους υλικό. Οι σύγχρονες μεταμοντέρνες θεωρίες σχετικές με τη φύση των μουσείων, των συλλεκτών και του συλλέγειν καθώς και την παρουσίαση του παρελθόντος στα αρχαιολογικά μουσεία, υποστηρίζουν πως τα μουσεία παρουσιάζουν ένα μέρος μόνο του παρελθόντος, εξωραϊσμένο και μυθοποιημένο. Αυτή η πρακτική εξυπηρετεί το έργο και την ιδεολογία εκείνων που δημιουργήσαν αυτές τις μουσειακές αφηγήσεις και εκθέσεις και ως εκ τούτου οδηγεί σε μονοφωνία και όχι σε πολυφωνία.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει ένα εξαιρετικά μεγάλο ενδιαφέρον για την κριτική εξέταση των τρόπων παρουσίασης του παρελθόντος στα μουσεία, μολονότι τα περισσότερα αρχαιολογικά μουσεία εξακολουθούν να ερμηνεύουν και να εκθέτουν το παρελθόν ως μια αντικειμενική πραγματικότητα και όχι ως μια σχετική προσέγγιση και ανάγνωση που μπορεί να είναι σωστή αλλά μπορεί και όχι. Στην ουσία τα υλικά κατάλοιπα του παρελθόντος δε μπορούν να μας οδηγήσουν σε μια αντικειμενική ανάγνωση αυτού, αλλά σε μια προσπάθεια ανάγνωσης, που θα επηρεασθεί λίγο ως πολύ από την εποχή μέσα στην οποία την επιχειρούμε. Επομένως, υπάρχουν μάλλον πολλές και διαφορετικές εκδοχές του παρελθόντος. Τα μουσεία δε θα πρέπει να είναι χώροι που απλώς αφηγούνται ιστορίες για το παρελθόν αλλά χώροι όπου οι άνθρωποι μαθαίνουν να αξιολογούν τα αρχαιολογικά δεδομένα, χώροι που εκθέτουν μαζί με τα αντικείμενα και αυτήν την ίδια διαδικασία της ερμηνείας τους και κατ' επέκταση τη διαδικασία ερμηνείας των κοινωνιών του παρελθόντος.

Οι προκλήσεις που δέχεται σήμερα ο θεσμός του μουσείου είναι πολλές και σε διαφορετικά επίπεδα. Οι σημαντικές εξελίξεις σε επιστήμες όπως η γλωσσολογία, η κοινωνιολογία και η ανθρωπολογία σε συνδυασμό με τη διατύπωση νέων παιδαγωγικών

θεωριών και μεθόδων, καθώς και διαφορετικών μαθησιακών μοντέλων επέβαλαν κατά κάποιο τρόπο στα μουσεία να αυτοθεωρηθούν και να υιοθετήσουν διαφορετικές ιδεολογικές προσεγγίσεις⁸.

Κατά την Duncan⁹, ο ρόλος των μουσείων είναι να ενισχύουν τη συλλογική γνώση μιας κοινότητας για τον εαυτό της και για τη θέση της στον κόσμο, αλλά και να συντηρούν στη μνήμη τις πιο σημαντικές και αποδεκτές αξίες και πεποιθήσεις αυτής της κοινότητας. Για αυτό το λόγο τα μουσεία τείνουν να επαναλαμβάνουν οικείες και ευρέως διαδεδομένες απόψεις και αυτό στην πράξη μεταφράζεται σε συντηρητικές αφηγήσεις.

Πολλοί θεωρητικοί¹⁰ έχουν προτείνει πως ζούμε σε μια περίοδο κατά την οποία οι ταυτότητες του παρελθόντος γίνονται ολοένα και πιο αδιάφορες, ενώ νέες ταυτότητες δημιουργούνται. Πολλοί λοιπόν είναι εκείνοι που αναρωτιούνται κατά πόσο τα μουσεία μπορούν να εκπληρώσουν το ρόλο τους ως θεματοφύλακες των εθνικών ταυτοτήτων, σε μια περίοδο που ο θεσμός των εθνικών ταυτοτήτων δέχεται προκλήσεις, καθώς και τι είναι αυτό που τελικά τα κάνει ικανά στο να δρουν ως προασπιστές της εθνικότητας των λαών. Οι έννοιες του έθνους-κράτους, του λαού και του δημόσιου μουσείου αναδύθηκαν στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και κατά κάποιο τρόπο συνδέθηκαν. Η Γαλλική Επανάσταση υπήρξε σταθμός για την αρχή της καθιέρωσης του δημόσιου μουσείου. Οι συλλογές ξεκίνησαν να κάνουν ένα άνοιγμα στο ευρύτερο κοινό και παύουν σταδιακά να απευθύνονται σε συγκεκριμένες κοινωνικές τάξεις¹¹. Κατά τον 19^ο αιώνα λοιπόν τα περισσότερα ευρωπαϊκά μουσεία είναι εθνικά μουσεία. Ανήκουν στο έθνος, προστατεύουν την εθνική κληρονομιά, την εθνική ιστορία και γνώση. Πρόκειται για ένα «πείραμα» το οποίο τελικά πέτυχε, αν και δε πραγματοποιήθηκε ούτε με τον ίδιο τρόπο ούτε στον ίδιο βαθμό για όλες εκείνες τις χώρες οι οποίες μεταλλάχθηκαν σε έθνη-κράτη. Η Duncan¹² πιστεύει πως το μουσείο του Λούβρου ήταν εκείνο το μουσείο που τελικά έπαιξε το ρόλο του εθνικού μουσείου πρότυπου που διαδόθηκε τόσο στην Ευρώπη όσο και στον υπόλοιπο κόσμο¹³. Ο εθνικός χαρακτήρας των μουσείων προκάλεσε και το μετασχηματισμό στις συλλεκτικές πρακτικές,

⁸ Μούλιου, Μπούνια, 54.

⁹ Duncan 1995, 103 στο Γκαζή 1999β, 52.

¹⁰ Βλ., για παράδειγμα, Macdonald 2003, 1.

¹¹ Αν και σύμφωνα με το Γάλλο κοινωνιολόγο Pierre Bourdieu, ακόμη και σήμερα η επίσκεψη στα μουσεία αφορά την ελίτ και αποτελεί ένα μέσο για τους μορφωμένους να εισπράξουν πολιτιστικό κεφάλαιο μέσω της υιοθέτησης ενός καλλιεργημένου τρόπου ζωής που συνάδει με την οικονομική τους θέση στην κοινωνία. Βλ. Merriman, 1999, 44.

¹² Duncan 1995, 32 στο Γκαζή 1999β, 52.

¹³ Για παράδειγμα, χαρακτηριστικό της συνειδητοποίησης του ρόλου του μουσείου ως θεματοφύλακα της εθνικής κληρονομιάς ήταν η ίδρυση το 1818 μουσείου στην Πράγα, με αποκλειστικό σκοπό την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας και τη μελέτη του τσεχοσλαβικού λαού, ενώ στη Δανία ιδρύεται το Εθνικό Μουσείο Αρχαιοτήτων το 1819, με σκοπό τη συλλογή και τη διατήρηση της αρχαιολογικής κληρονομιάς της χώρας. Βλ. Γκαζή 1999α, 42.

καθώς επέβαλε τη δημιουργία μεγάλων μουσείων, ώστε να μπορούν να αναπαριστάνουν και να συμβολίζουν το μεγαλείο και το κύρος των αντίστοιχων εθνών. Τα μουσειακά αντικείμενα άρχισαν να εκλαμβάνονται ως εθνική περιουσία και κληρονομιά, για αυτό και η συνεχής και ακόρεστη συλλογή αντικειμένων άρχισε να θεωρείται εθνικό χρέος που ενίσχυε το κύρος των αντίστοιχων εθνών. Ενδεικτική των νέων αυτών τάσεων ήταν η συγκέντρωση στο Μουσείο του Λούβρου έργων τέχνης και άλλων αντικειμένων από μακρινές περιοχές, πρακτική η οποία υποστηρίχθηκε με το επιχείρημα ότι η φύλαξη των έργων του πολιτισμού στη «Χώρα της Ελευθερίας» θα συνέβαλε στην εξέλιξη της ανθρώπινης γνώσης και ευτυχίας και στην τελειοποίηση του πολιτισμού.

Τι ήταν όμως εκείνο που έκανε τα μουσεία κατάλληλα να αντιπροσωπεύουν το δημόσιο αίσθημα και τα έθνη-κράτη; Τα μουσεία μαζί με άλλους δημόσιους φορείς υπήρξαν εκφραστές ενός νέου τρόπου σκέψης των ανθρώπων που ήθελαν να νοούν τον εαυτό τους όχι ως ξεχωριστές οντότητες αλλά ως μέρος ενός ευρύτερου συνόλου και μιας εθνικής κοινότητας. Ο νέος τρόπος σκέψης απαιτούσε ισότητα και ελευθερία για αυτό και η ένωση του κράτους με το έθνος ήταν τόσο σημαντική, επειδή έφερε στην επιφάνεια το αίσθημα του κοινού, του να έχεις μια ιστορία, που πήρε μορφή με την ίδρυση των μουσείων¹⁴.

Σήμερα όμως υποστηρίζεται πως η έννοια της εθνικής ταυτότητας σιγά σιγά μεταμορφώνεται. Προτείνεται πως ο καθένας μπορεί να φτιάξει τη δική του ταυτότητα¹⁵. Από τη στιγμή που η έννοια της ταυτότητας άρχισε να μεταλλάσσεται ήταν αναπόφευκτο να επηρεαστούν και οι δομές των μουσείων. Πράγματι υπήρξαν εκείνες οι προοπτικές που έκαναν τα μουσεία να καταφέρουν να εξελιχθούν στο χρόνο και να προσαρμοστούν στο νέο τους ρόλο, αποκτώντας νέες χρήσεις και αποδεικνύοντας τη βιωσιμότητα στους στο χρόνο¹⁶. Η παγκοσμιοποίηση της οικονομικής δραστηριότητας συνδέεται άμεσα με αυτήν την μεταμόρφωση του πολιτισμού που πλέον παίρνει τη μορφή της πολιτιστικής παγκοσμιοποίησης¹⁷. Γίνεται πλέον λόγος για παγκόσμια πολιτιστικά προϊόντα και όχι

¹⁴ Macdonald 2003, 3.

¹⁵ Giddens 1990. στο Macdonald 2003, 6.

¹⁶ Χαρακτηριστικό παράδειγμα της μετάλλαξης μουσείου από εθνικό σε πολυπολιτισμικό είναι αυτό της Γκαλερί στο Cartwright Hall στο Bradford. Το μουσείο αρχικά δεν υπολόγιζε στις εκθέσεις του τους ασιατικής καταγωγής πρόσφυγες της περιοχής. Στην πορεία όμως και περιλαμβάνοντας στις συλλογές του αντικείμενα του ασιατικού πολιτισμού, κατάφερε να τους κάνει μέλος της κοινότητας του, χωρίς να αποκλείσει τους γηγενείς κατοίκους, αλλά αντίθετα προσελκύοντας και το δικό τους ενδιαφέρον για τον άγνωστο πολιτισμό. Βλ. Macdonald 2003, 7.

¹⁷ Σήμερα υπάρχουν διαφορές στον προσδιορισμό της έννοιας των πολιτιστικών αγαθών, οι οποίες επηρεάζουν την αντιμετώπιση αυτών από τις διάφορες κοινωνίες, όπως και την αναγνώριση της συγγένειας τους με μια γεωγραφική περιοχή. Για αυτή τη συγγένεια έχουν διατυπωθεί δυο απόψεις, του πολιτιστικού εθνικισμού και του πολιτιστικού διεθνισμού. Σύμφωνα με την τελευταία τα αντικείμενα με καλλιτεχνική, αρχαιολογική, εθνολογική ή ιστορική αξία αποτελούν συστατικά του κοινού ανθρώπινου πολιτισμού,

απλώς για εθνικά πολιτιστικά προϊόντα¹⁸. Οι επισκέπτες των μουσείων εκδηλώνουν, σε υψηλό ποσοστό ενδιαφέρον για τη γνώση και άλλων πολιτισμών εκτός από το δικό τους, γεγονός που δείχνει τις προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν τα μουσεία και ακόμη περισσότερο τα εθνικά.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα μουσεία ήταν ικανά στο να υποδείξουν μια εθνική τροχιά καθώς και στο να δείξουν πως το έθνος ήταν το τελικό θριαμβευτικό στάδιο μιας επιτυχημένης εξέλιξης. Αυτό το χαρακτηριστικό το μουσείων έκανε την ανάγκη ίδρυσης του στο νεοσύστατο ελληνικό κράτος επιτακτική. Μέσα λοιπόν σε αυτό το ιδεολογικό πλαίσιο ιδρύθηκε το ΕΑΜ. Στην Ελλάδα αναμφισβήτητα το αρχαιολογικό μουσείο αποτελεί το χαρακτηριστικότερο είδος μουσειακού οργανισμού, ταυτόσημο στη συνείδηση πολλών Ελλήνων με την ίδια την έννοια του μουσείου¹⁹. Σύμφωνα με τον αρχαιολόγο Γ. Χουρμουζιάδη²⁰ στα αρχαιολογικά μουσεία της Ελλάδας υπήρχε ένα είδος μουσειολογικού προβλήματος. Το πρόβλημα αυτό δεν έπρεπε, κατά τη γνώμη του, να ορισθεί εμπειρικά ως ζήτημα διοικητικής γραφειοκρατίας, πρακτικής και χρήσης, αλλά ήταν κυρίως ένα πρόβλημα θεωρίας που εκδηλωνόταν στο γνωστικό επίπεδο από τη στιγμή που ανατρεπόταν η βασική μεθοδολογία της επικοινωνίας μουσείου και κοινού, δηλαδή από τη στιγμή που ο τρόπος παραγωγής της αρχαιολογικής ερμηνείας δομούσε εκθέσεις που δε προσέφεραν στο κοινό πληροφορίες εύληπτες, χρήσιμες και μεστές νοημάτων, με αποτέλεσμα να το απομακρύνει αντί να το προσελκύσει στο μουσείο και τις συλλογές του²¹.

Επιπλέον, η απομάκρυνση του ελληνικού αρχαιολογικού μουσείου από το κοινό του, αντικατοπτρίζεται στη γενικότερη αρνητική διάθεση μεγάλης μερίδας πολιτών να επισκεφτούν τα μουσεία της χώρας²². Στη συνείδηση του μέσου Έλληνα μεταφορικά σχήματα του τύπου μουσείο-μαυσωλείο, μουσείο-σχολείο, μουσείο-ναός έχουν δράσει καταλυτικά και επηρεάζουν αρνητικά²³. Σε πρόσφατη έρευνα²⁴ που πραγματοποιήθηκε σε

ανεξάρτητα από τη χώρα καταγωγής τους ή τη γεωγραφική τους θέση. Βλ. Γραμματικάκη- Αλεξίου, 2002, 23-24.

¹⁸ Robins 1999, 20.

¹⁹ Πρόκειται για μια ταύτιση η οποία έχει να κάνει με την αριθμητική υπεροχή των αρχαιολογικών μουσείων στη χώρα μας απόρροια και αυτό του ιδεολογικά σημαίνοντος ρόλου του μουσείου στη σύσταση του νεοελληνικού κράτους. Βλ. Μούλιου 1999, 54.

²⁰ Χουρμουζιάδης 1984, 16. Βλ. επίσης Μούλιου 1999, 54.

²¹ Μούλιου 1999, 54-55.

²² Φαινόμενο όχι αποκλειστικά ελληνικό, καθώς σε σχετική μελέτη που πραγματοποιήθηκε το 25% των ερωτηθέντων θεωρεί πως τα μουσεία «δεν έχουν καμία σχέση με την καθημερινή ζωή του κόσμου». Βλ. Walsh, 160- 61.

²³ Σε πρόσφατη έρευνα που εκπονήθηκε σε επισκέπτες που μόλις είχαν πραγματοποιήσει επισκέψεις σε μουσεία, μεταξύ αυτών και στο Εθνικό Αρχαιολογικό, η σχέση μεταξύ της επίσκεψης στο μουσείο και του

επισκέπτες μουσείων στην Ελλάδα ζητήθηκε από τους επισκέπτες να επιλέξουν τι τους θυμίζει το μουσείο. Η απάντηση «πολιτιστικό κέντρο» συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις, ακολουθεί η παρομοίωση του με μουσείο-μαυσωλείο (για το ΕΑΜ σε ποσοστό 24%), ενώ μόνο οι επισκέπτες του ΕΑΜ το παρομοίωσαν και με βιβλιοθήκη (6%)²⁵.

Είδαμε πραγματικά πόσες προκλήσεις δέχεται το μουσείο και πόσα ερωτήματα καλείται να απαντήσει. Τα αρχαιολογικά μουσεία στην Ελλάδα σήμερα πραγματικά έχουν αρχίσει να αυτοθεωρούνται και καλούνται να απαντήσουν σε πλήθος προκλήσεων που έχουν γεννήσει οι πραγματικότητες και οι ανάγκες της εποχής. Μία από αυτές τις προκλήσεις σχετίζεται με θέματα θεωρίας, ερευνητικών κατευθύνσεων και ερμηνευτικών προσεγγίσεων τόσο όσον αφορά στον αρχαιολογικό όσο και στο μουσειακό λόγο. Γεγονός είναι πως ο προορισμός των μουσείων στην Ελλάδα αρχικά ήταν η φύλαξη των αρχαιοτήτων. Αργότερα αναπτύχθηκε η ιδέα πως τα μουσεία συντελούν στη διάδοση των αρχαιολογικών γνώσεων και συμβάλλουν στην καλλιέργεια του αισθητηρίου για την τέχνη²⁶. Οι εκθέσεις στα αρχαιολογικά μουσεία της Ελλάδας, στα πρώτα χρόνια της ίδρυσης τους, ήταν καθαρά αντικειμενοκεντρικές, γραμμικές, ταξινομικές, μη-πληροφοριακές και γενικά αισθητικού χαρακτήρα²⁷. Η τάση αυτή μπορεί να δικαιολογηθεί, εάν σκεφτούμε πως στην Ελλάδα του 19^{ου} αιώνα τα μουσεία αποτέλεσαν το βασικό λόγο για τη δημιουργία των συλλογών. Αργότερα όμως τα νέα δεδομένα και οι εξελίξεις στο χώρο της μουσειολογίας²⁸ απαίτησαν από τα μουσεία την οργάνωση διαφορετικών αρχαιολογικών εκθέσεων που δε θα μιλούσαν μόνο για αντικείμενα αλλά θα έκαναν λόγο και για τη διαδικασία της αρχαιολογικής ερμηνείας (τεχνικές, μέθοδοι, πρακτικές, αποτελέσματα) και της μουσειακής έκθεσης (ιστορία των συλλογών και του μουσείου). Αν τα μουσεία του 19^{ου} αιώνα ασκούσαν τον παιδευτικό τους ρόλο, τα σύγχρονα μουσεία ασκούν μεν το ρόλο αυτό αλλά μέσα σε ένα ευρύτερο κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο, στηριζόμενα στην επικοινωνία και το διάλογο που επιδιώκουν να αναπτύξουν με το κοινό τους.

ελεύθερου χρόνου είναι πραγματικά ενδιαφέρουσα καθώς σε καμία περίπτωση δε συνδέθηκε με την αναψυχή. Βλ. Καυταντζόγλου, και Τουνταςάκη και Φρυδάκης 2004, 71-73.

²⁴ Στο Εθνικό Αρχαιολογικό, στο Βυζαντινό και Χριστιανικό μουσείο και στο Μουσείο Ελληνικής και Λαϊκής Τέχνης.

²⁵ Καυταντζόγλου, Τουνταςάκη και Φρυδάκης, 2004, 71-73.

²⁶ Γκαζή, 1991^α, 43.

²⁷ Γκαζή 1999^α, 50.

²⁸ Η διευρυμένη έννοια του υλικού πολιτισμού ο οποίος δε περιλαμβάνει μόνο υλικά, απτά και κινητά αντικείμενα, αλλά και άυλες εκφάνσεις του ανθρώπου και του περιβάλλοντος του, διαμορφώνει νέες μουσειολογικές και μουσειογραφικές προσεγγίσεις. Παράλληλα μια σειρά από σημαντικές εξελίξεις σε διάφορες επιστήμες, όπως της γλωσσολογίας, της λογοτεχνικής κριτικής, της κοινωνιολογίας, της ανθρωπολογίας επηρέασαν καθοριστικά τις σπουδές του υλικού πολιτισμού και των μουσείων προτείνοντας νέες ερμηνευτικές προσεγγίσεις. Νάκου 2001, 118.

Μια ακόμη πρόκληση που δέχονται τα αρχαιολογικά μουσεία αφορά στις ιδεολογικές τους τοποθετήσεις. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, διανύοντας την εποχή της παγκοσμιοποίησης, αναιρείται αυτόματα το εθνικό πολιτιστικό κριτήριο κάτι που βάζει τα μουσεία σε μια διαδικασία ανασύστασης και ανασυγκρότησης. Θα πρέπει οι συλλογές και ο τρόπος παρουσίασης τους να προσαρμοστεί στο νέο δεδομένο και το σημαντικότερο, να γίνει αποδεκτή από το κοινό. Πολλές είναι ακόμη οι προκλήσεις που δέχονται τα μουσεία, όπως σε θέματα που αφορούν την επικοινωνία με την κοινωνία και τα μέλη που τη συναποτελούν, το ίδιο το κοινό των μουσείων αλλά και σε εκείνους που δεν επισκέπτονται τα μουσεία, ενώ πολύ σημαντικός είναι και ο τρόπος αξιοποίησης όλων των νέων μέσων που προσφέρονται για τη διάχυση πληροφοριών και την εκτέλεση παιδευτικών δράσεων εντός και εκτός των συμβατικών φυσικών ορίων του μουσείου.

Είδαμε λοιπόν μέσα σε ποιο ιδεολογικό πλαίσιο ιδρύθηκε το ΕΑΜ και πόσο ιδεολογικά φορτισμένο υπήρξε από την πρώτη στιγμή της ίδρυσης του. Ο ρόλος του μέσα στο χρόνο άλλαξε, ξεκίνησε ως αποθηκευτικός χώρος και στη συνέχεια πήρε έναν παιδευτικό χαρακτήρα. Σκοπός του ήταν να μορφώσει και να παιδεύσει τους Έλληνες και να τους εμποτίσει με τις ιδέες που αυτό αντανakλούσε, να τους προσφέρει εθνική συνείδηση και ταυτότητα. Αυτό που θα προσπαθήσουμε να δούμε είναι κατά πόσο το σημαντικότερο μουσείο της χώρας κατάφερε να διατηρήσει τελικά τον αρχικό του χαρακτήρα και ρόλο, προσπαθώντας παράλληλα να προσαρμοστεί στις νέες απαιτήσεις της εποχής. Μήπως φοβήθηκε το μουσείο πως η προσπάθειά του να πλησιάσει το κοινό με νέους τρόπους θα το έκανε να χάσει σημαντικά στοιχεία του παιδευτικού του ρόλου; Μήπως η ανάγκη του να δικαιολογήσει τον τίτλο του ως εθνικό μουσείο και να διατηρήσει το κύρος του το κάνει να «φοβάται» να προσεγγίσει νέες μεθόδους και τρόπους ερμηνείας, μένοντας κατ' αυτόν τον τρόπο κλειστό στον εαυτό του; Υπάρχει περίπτωση, να μην κατάφερε τελικά να προσαρμοστεί στα νέα κοινωνικά δεδομένα, φοβούμενο πως νέες πρακτικές θα του στοίχιζαν μέρος του κύρους του; Και τελικά πόσο εύκολο είναι για ένα μουσείο, που λειτουργεί ως προασπιστής ενός έθνους και επί έναν αιώνα λειτουργεί με γνώμονα συγκεκριμένες αξίες και ιδέες, να μεταλλαχθεί και να αναλάβει επιπλέον ρόλους? Όλα αυτά θα μας απασχολήσουν μέσα από την παρακάτω συζήτηση, ρίχνοντας μια ματιά σε θεωρίες επικοινωνίας και νέων μουσειολογικών τάσεων και αντιλήψεων. Στόχος είναι να προσπαθήσουμε να δούμε εάν και κατά πόσο το ΕΑΜ είναι ευέλικτο και ευπροσάρμοστο μέσα στο χρόνο και σε τελική ανάλυση ποιος είναι ο ρόλος του στη σημερινή ελληνική, και όχι μόνο, κοινωνία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Με την απελευθέρωση και δημιουργία νέου ελληνικού κράτους το 1830, ξεκίνησε ένα πιο εντατικό ενδιαφέρον για την αρχαιολογική κληρονομιά που άφησε η αρχαία Ελλάδα. Η άποψη ότι τα μνημεία ήταν ο λόγος ύπαρξης του σύγχρονου ελληνικού κράτους ήταν ευρέως διαδεδομένη μεταξύ όχι μόνο των Ελλήνων αλλά και πολλών Ευρωπαίων που συχνά παρατηρούσαν πως η Ελλάδα σώθηκε χάρη στην ανάμνηση του παρελθόντος της²⁹. Άρχισε λοιπόν να καλλιεργείται η ανάγκη διάσωσης των μνημείων ιδιαίτερα των κινητών, όσων είχαν απομείνει από τις αρπαγές και βρίσκονταν σκόρπια σε κάθε γωνιά του ελληνικού εδάφους³⁰. Η διαφύλαξη τους δεν ήταν απλώς μια προτεραιότητα, αλλά αποτελούσε και μέγιστη ηθική υποχρέωση του νεοσύστατου ελληνικού κράτους³¹. Ο πρώτος που διατυπώνει συγκεκριμένες προτάσεις για το θέμα της προστασίας των ελληνικών αρχαιοτήτων είναι ο Κοραΐς, προτάσεις που αφορούν και στη σύσταση μουσείου³² και διατυπώθηκαν καιρό πριν την απελευθέρωση και δημιουργία του ελληνικού κράτους.

Ο πρώτος προορισμός του ελληνικού μουσείου ήταν η φύλαξη των αρχαιοτήτων και με βάση αυτήν την ιδέα ιδρύεται το πρώτο ελληνικό μουσείο, το 1829 στην Αίγινα, την πρώτη πρωτεύουσα του ελεύθερου ελληνικού κράτους. Το μουσείο αυτό, στο οποίο συγκεντρώθηκαν κυρίως γλυπτά, ήταν στην ουσία χώρος φύλαξης και αποθήκευσης των αρχαιοτήτων. Η ίδρυσή του συνοδεύτηκε και από μέτρα που επέβαλε η κυβέρνηση προκειμένου οι συλλογές του μουσείου να εμπλουτιστούν, αλλά και να διαφυλαχθούν τα αρχαία «τα οποία καλύπτει η κλασική γη της Ελλάδος³³». Τα μέτρα αυτά απαγόρευαν την ανασκαφή χωρίς άδεια της κυβερνήσεως, ενώ έθιγαν και ένα μείζον θέμα της εποχής, την υφανταγή αρχαίων τονίζοντας την αυστηρότητα του νόμου σε περίπτωση αρχαιοκαπηλίας³⁴.

Στο ίδιο κλίμα, και καθώς τα ευρήματα αυξάνονταν, ιδρύθηκε το *Κεντρικόν Αρχαιολογικόν Μουσείον* στην Αθήνα το 1834, το οποίο στεγάστηκε προσωρινά στο ναό του Ηφαίστου, το λεγόμενο Θησείο³⁵. Η ραγδαία, ωστόσο, αύξηση του αριθμού των

²⁹ Γκαζή 1999α, 46.

³⁰ Γκαζή 1999α, 46.

³¹ Γκαζή 1999β, 43.

³² Κόκκου 1977, 34.

³³ Κόκκου 1977, 50.

³⁴ Κόκκου 1977, 50-51.

³⁵ Γκαζή 1999α, 43-44.

ευρημάτων που ήρθαν στο φως από τις ανασκαφές κυρίως της Αρχαιολογικής Εταιρείας, έκανε επιτακτική την ανέγερση ενός μεγάλου οικοδομήματος³⁶.

Χρειάστηκαν περίπου 30 χρόνια (1866-1899) για την ανοικοδόμηση του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου της Ελλάδας, ενώ οι προπαρασκευαστικές συζητήσεις γύρω από το θέμα είχαν ξεκινήσει από τα μέσα ήδη του αιώνα. Η ίδρυση της Αρχαιολογικής Εταιρείας και η θέσπιση του πρώτου αρχαιολογικού νόμου του 1834 άνοιξαν το δρόμο για τη δημιουργία «Κεντρικού Δημόσιου Μουσείου διά τας αρχαιότητας»³⁷. Ο νόμος αυτός έδωσε το έναυσμα σε γνωστούς αρχιτέκτονες της εποχής να εκδηλώσουν το ενδιαφέρον τους υποβάλλοντας τα σχέδια τους για την ίδρυση του νέου μουσείου.

Σε έναν από τους μεγαλύτερους αρχιτέκτονες μουσείων της εποχής, τον Γερμανό Leo von Klenze³⁸, ανήκε η πρώτη προσπάθεια αποτύπωσης στο χαρτί σχεδίου για ένα Εθνικό Μουσείο στην Ελλάδα. Για να χτίσει μια «Εθνική Γλυπτοθήκη», όπως ο ίδιος την ονόμαζε, επέλεξε αρχικά το νοτιοανατολικό άκρο της Ακρόπολης, τόσο για λόγους στατικούς όσο και γιατί πίστευε πως σε έναν τέτοιο χώρο, με τέτοια ιστορία, πραγματικά άρμοζε να χτιστεί το Εθνικό Μουσείο της Ελλάδας. Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειώσουμε πως ο όρος *εθνικό* επίσημα αποδόθηκε στο μουσείο το 1888³⁹, αρκετά χρόνια μετά την έναρξη των εργασιών για την ανοικοδόμησή του, ενώ μέχρι τότε ο όρος που χρησιμοποιούνταν ήταν *Κεντρικόν Μουσείον*. Συγκεκριμένα, ο Klenze είχε οραματιστεί και τη διάταξη των αιθουσών, ενώ προέβλεπε ανοιχτές στοές για την έκθεση των αρχαίων γλυπτών, των αγαλμάτων και των λοιπών αρχιτεκτονικών μελών. Για τη σύνθεση του πρώτου αυτού κτηρίου ακολούθησε την αρχή της ελεύθερης και ασύμμετρης διάταξης των κτηρίων, σύνθεση την οποία εφάρμοζαν και οι αρχαίοι Έλληνες. Ολόκληρο το αρχιτεκτόνημα αποτελείτο από τρία τμήματα και δύο διαφορετικά κτήρια το ένα οκταγωνικό και το άλλο επίμηκες το οποίο χωριζόταν σε δυο επίπεδα και έδινε την αίσθηση δυο διαφορετικών κτηρίων (σχ. 1)⁴⁰. Στόχος του Klenze με ένα τέτοιο σχήμα ήταν να δημιουργήσει ένα μουσειακό συγκρότημα η αρχιτεκτονική σύνθεση του οποίου θα εξυπηρετούσε την έκθεση όχι μόνο αρχιτεκτονικών συλλογών, αλλά και πινάκων ζωγραφικής και διαφόρων άλλων έργων τέχνης, γεγονός εξάλλου που δικαιολογεί και την ονομασία «Παντεχνείον» που έδωσε ο αρχιτέκτονας στο μουσείο αυτό. Συγκεκριμένα, το οκταγωνικό κτήριο και η μία πλευρά του επιμήκους οικοδομήματος θα αποτελούσαν το

³⁶ ΠΑΕ (1840, 20).

³⁷ ΦΕΚ (1834, αρ. 22, άρθρο 1)

³⁸ Thieme U. και F. Becker, 1856.

³⁹ ΦΕΚ, αρ. 115, 1888. ΒΔ της 19.4.1988 «Περί μετονομασίας του εν Αθήναις "Κεντρικού δημόσιου Μουσείου διά τας αρχαιότητας"», ΦΕΚ Α' 115 στο Βουδούρη 2003, 44.

⁴⁰ Klenze 1838, 1830-1838 στο Κόκκου 1977, 204.

χώρο του κεντρικού μουσείου, ενώ η μικρότερη σε μήκος πλευρά του κτηρίου θα φιλοξενούσε τα αγάλματα της έκθεσης.

Στην πορεία όμως ο ίδιος έκρινε πως η δημιουργία ενός νεότερου κτίσματος πάνω στον ιερό βράχο της Ακροπόλεως θα ήταν ανεπιτυχής και επομένως προτάθηκε η λύση της περιοχής του Κεραμεικού⁴¹. Και αυτή η προοπτική όμως φάνταζε αδύνατη εξαιτίας της οικονομικής δεινότητας στην οποία βρισκόταν το ελληνικό κράτος εκείνη την περίοδο. Έτσι το σχέδιο του Klenze δε μπόρεσε να υλοποιηθεί.

Η δημιουργία όμως Εθνικού Μουσείου δεν έπαψε ποτέ να απασχολεί το ελληνικό κράτος, που αντανακλούσε την άποψη Ελλήνων και Ευρωπαίων πως τα μνημεία και η προστασία τους ήταν ο λόγος ύπαρξης του σύγχρονου ελληνικού κράτους⁴². Η ανάγκη αυτή φαίνεται άλλωστε ξεκάθαρα από το γεγονός πως στον προϋπολογισμό του Υπουργείου Παιδείας του 1853⁴³ συμπεριλαμβανόταν ένα ποσό της τάξεως των 10.000 δραχμών το χρόνο για την ανέγερση του μουσείου, ποσό ωστόσο ανεπαρκές για την ίδρυση ενός εθνικού αρχαιολογικού μουσείου. Έπρεπε λοιπόν να βρεθεί επείγοντως μια λύση που θα εξασφάλιζε την ανέγερση του μουσείου χωρίς να στηρίζεται στην οικονομική εισφορά του ελληνικού κράτους. Και αυτό όχι γιατί το ελληνικό κράτος δεν ήταν πρόθυμο να συνεισφέρει, αλλά επειδή τα οικονομικά της ελληνικής κυβέρνησης ήταν σε δεινή κατάσταση. Η λύση ήρθε κατά κάποιο τρόπο από τον Αλέξανδρο Ρίζο Ραγκαβή⁴⁴, ο οποίος στα 1856 τόνισε την ανάγκη η οικονομική βοήθεια για την ανέγερση αρχαιολογικού μουσείου να έρθει από τους ομογενείς του εξωτερικού, ιδέα η οποία υποστηρίχτηκε και από τους κρατικούς φορείς. Συγκεκριμένα, ο τότε Υπουργός Παιδείας Χ. Χριστόπουλος αναφέρει: «Επειδή η ανέγερσις οικοδομής εις κατάστημα Μουσείου αρχαιολογικού ελπίζεται να πραγματοποιηθή δι ιδιωτικών συνεισφορών και άλλων δωρημάτων, περιττόν εθεωρήθη να ζητηθεί και ο του παρόντος προϋπολογισμού η από ετών ζητούμενη προς τον σκοπόν τούτον πίστωσις εκ δραχμών 10.000»⁴⁵. Πράγματι αρκετοί πλούσιοι ομογενείς είδαν με μεγάλο ενδιαφέρον την προσπάθεια ανέγερσης μουσείου και συμμετείχαν με αρκετά γενναιόδωρες εισφορές⁴⁶.

⁴¹ Klenze 1838, 423-55.

⁴² Γκαζή 1999α, 46.

⁴³ Κόκκου 1977, 207.

⁴⁴ Ραγκαβής 1894-1930, 396-397.

⁴⁵ Ένωσις Σύρου, 1856 αρ. 233 στο Κόκκου 1977, 207.

⁴⁶ Η μεγαλύτερη εισφορά υπήρξε αυτή του Δ. Βερναδάκη ομογενή από την Πετρούπολη, οι δωρεές του οποίου για το αρχαιολογικό μουσείου (ποσό που ανερχόταν στις 200.000 δραχμές) αλλά και το Πανεπιστήμιο και την Κρητική Επανάσταση, τον ανέδειξαν σε έναν από τους μεγαλύτερους εθνικούς μας ευεργέτες).

Το πρώτο διάταγμα για το μουσείο συντάχθηκε στις 30 Ιουνίου του 1858 και έφερε την υπογραφή της βασίλισσας Αμαλίας⁴⁷. Με το διάταγμα αυτό καθοριζόταν τόσο η ανέγερση του Μουσείου όσο και η προκήρυξη αρχιτεκτονικού διαγωνισμού για τη σύνταξη των σχεδίων, με ισχύ ενός έτους, όχι όμως και η τοποθεσία στην οποία θα ανεγειρόταν το μουσείο. Μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα οι ενδιαφερόμενοι αρχιτέκτονες θα έπρεπε να καταθέσουν τις ιδέες τους στην ελληνική κυβέρνηση, η οποία ωστόσο με το διάταγμα του 1858 καθόριζε η ίδια το ποιές προϋποθέσεις θα έπρεπε να πληρεί το «Μουσείο Αρχαιοτήτων», όπως το ονόμαζαν στην προκειμένη φάση, δίνοντας επομένως την κατευθυντήρια γραμμή. Σύμφωνα με αυτές, η διάταξη του χώρου θα έπρεπε να δίνει τη δυνατότητα ώστε τα εκθέματα του μουσείου να εκτίθενται ανάλογα με την εποχή στην οποία ανήκαν, καθώς προβλεπόταν και χώρος για τα προπλάσματα των γλυπτών που βρίσκονταν σε άλλες χώρες (άρθ. 3). Επίσης σύμφωνα με το άρθρο 4 του διατάγματος τα σχέδια τα οποία θα κατέθεταν οι ενδιαφερόμενοι αρχιτέκτονες θα έπρεπε οπωσδήποτε να περιλαμβάνουν χώρο για βιβλιοθήκη, καθώς και αποθήκες που θα εξασφάλιζαν την ορθή φύλαξη των αρχαιολογικών ευρημάτων.

Οδηγίες για την ανοικοδόμηση του μουσείου δόθηκαν και από τον Α. Ρ. Ραγκαβή ένα μήνα ακριβώς μετά από τη δημοσίευση του διατάγματος, με σκοπό την αποσαφήνιση των άρθρων του διατάγματος του 1858. Τα θέματα στα οποία αφορούσαν οι οδηγίες ήταν η εξωτερική όψη του κτηρίου και πώς αυτή θα έπρεπε να συνάδει με την ιστορία του ελληνικού έθνους καθώς και με την άποψη των αρχαίων Ελλήνων περί «κάλλους». Το σημαντικότερο ήταν πως προβλεπόταν η καταλογογράφηση των έργων που είχαν ως τότε βρεθεί στην ελληνική επικράτεια καθώς και μία προσπάθεια κατάταξης των ευρημάτων αυτών σε περιόδους⁴⁸.

Τελικά υποβλήθηκαν δεκατέσσερα σχέδια, κανένα όμως από αυτά δεν υλοποιήθηκε καθώς θεωρήθηκε πως δεν ανταποκρίνονταν στην ελληνική πραγματικότητα της εποχής. Η απόφαση αυτή πάρθηκε από την Ακαδημία Εικαστικών Τεχνών του Μονάχου η οποία είχε αναλάβει την κρίση και την τελική επιλογή των σχεδίων⁴⁹.

Για μία ακόμη φορά το θέμα της ανοικοδόμησης εθνικού αρχαιολογικού μουσείου «πάγωσε» και το ζήτημα τέθηκε σε δεύτερη μοίρα. Η φλόγα όμως για την ανέγερση μουσείου δεν έσβησε ποτέ και χάρη στη βοήθεια της Αρχαιολογικής Εταιρείας, επιφανών μελών της αθηναϊκής κοινωνίας, αλλά και λογίων της εποχής, το ζήτημα σύντομα

⁴⁷ Βουδούρη 2003, 41-42.

⁴⁸ Ραγκαβής, 1894-1930, 389-99.

⁴⁹ Κόκκου 1977, 211-22.

ανακινήθηκε. Ξεκίνησε λοιπόν, στις αρχές του 1864, η επανεξέταση των σχεδίων που είχαν κατατεθεί κατά το διαγωνισμό του 1858. Τυχαία βρέθηκαν εκεί και τα σχέδια του αρχιτέκτονα Ludwig Lange, μέλους της Ακαδημίας του Μονάχου που ήταν υπεύθυνη για την επιλογή των σχεδίων του μουσείου. Ο Lange είχε αναλάβει, με δική του πρωτοβουλία, να σχεδιάσει το μουσείο όπως εκείνος το είχε οραματιστεί. Αυτό που προσπάθησε να κάνει ήταν να δώσει στο κτήριο τα χαρακτηριστικά μιας γλυπτοθήκης, με τις ανοικτές στοές και τις εσωτερικές αυλές (σχ. 2), παραβλέποντας τις συστάσεις οι οποίες αναφέρονταν στο «Οδηγίαι περί κατασκευής Μουσείου Αρχαιολογικού»⁵⁰. Επρόκειτο για μια ορθογωνική κάτοψη σε σχήμα σταυρού, που εκτεινόταν σε τρεις ορόφους. Ο Lange με το σχέδιό του προέβλεπε χώρους για τα γραφεία του προσωπικού, τα εργαστήρια, τη βιβλιοθήκη ακόμη και για αποθήκες, ενώ είχε οραματιστεί και τον τρόπο με τον οποίο θα παρουσιάζονταν τα εκθέματα ξεκινώντας από την «εποχή των ηρώων» και καταλήγοντας στα εκθέματα της βυζαντινής εποχής⁵¹. Το σχέδιο του Lange ήταν αυτό το οποίο τελικά εγκρίθηκε από μια ειδική επιτροπή που είχε εκ νέου συσταθεί για το σκοπό αυτό. Ανατέθηκε μάλιστα σε επιτροπή η επιμελητεία και η ανοικοδόμηση του μουσείου, και αποφασίστηκε να δοθεί στο μουσείο το όνομα του ευεργέτη Μπερναδάκη⁵², προς τιμήν της γενναιόδωρης προσφοράς του.

Και ενώ, για μία ακόμη φορά, όλα έδειχναν πως η ανέγερση του μουσείου είχε δρομολογηθεί, υπήρξαν και πάλι διαφωνίες. Οι περισσότερες από αυτές⁵³ περιστρέφονταν γύρω από την επιλογή της τοποθεσίας του Αγίου Αθανασίου στον Κεραμεικό ως ακατάλληλης για την ανέγερση εθνικού μουσείου. Προτάθηκαν πολλές άλλες τοποθεσίες όπως είναι η Βιβλιοθήκη του Αδριανού, ο χώρος απέναντι από τη Ριζάρειο Σχολή ακόμη και το οικοδομικό τετράγωνο Πανεπιστημίου και Σταδίου. Η λύση τελικά ήρθε το 1866, με τη δωρεά οικοπέδου από την Ελένη Τοσίτσα⁵⁴, η οποία είχε δωρίσει και το οικόπεδο όπου αργότερα ανεγέρθηκε το Πολυτεχνείο. Το οικόπεδο αυτό, συνολικής έκτασης 62.056 τετραγωνικών μέτρων έδωσε την πολυπόθητη λύση. Και για αυτήν την επιλογή πάντως υπήρξαν αντιδράσεις. Οι περισσότερες από αυτές είχαν ως

⁵⁰ Ραγκαβής, 1894-1930, 389-99.

⁵¹ Κόκκου 1977, 224-25.

⁵² ΒΔ της 16.3.1866 «Περί προσωνυμίας του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου», ΦΕΚ 22 στο Κόκκου 1977, 228.

⁵³ Ραγκαβής Γ', 1894-1930, 158. (Από τις εντονότερες αντιδράσεις υπήρξε αυτή του Ραγκαβή ο οποίος κατηγόρησε έντονα το σχέδιο του Lange ως ακατάλληλο για τη δημιουργία μουσείου.)

⁵⁴ ΒΔ της 19.3.1866 «Περί αποδοχής δωρεάς οικοπέδου της κ. Ελένης Τοσίτσα», ΦΕΚ 28. στο Βουδούρη 2003, 43.

βάση το γεγονός πως το οικόπεδο βρισκόταν σε χώρο αρκετά απομακρυσμένο από τον ιερό βράχο της Ακροπόλεως⁵⁵.

Σε διάστημα περίπου έξι μηνών από τη δωρεά της Ε. Τοσίτσα ξεκίνησαν οι εργασίες για την ανέγερση του Εθνικού Μουσείου μέσα σε πανηγυρικό κλίμα και με μία επίσημη τελετή στην οποία παραβρέθηκαν λόγιοι της εποχής. Την αποπεράτωση του μνημείου και την πραγματοποίηση των σχεδίων του Lange ανέλαβε ένας από τους αξιότερους Έλληνες αρχιτέκτονες της εποχής ο Παναγής Κάλκος. Οι εργασίες ξεκίνησαν, αλλά τα προβλήματα συνεχίστηκαν. Ένα από τα σημαντικότερα σε αυτή τη φάση ήταν ο οικονομικός παράγοντας. Οι δαπάνες για την ανέγερση του μουσείου άγγιζαν το ποσό των 700.000 δραχμών και τα μοναδικά έσοδα τα οποία υπήρχαν ήταν η δωρεά του Βερναδάκη, ποσό ωστόσο που εξαντλήθηκε αρκετά γρήγορα. Με τη βοήθεια όμως της Αρχαιολογικής Εταιρείας⁵⁶, του ελληνικού κράτους και κάποιων αξιόλογων δωρεών (με σημαίνουσα εκείνη που έγινε από το γιο του Βερναδάκη, Νικόλαο, ο οποίος προσέφερε 100.000 φράγκα), η ανοικοδόμηση συνεχίστηκε. Όμως ο αρχιτέκτονας Κάλκος απεβίωσε και η ανέγερση ανατέθηκε σε έναν άλλο εξέχοντα αρχιτέκτονα της εποχής τον Αρμόδιο Βλάχο⁵⁷, ενώ περίπου προς το τέλος της ανοικοδόμησης ένας ακόμη αρχιτέκτονας, ο Theophil Hansen, κλήθηκε να βοηθήσει. Ο συγκεκριμένος ωστόσο αρνήθηκε την πρόταση, καθώς δεν πίστευε πως τα σχέδια του Lange ήταν κατάλληλα για την ανέγερση μουσείου. Αντιπρότεινε στην ελληνική κυβέρνηση δικά του σχέδια για την ανέγερση μουσείου στη νότια πλευρά της Ακρόπολης αυτή τη φορά (σχ. 3), ένα σχέδιο που επίσης ναυάγησε για οικονομικούς λόγους.

Έπειτα από την άρνηση του Hansen, η ελληνική κυβέρνηση απευθύνθηκε σε έναν άλλο σπουδαίο αρχιτέκτονα και μαθητή του Hansen, τον Ernst Ziller, προκειμένου να αναλάβει την επίβλεψη και αποπεράτωση του μουσείου. Οι παρεμβάσεις του αρχιτέκτονα στα αρχικά σχέδια ήταν αρκετά εμφανείς και έδιναν στο μουσείο την όψη την οποία έχει διατηρήσει μέχρι σήμερα. Ο Ziller κατήγγησε, για λόγους ασφάλειας του χώρου, τα ιωνικά πρότυπα στις πλάγιες πτέρυγες καθώς με τον τρόπο αυτό θα δημιουργούνταν στο μουσείο τέσσερις αίθουσες. Επίσης, θεώρησε σκόπιμη τη μεγέθυνση των παραθύρων, ώστε οι αίθουσες να αποκτήσουν άπλετο φως. Παράλληλα, κατήγγησε τις ανοιχτές στοές

⁵⁵ Την ίδια περίοδο με τη δωρεά εξεδόθη εγκύκλιος στην οποία τονιζόταν πως η διδασκαλία ήταν ο πρώτιστος σκοπός της ιδρύσεως των μουσείων, γεγονός που μας δείχνει πως το ενδιαφέρον για την ίδρυση μουσείων άρχισε να αποκτά και διδακτικό χαρακτήρα αντί να νοείται απλώς χώρος φύλαξης αντικειμένων. Κόκκου 1977, 231-33.

⁵⁶ ΠΑΕ 1879, 20.

⁵⁷ ΒΔ της 3.12.1875 «Περί διορισμού αρχιτέκτονος επί της οικοδομής του εν Αθήναις Αρχαιολογικού μουσείου» ΦΕΚ 1,5 στο Κόκκου 1977, 238.

που είχε σχεδιάσει ο Lange γύρω από τις εσωτερικές αυλές και τοποθέτησε πολλά και μικρότερα δωμάτια. Η σημαντικότερη αλλαγή που οφείλεται στον Ziller αφορούσε την πρόσοψη του κτηρίου την οποία είχε σχεδιάσει ο Κάλκος. Προτιμήθηκε για την πρόσοψη ένα ιωνικό πρόπυλο το οποίο πλαισιώνει επιμήκης στοά, τα δυο άκρα της οποίας καταλήγουν σε μικρά ορθογώνια δωμάτια με αετωματική επίστεψη (σχ. 4).

Αυτό που έμενε πλέον να γίνει ήταν να μεταφερθούν στο μουσείο όλες οι συλλογές, οι οποίες μέχρι τότε βρίσκονταν διάσπαρτες στους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας καθώς και κάποια από τα σημαντικότερα έργα της επαρχίας, κάτι που είχε αρχίσει να γίνεται σταδιακά από το 1874. Παράλληλα, ζητήθηκε από την Αρχαιολογική Εταιρεία να παραδώσει όλα τα αρχαία τα οποία είχε αγοράσει καθώς αποτελούσαν κτήμα του εθνικού μουσείου⁵⁸. Συνακόλουθα εκδόθηκε νέο διάταγμα προκειμένου να κατατάξει όλα τα εκθέματα του μουσείου σε κατηγορίες⁵⁹, ρόλο τον οποίο επωμίστηκε ο Π. Καββαδίας (συλλογή γλυπτών, συλλογή πήλινων και χάλκινων αγαλμάτων, συλλογή αγγείων, συλλογή επιγραφών, συλλογή έργων προελληνικών χρόνων, συλλογή έργων αιγυπτιακής τέχνης). Οι συλλογές ήταν οργανωμένες με τυπολογική και χρονολογική σειρά. Κατ' αυτόν τον τρόπο, κάθε αίθουσα αντιπροσώπευε μία περίοδο της ελληνικής τέχνης. Είχε γίνει προσπάθεια να συνοδεύονται τα εκθέματα από κάποιες στοιχειώδεις πληροφορίες. Μια από αυτές ήταν να έχει κάθε αίθουσα τη δική της ονομασία, που γραφόταν με μεγάλα γράμματα στον τοίχο, ενώ θεωρήθηκε σημαντικό να έχουν οι προθήκες τίτλους καθώς επίσης πολλά από τα εκθέματα να συνοδεύονται από λεζάντες. Το μουσείο ήταν ανοιχτό καθημερινά πρωί και απόγευμα⁶⁰.

Πολύ γρήγορα όμως φάνηκε η αδυναμία του νέου μουσείου να εξυπηρετήσει όλον αυτόν τον όγκο των εκθεμάτων, από τη στιγμή μάλιστα που διάταγμα του 1910 ανέφερε επίσημα πως έπρεπε να κατατίθενται στο μουσείο όλα τα ευρήματα της Αττικής καθώς και τα σπουδαιότερα έργα των επαρχιών όπως και ό,τι προερχόταν από δωρεές ή αγορές⁶¹.

Στις αρχές του 20ού αιώνα, μία νέα πτέρυγα με τρεις αίθουσες προστέθηκε στην ανατολική πλευρά του μουσείου (σχ. 5), ενώ περίπου τριάντα χρόνια αργότερα (1932-1939) χτίστηκε διώροφο κτήριο για την κάλυψη των αναγκών⁶² (σχ. 6). Δεν έμελλε όμως να πραγματοποιηθεί η νέα έκθεση των αρχαίων στο τμήμα αυτό, καθώς ξέσπασε ο

⁵⁸ ΠΑΕ 1893, 24.

⁵⁹ ΒΔ της 31.7.1893 «Περί διοργανισμού του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου» ΦΕΚ Α' 152 στο Κόκκου 1977, 249.

⁶⁰ Γκαζή 1999^α, 44.

⁶¹ Κόκκου 1977, 250.

⁶² Κόκκου, 1977, 252.

πόλεμος τον Οκτώβριο του 1940. Προκειμένου το πολύτιμο περιεχόμενό του Μουσείου να προστατευθεί από τους βομβαρδισμούς, πραγματοποιήθηκαν μεγάλης κλίμακας εργασίες απόκρυψης, οι οποίες κράτησαν περίπου έξι μήνες. Τα περισσότερα από τα γλυπτά και τα αγγεία των συλλογών αποκρύφτηκαν στα υπόγεια του ίδιου του μουσείου. Τα κεραμικά εγκιβωτίστηκαν σε ξύλινα κιβώτια, ενώ τα χάλκινα σε ειδικά κιβώτια με μόνωση κατά της υγρασίας. Για την απόκρυψη των μεγάλων μαρμάρινων αγαλμάτων ανοίχθηκαν μεγάλοι λάκκοι κάτω από τους εκθεσιακούς χώρους με αποτέλεσμα να καταστραφούν τα περίτεχνα μωσαϊκά δάπεδα του κτηρίου⁶³. Με την αποχώρηση των στρατευμάτων κατοχής ξεκίνησαν και οι διαδικασίες αποκατάστασης του κτηρίου, παράλληλα με αυτές της αποκάλυψης των αρχαίων και της επανέκθεσής τους.

Το 1950 εγκαινιάστηκε μια πρώτη προσωρινή έκθεση σε έξι αίθουσες του μουσείου. Η μόνιμη έκθεση των συλλογών του πραγματοποιήθηκε από το 1950 έως το 1966. Οι συλλογές και ο τρόπος έκθεσής τους παρέμειναν, για περίπου σαράντα χρόνια, με εκείνη τη μορφή αν και κατά διαστήματα γίνονταν μικροεπεμβάσεις.

Η ανάγκη επανέκθεσης του μουσείου ήταν αισθητή από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Το 1994 πραγματοποιήθηκε η επανέκθεση της Αιγυπτιακής συλλογής, το 1996 των ρωμαϊκών γλυπτών και το 2000 της συλλογής Σταθάτου. Η πρώτη ουσιαστική και μεγάλης έκτασης επανέκθεση στον κύριο κορμό των μόνιμων εκθεσιακών χώρων επιχειρήθηκε το 2000 στη συλλογή γλυπτών, και συγκεκριμένα στη βόρεια πτέρυγα όπου βρισκόταν η γλυπτική των αρχαϊκών και πρώιμων κλασικών χρόνων. Με αφορμή τις ζημιές που προκλήθηκαν στο κτήριο από το σεισμό του Σεπτεμβρίου του 1999, εκπονήθηκε μελέτη ανακαίνισης του Μουσείου, καθώς και επανέκθεσης των συλλογών του. Το συνολικό εκθεσιακό πρόγραμμα καταστρώθηκε το 2002 και υλοποιήθηκε από το 2003 έως το 2005⁶⁴. Συγκεκριμένα, τον Ιούλιο του 2004 επανεκτέθηκε η συλλογή των γλυπτών και τον Ιούνιο του 2005 οι συλλογές μικροτεχνίας, των χάλκινων εκθεμάτων και η συλλογή της Θήρας. Οι εργασίες όμως δε σταματούν εδώ καθώς προβλέπεται και η επανέκθεση της αιγυπτιακής συλλογής, της συλλογής Σταθάτου και Βλαστού, ειδωλίων και ελληνιστικών ευρημάτων μέσα στο 2007.

Σήμερα το μουσείο αποτελείται από 56 αίθουσες που εκτείνονται στο ισόγειο και τον πρώτο όροφο του κτηρίου. Στο ισόγειο (αιθ. 1-47) παρουσιάζονται οι προϊστορικές συλλογές, η συλλογή γλυπτών και χαλκών και η συλλογή αγγείων και μικροτεχνίας (βλ. παράρτημα 1). Παράλληλα, στο ισόγειο προβλέπεται χώρος για περιοδικές εκθέσεις ενώ

⁶³ Κόκκου 1977, 252-58.

⁶⁴ Καλτσάς 2005, 6-7.

υπάρχουν και δύο αίθουσες διαλέξεων. Στον πρώτο όροφο παρουσιάζεται και πάλι η προϊστορική συλλογή (αιθ. 48) καθώς επίσης και εκθέματα από τη συλλογή αγγείων και μικροτεχνίας (αιθ. 49-56). Στο υπόγειο του μουσείου παρουσιάζονται κάποια από τα γλυπτά του ναυαγίου των Αντικυθήρων και διαφόρων άλλων εποχών. Υπάρχει επίσης εσωτερικός κήπος και χώροι όπου στεγάζονται το κυλικείο, το πωλητήριο και οι τουαλέτες του μουσείου.

Γεγονός λοιπόν είναι πως το ΕΑΜ λειτουργεί και προσφέρει τις υπηρεσίες του στο κοινό για περισσότερο από ένα αιώνα. Η ίδρυση του στα τέλη του 19^{ου} αιώνα συμφωνούσε απόλυτα με τις ανάγκες, τις ιστορικές συγκυρίες και τις μουσειολογικές αντιλήψεις της εποχής⁶⁵. Επρόκειτο για ένα παραδοσιακό εθνικό μουσείο, το οποίο προέβαλλε την ιστορία του έθνους, προστάτευε την εθνική κληρονομιά ασκώντας εθνικό παιδευτικό ρόλο. Η συνειδητοποίηση ωστόσο του ανερχόμενου κοινωνικού ρόλου των μουσείων στο πλαίσιο της εκπαίδευσης και εξέλιξης της κοινότητας σε συνδυασμό με τις νέες αντιλήψεις και εξελίξεις⁶⁶ επηρέασαν και το χώρο των μουσείων με αποτέλεσμα αυτά να προσπαθήσουν να προσαρμοστούν στις νέες κοινωνικές συνθήκες και να αναπτύξουν εκείνη την επικοινωνιακή πολιτική που θα τα έφερνε σε επαφή με το κοινό τους. Πλέον το μουσείο καλείται να αφήσει πίσω του τις παραδοσιακές αντιλήψεις που υπηρετούσε και να αποδώσει στον εαυτό του έναν πιο πολυδύναστο ρόλο. Μέσα από τις επικοινωνιακές θεωρίες θα προσπαθήσουμε μα δούμε την εξέλιξη του ΕΑΜ και κατά πόσο αυτό τελικά προσαρμόστηκε στα νέα δεδομένα.

⁶⁵ Νάκου 2001, 111-125.

⁶⁶ Οι νέες επιστημολογικές απόψεις ήθελαν την πραγματικότητα ως μη απλή και αυτή θεωρήθηκε σύνθετη, με πολύπλοκη δομή λειτουργία και διασυνδέσεις. Τα αντικείμενα άρχισαν να μελετώνται και να ερμηνεύονται με βάση τις πολύπλευρες σχέσεις τους με τις κοινωνικές διστάσεις της ανθρώπινης πραγματικότητας και έτσι τα πράγματα απέκτησαν σύνθετες σημασίες και πολλαπλά νοήματα. Βλ. Νάκου 2001, 125.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

3.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ

Η επικοινωνία είναι μια από τις θεμελιώδεις λειτουργίες των μουσείων. Συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών, μηνυμάτων και εμπειριών με σαφή, αποτελεσματικό και ευχάριστο τρόπο, σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα, με ποικίλες προσδοκίες, αναζητήσεις και ενδιαφέροντα. Συνδέεται άμεσα με τις υπόλοιπες λειτουργίες του μουσείου (όπως έρευνα, συλλογή, διαχείριση αντικειμένων κ.α.), καθορίζει τη δημόσια εικόνα του, επηρεάζει τις αντιλήψεις και τη στάση των ανθρώπων προς αυτό και συνεπώς την απόφαση τους να το επισκεφτούν ή όχι, αλλά και τη συνολική εμπειρία της επίσκεψης εφόσον το επισκεφτούν. Τα μουσεία μπορεί να εκληφθούν ως ένα σύστημα μαζικής επικοινωνίας. Τα συστήματα μαζικής επικοινωνίας είναι αφύσικες μορφές επικοινωνίας διότι στη διαδικασία της επικοινωνίας υπεισέρχεται ο παράγοντας της απόστασης. Άρα γεννιούνται πολλά ερωτηματικά για το αν και κατά πόσο το εκάστοτε μήνυμα που στέλνει ένας πομπός έχει φτάσει στον αποδέκτη και αν έχει γίνει πλήρως αντιληπτό. Στα μαζικά συστήματα επικοινωνίας τα περιθώρια ανάδρασης, δηλαδή άμεσης ανταπόκρισης από τον δέκτη και στη συνέχεια νέας επικοινωνίας από τον πομπό, είναι ελάχιστα. Η επικοινωνία γίνεται σε μονόδρομο, όχι αμφίδρομο. Αντίθετα, η φυσική επικοινωνία γίνεται σε πρώτο πρόσωπο, στηρίζεται στις δυνατότητες συνεχών παρεμβάσεων και από τις δυο πλευρές, οπότε τα προβλήματα παρερμηνείας μπορούν να επιλυθούν επί τόπου και δια ζώσης⁶⁷.

Οι νέες τάσεις στη μελέτη και ανάλυση των μουσείων υποδεικνύουν πως οι συλλογές ναι μεν έχουν τον κυρίαρχο ρόλο στους μουσειακούς οργανισμούς αλλά η ζωογόνο δύναμή τους είναι οι ίδιοι οι επισκέπτες τους. Ο επαναπροσδιορισμός των μουσείων εντάσσεται μέσα στο γενικότερο πλαίσιο αναζητήσεων της μεταμοντέρνας εποχής. Παραδοσιακά το μουσείο θεωρείτο χώρος ιερός, όπου φυλάσσονται αυθεντικά αντικείμενα, έργα τέχνης και τεχνολογίας, τεκμήρια ιστορία. Πρόκειται για μια αντίληψη η οποία έχει σχέση με την ιστορία και τη γενεαλογία του μουσείου και της συλλογής. Τα αντικείμενα θεωρούνται φορείς γνώσης, την οποία μπορούν να μεταδώσουν με μόνο μέσο την επιστημονικά επιβεβαιωμένη αυθεντικότητά τους. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, δε δίνεται πάντοτε προτεραιότητα και έμφαση στην κριτική ανάλυση του ρόλου του μουσείου και της σημασία του λόγου του. Αποδίδεται επομένως δευτερεύουσα θέση στην ερμηνευτική διαδικασία που συντελείται εντός του

⁶⁷ Hodge Souza, 1979, 146.

μουσείου και στον προβληματισμό σε σχέση με τα ηθελημένα ή αθέλητα μηνύματα που αυτό εκπέμπει. Ο τρόπος αυτός προσέγγισης των μουσείων τα τελευταία χρόνια έχει αναθεωρηθεί και το μουσείο πλέον καλείται να ξεπεράσει τις παραδοσιακές αντιλήψεις και μέσα από τη συνειδητοποίηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη μορφή και τις αποφάσεις του, να αποδώσει στον εαυτό του ένα νέο πιο πολυδιάστατο ρόλο. Η συνεργασία και η αλληλεπίδραση με το κοινό του αποτελεί ένα βασικό παράγοντα για την ολοκλήρωση της νέας αυτής προσέγγισης⁶⁸. Ενδεικτικό αυτής της τάσης είναι η καθιέρωση από κάποια μουσεία της θέσης του *συνηγόρου του κοινού*, ο οποίος δρα ως αντιπρόσωπος των επισκεπτών και ο ρόλος του είναι να φροντίζει ώστε οι ανάγκες και τα ενδιαφέροντα τους να λαμβάνονται υπόψη από το μουσείο σε όλα τα στάδια ανάπτυξης νέων χώρων, εκθέσεων ή προγραμμάτων⁶⁹.

Χαρακτηριστικός των νέων αντιλήψεων είναι ο ορισμός που έδωσε το 1998 η Ένωση Μουσείων της Βρετανίας, (σε αντικατάσταση εκείνου που είχε υιοθετηθεί πριν από περίπου 20 χρόνια⁷⁰), εκφράζοντας τη μετάθεση του ενδιαφέροντος της μουσειακής κοινότητας από τα αντικείμενα στους ανθρώπους και τη διάθεση του μουσείου να βελτιώσει την επικοινωνία του με το υπάρχον κοινό, καθώς και να διευρύνει τη βάση των επισκεπτών του. Ο ορισμός αυτός έχει ως εξής: *Τα μουσεία δίνουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν συλλογές και να αντλούν έμπνευση, γνώση και ευχαρίστηση. Είναι ιδρύματα που συλλέγουν, προστατεύουν και κάνουν προσιτά αντικείμενα και δείγματα του φυσικού κόσμου, τα οποία φυλάσσουν προς όφελος της κοινωνία*. Βλέπουμε λοιπόν πως τα μουσεία εκτός από την παροχή γνώσης στο κοινό τους θέτουν ακόμη έναν παράγοντα. Μέλημά τους λοιπόν είναι να αποτελέσουν και χώρο έμπνευσης, ευχαρίστησης και ψυχαγωγίας, ενώ σκοπός τους είναι πλέον να ξεπεράσουν τις παραδοσιακές αντιλήψεις που τα χαρακτήριζαν και να αποκτήσουν έναν πιο πολυδιάστατο ρόλο.

Η έννοια της επικοινωνίας όμως δε περιορίζεται στις δραστηριότητες που μπορούν να οργανωθούν από ένα μουσειακό οργανισμό. Θα πρέπει να αποτελεί τη βάση της ιδεολογίας του μουσείου, και επομένως να επηρεάζει όλες τις αποφάσεις που λαμβάνονται σε όλα τα στάδια και τα επίπεδα της διαχείρισης και διοίκησης του ιδρύματος. Η πρόκληση που τα μουσεία αντιμετωπίζουν σήμερα είναι να συνδυάσουν αποτελεσματικά όλες τις παραδοσιακές αξίες του μουσείου ως οργανισμού, με το ενδιαφέρον για την ενεργό και

⁶⁸ Μούλιου και Μπούνια, 1999, 53.

⁶⁹ Γκαζή 2004, 10.

⁷⁰ «Μουσείο είναι ένα ίδρυμα που συλλέγει, τεκμηριώνει, διατηρεί εκθέματα και ερμηνεύει υλικές μαρτυρίες και τις σχετικές πληροφορίες προς δημόσιο όφελος»

αμφίδρομη συνεργασία με όλους τους κοινωνικούς φορείς. Ο στόχος θα είναι να εδραιωθεί μέσα στην κοινωνική συνείδηση η σημασία του μουσείου ως φορέα αξιών και ποιότητας⁷¹.

Συμμεριζόμενοι την άποψη που θέλει τα μουσεία να υπάρχουν όχι μόνο για να προστατεύουν αλλά και για να επικοινωνούν την πολιτιστική κληρονομιά⁷², θα δούμε πως η επικοινωνία καθίσταται πράγματι μία από τις θεμελιώδεις λειτουργίες του, και πως μπορεί να βοηθήσει το μουσείο να μην αντιμετωπίζεται ως οργανισμός με μοναδικό προορισμό τη φύλαξη των αντικειμένων, αλλά ως οργανισμός με προορισμό τη δημιουργία ενός υψηλότερου επίπεδου ζωής για όλους.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στις εκπαιδευτικές και τις επικοινωνιακές θεωρίες που επηρεάζουν άμεσα την επικοινωνιακή πολιτική και στρατηγική ενός μουσείου, ώστε έπειτα να παρουσιάσουμε την εφαρμογή του λεγόμενου «ολιστικού μοντέλου επικοινωνίας» στα μουσεία τόσο στη θεωρία όσο και στην πράξη.

3.2 Η ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΜΕΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΗΣ ΜΟΥΣΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ

Πριν περάσουμε στις εκπαιδευτικές θεωρίες, σκόπιμο θα ήταν να δούμε έναν πολύ βασικό παράγοντα που έχει επηρεάσει άμεσα τον επαναπροσδιορισμό του ρόλου των μουσείων και δεν είναι άλλος από το κοινό των μουσείων, τα κίνητρα και τους παράγοντες εκείνους που θα επηρεάσουν τελικά τη μουσειακή επίσκεψη στο σύνολο της. Σειρά από μελέτες έχουν ως σκοπό να δουν το ποιος είναι ο πραγματικός λόγος που επισκέπτονται οι άνθρωποι τα μουσεία, αλλά και τελικά ποιο είναι αυτό το κοινό που επιλέγει να τα επισκεφθεί.

Όσον αφορά στην εμπειρία της επίσκεψης στο μουσείο μπορούμε να πούμε πως πρόκειται για μία σύνθετη διαδικασία που επηρεάζεται από αρκετούς παράγοντες. Σύμφωνα με την μελέτη των John Falk και Lynn Dierking⁷³, οι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική έκβαση και την επιτυχία μιας μουσειακής επίσκεψης και καθορίζουν τις εμπειρίες των επισκεπτών είναι οι εξής:

Ο προσωπικός παράγοντας: Εξαρτάται από τους επισκέπτες, οι οποίοι δεν αποτελούν μια ομοιογενή μάζα ανθρώπων, αλλά αντίθετα έχουν διαφορετικές γνώσεις, εμπειρίες, ανάγκες, προσδοκίες, εκπαιδευτικό υπόβαθρο και στόχους για τη μουσειακή επίσκεψη.

⁷¹ Μούλιου και Μπούνια 1999β, 42.

⁷² Hodge και Souza 1979, 146.

⁷³ Falk και Dierking 1992, 1-7.

Ο κοινωνικός παράγοντας: Εξαρτάται από το κοινωνικό προφίλ της μουσειακής επίσκεψης, δηλαδή από το αν η μουσειακή επίσκεψη πραγματοποιείται μαζί με μια ομάδα ή όχι. Ρόλο επίσης παίζει η ηλικία και οι γνώσεις των ανθρώπων που μας συνοδεύουν στην επίσκεψη, ενώ σημαντική επιρροή μπορεί να ασκήσει και το υπόλοιπο πλήθος των επισκεπτών που βρίσκεται μέσα στον εκθεσιακό χώρο τη δεδομένη στιγμή της επίσκεψης.

Ο φυσικός παράγοντας: Εξαρτάται από το σύνολο των στοιχείων που διαμορφώνουν το χώρο μιας έκθεσης, τα αντικείμενα που εκτίθενται, τη φυσιογνωμία του κτηρίου και των εσωτερικών χώρων του.

Και οι τρεις αυτές κατηγορίες είναι ισοβαρείς για τον τελικό σχεδιασμό μιας έκθεσης. Για αυτό το λόγο κρίνεται σκόπιμο οι επιμελητές των εκθέσεων να τις αντιμετωπίζουν ισάξια προκειμένου να θεωρείται πραγματικά επιτυχημένη μια έκθεση. Τόσο ο καθένας από τους παραπάνω παράγοντες ξεχωριστά όσο και οι τρεις μαζί έχουν άμεση επίδραση στο πώς θα βιώσουν το μουσείο οι επισκέπτες, στην εικόνα που θα σχηματίσουν για τις συλλογές, στη συμπεριφορά τους και στο είδος της μάθησης που ενδεχομένως θα αποκομίσουν.

Το πώς σκέφτονται, αισθάνονται και συμπεριφέρονται οι επισκέπτες κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, αλλά και η «ταυτότητα» αυτών των επισκεπτών αφορά άμεσα τα μουσεία. Η ποικιλία στις ομάδες των επισκεπτών ενός μουσείου καθιστά ακόμη πιο δύσκολο το επικοινωνιακό του έργο, καθώς καλείται να ανταποκριθεί σε όλες τις απαιτήσεις του κοινού του. Μελέτες⁷⁴ για την επικοινωνία των μουσείων εντόπισαν τέσσερις βασικές κύριες ομάδες επισκεπτών: τους επισκέπτες που έρχονται μόνοι τους, τους επισκέπτες που έρχονται σε ζεύγη, τις ομάδες ενηλίκων και τις ομάδες ενηλίκων με παιδιά. Οι έρευνες⁷⁵ έχουν δείξει πως αν και η μάθηση αποτελεί σημαντικό συστατικό της επίσκεψης στο μουσείο, η συντριπτική πλειονότητα των επισκεπτών αντιλαμβάνεται την επίσκεψη ως μια κοινωνική δραστηριότητα που γίνεται με τη θέλησή τους στον ελεύθερό τους χρόνο. Αυτό σημαίνει πως ο ίδιος ο χώρος του μουσείου και οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις εντός της ομάδας είναι εξίσου σημαντικές με το περιεχόμενο των εκθέσεων. Τα εκθέματα του μουσείου αποτελούν ένα σκηνικό, μπροστά στο οποίο οι επισκέπτες παίζουν τους κοινωνικούς τους ρόλους, ενώ ταυτόχρονα μαθαίνουν και για αυτά. Με βάση τα παραπάνω μπορούμε να συνειδητοποιήσουμε πως η ανιαρή εικόνα των μουσείων αποτρέπει την επίσκεψη πολλών και ότι ακόμη και εκείνοι που τελικά τα επισκέπτονται, συχνά δε δίνουν την ανάλογη προσοχή. Η διαπίστωση αυτή είχε ως αποτέλεσμα τη ριζοσπαστική αναθεώρηση του τρόπου με τον οποίο τα μουσεία προσεγγίζουν το κοινό τους. Κύριο μέλημα της πρακτικής του μουσείου είναι η κατανόηση των

⁷⁴ Merriman, 1999, 72-73.

⁷⁵ Merriman, 1999, 72-73.

προκαταλήψεων και των αναγκών τόσο των επισκεπτών όσο και των μη επισκεπτών, όπως το να ακουμπούν τα εκθέματα, αποτελούν βασικό παράγοντα στο σχεδιασμό των εκθεμάτων και των άλλων ερμηνευτικών μέσων. Οι ίδιες οι μελέτες άλλωστε που ασχολήθηκαν με το τον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται τις μουσειακές εκθέσεις και με το τι θα ήθελαν να βλέπουν σε αυτές, δείχνουν ότι οι παρουσιάσεις εκείνες που παρέχουν πληροφορίες για τους ανθρώπους και τη ζωή τους, που έχουν προσωπικό χαρακτήρα και δε παραθέτουν απλώς γεγονότα είναι και οι πιο δημοφιλείς⁷⁶.

Συγκεκριμένα στα αρχαιολογικά μουσεία οι επισκέπτες φαίνεται να εκτιμούν τα γραφικά, τις φωτογραφίες, τις βιντεοταινίες που δείχνουν πού και πώς βρέθηκαν τα αντικείμενα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρατηρείται για οπτικές πληροφορίες για εκείνα τα αρχαιολογικά στοιχεία που δε μπορούν να εκτεθούν στο μουσείο, όπως κτήρια, περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά και σχέδια πόλεων. Το ενδιαφέρον του κοινού δείχνει επίσης να επικεντρώνεται σε πληροφορίες για το πώς φτιάχτηκαν και χρησιμοποιήθηκαν τα αντικείμενα (π.χ. αγγεία), ενώ διαδραστικά μέσα μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν σε εκθέσεις για να ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών⁷⁷.

3.3 ΠΕΡΙ ΜΑΘΗΣΗΣ

Τα τελευταία χρόνια σημειώθηκαν σημαντικές εξελίξεις στις εκπαιδευτικές θεωρίες και πρακτικές, με σημαντικότερη την εδραίωση της έννοιας της διά βίου εκπαίδευσης⁷⁸, καθώς και την κατανόηση της διαδικασίας της μάθησης. Ακολουθώντας την κονστρουκτιβιστική θεωρία περί μάθησης θα συνειδητοποιήσουμε πως η διαδικασία της μάθησης δεν αφορά μόνο στην απόκτηση γνωστικών δεδομένων, αλλά σχετίζεται άμεσα με τη δόμηση ατομικών και συλλογικών ιδεών και σημασιών. Παράλληλα, μοιάζει να εξαρτάται από ένα συνδυασμό διαφόρων παραγόντων, περιβαλλοντικών, κοινωνικών, εκπαιδευτικών, ενώ σε καμία περίπτωση η μάθηση δε μπορεί να αξιολογηθεί με βάση το αν και κατά πόσο οι επισκέπτες μιας έκθεσης κατάφεραν να μάθουν τα δεδομένα που τους παρέχει η έκθεση, διότι είναι πολύ πιθανό η γνώση να παράγεται μέσω άλλων μορφών μάθησης.

⁷⁶ Οικονόμου 1999, 51-52.

⁷⁷ Οικονόμου 1996, 127-139 στο Οικονόμου 1999, 50-55.

⁷⁸ Durbin 1996, 25.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΜΑΘΗΣΗ

Η μάθηση είναι μια σύνθετη διαδικασία και αυτό ακριβώς καθιστά πολύ δύσκολη την ερμηνεία της, πόσο μάλλον έναν κοινώς αποδεκτό ορισμό. Υπάρχουν πολλές θεωρίες τόσο για την χρησιμότητα της, για το ρόλο της, ακόμη και για τον τρόπο εφαρμογής της σε μουσεία και εκθέσεις. Ας δούμε ορισμένες από αυτές.

Σύμφωνα με την Hooper-Greenhill, «Η μάθηση περιλαμβάνει πολλές διαδικασίες. Οι πιο βασικές είναι η αντίληψη και η μνήμη. Η αντίληψη επηρεάζεται κυρίως από προηγούμενες εμπειρίες-βλέπουμε αυτό που γνωρίζουμε και αναγνωρίζουμε. Η μάθηση επηρεάζεται από κίνητρα και συμπεριφορές, από προηγούμενες εμπειρίες, από το πολιτιστικό υπόβαθρο και όσον αφορά στα μουσεία από τον τρόπο παρουσίασης. Όταν μιλάμε για μάθηση στα μουσεία δε μιλάμε μόνο για μάθηση δεδομένων αλλά εξίσου εμπειριών και συναισθημάτων. Η μάθηση αυτή περιλαμβάνει προσωπική προσπάθεια αλλά είναι επίσης και μια κοινωνική εμπειρία. Αυτή η κοινωνική εμπειρία είναι που αποτυπώνεται καλύτερα στη μνήμη του επισκέπτη⁷⁹».

Κατά τον Hein⁸⁰, «η μάθηση είναι μια ενεργή διαδικασία κατά την οποία οι μαθητευόμενοι εισαγάγουν γνώση και δομούν νοήματα μέσα από αυτά... Οι άνθρωποι μαθαίνουν το πώς να μαθαίνουν μέσα από τις ίδιες τις διαδικασίες μάθησης: η μάθηση αποτελείται τόσο από δομημένα νοήματα όσο και από δομημένα συστήματα νοήματος... Η ουσιαστική ενέργεια της δόμησης του νοήματος είναι πνευματική: συμβαίνει μέσα στο μυαλό. Φυσικές ενέργειες, απτικές (hands-on) εμπειρίες, είναι πολύ σημαντικές για τη μάθηση κυρίως σε μικρά παιδιά, αλλά δεν είναι επαρκείς χρειάζεται να προωθηθούν δραστηριότητες οι οποίες θα περιλαμβάνουν τόσο το μυαλό όσο και τη διαδικασία της αφής... Η μάθηση περιλαμβάνει τη γλώσσα: η γλώσσα που χρησιμοποιούμε επηρεάζει τη μάθηση... Η μάθηση είναι μια κοινωνική δραστηριότητα: η μάθησή μας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη σχέση μας με τους άλλους ανθρώπους, με τους δασκάλους μας, τους συναδέλφους μας, την οικογένεια μας, τους γνωστούς μας, ακόμη και τους άλλους επισκέπτες μια έκθεσης... Η μάθηση προκύπτει από τα συμφραζόμενα: δε μαθαίνουμε απομονωμένα γεγονότα και θεωρίες αποκομμένα από την υπόλοιπη ζωή μας, αλλά αυτό που μαθαίνουμε εξαρτάται άμεσα από όσα ήδη γνωρίζουμε, πιστεύουμε, φοβόμαστε... Χρειάζεται γνώση για να μάθεις: δεν είναι δυνατόν να αφομοιώσεις νέα γνώση χωρίς να έχεις κάποια βάση από προηγούμενη ώστε να στηριχτείς πάνω σε αυτήν.. Χρειάζεται χρόνος για να μάθεις: η γνώση δεν είναι στιγμιαία... Το κίνητρο είναι το σπουδαιότερο στη μάθηση».

⁷⁹ Hooper-Greenhill 1999, 21.

⁸⁰ Hein 1991, 90-91.

Σύμφωνα με τους Falk και Dierking⁸¹, η μάθηση «είναι μια ενεργή διαδικασία συγκέντρωσης πληροφοριών, μια διαδικασία υλοποίησης αυτής της πληροφορίας, οι εσωτερικές γνωστικές δομές, τα γνωστά ως σχήματα... Η διαδικασία της γνώσης θα μπορούσε να περιλαμβάνει επτά σημαντικούς παράγοντες: την ήδη υπάρχουσα γνώση και εμπειρία, καταναγκαστικές εμπειρίες, κίνητρα και συμπεριφορές, κουλτούρα, κοινωνικό διαλογισμό, σχέδιο και παρουσίαση και τον φυσικό παράγοντα. Προκειμένου να κατανοήσει κάποιος πλήρως τη φύση της διαδικασίας της μάθησης στα μουσεία απαιτείται πρώτα μια κατανόηση του ρόλου καθενός από τα επτά αυτά στοιχεία ξεχωριστά.»

Ένας πιο πρόσφατος ορισμός για τη μάθηση συνοψίζεται στα εξής: «Η μάθηση είναι μια διαδικασία που σχετίζεται άμεσα με την εμπειρία. Κατ' ουσία, αποτελεί αυτό που πραγματοποιούν οι άνθρωποι στο πλαίσιο της προσπάθειας τους για την κατανόηση του κόσμου γύρω τους. Μπορεί να αφορά στην αύξηση ή περαιτέρω καλλιέργεια γνώσεων, κατανόησης αξιών, συναισθημάτων, προσεγγίσεων και αναστοχαστικών σκέψεων. Η αποτελεσματική μάθηση οδηγεί σε αλλαγές, εξελίξεις και επιθυμία για περαιτέρω μάθηση». Σύμφωνα με μελέτη⁸² που αφορά στην αξιολόγηση του συνόλου της μαθησιακής διαδικασίας που λαμβάνει χώρα σε πολιτιστικούς οργανισμούς, πέντε είναι οι βασικές κατηγορίες βάσει των οποίων θα πρέπει να επιχειρείται μια εκπαιδευτική αξιολόγηση και κατ' επέκταση η διαμόρφωση μελλοντικών προγραμμάτων, εκθέσεων και άλλων δράσεων με στόχο τη μάθηση. Συγκεκριμένα:

Γνώση και κατανόηση

- Επιστημονική
- Διεπιστημονική
- Για συγκεκριμένα αντικείμενα, έγγραφα, βιβλία
- Για συγκεκριμένους χώρους
- Για την οικογενειακή ιστορία

Δεξιότητες

- Επί γνωστικού αντικείμενου
- Επί θεσμικών φορέων (π.χ. πώς να χρησιμοποιηθούν βιβλιοθήκες, μουσεία)
- Πρακτικές
- Ομαδικές(συμμετοχή σε ομάδες)

| ⁸¹ Falk και Dierking 1995,11.

⁸² Resource 2002, www.resource.gov.uk (τελευταία ενημ. 10/10/2004).

- Βασικές (επικοινωνία, ανάγνωση)
- Συναισθηματικές (διαχείριση άγχους)

Αξίες, αντιλήψεις, συναισθήματα, συμπεριφορές

- Προσδιορισμός στόχων και κινήτρων
- Αυτοπεποίθηση, αυτοεκτίμηση
- Ανεξαρτησία και ένταξη στην κοινότητα
- Ανοχή και κατανόηση άλλων πολιτισμικών αξιών.

Δημιουργικότητα, έμπνευση, ψυχαγωγία

- Προσωπική ανάπτυξη
- Ψυχαγωγία
- Γένεση νέων ιδεών και δραστηριοτήτων
- Εφευρετικότητα
- Πειραματισμός

Συμπεριφορές

- Εντατικοποίηση κάποιων δραστηριοτήτων (διάβασμα, αρχειακή έρευνα)
- Ανάληψη διαφορετικών δραστηριοτήτων
- Ένταξη σε ομάδες και συνεργασία
- Απασχόληση και πρακτική εξάσκηση

ΤΡΟΠΟΙ ΜΑΘΗΣΗΣ

Συνήθως θυμόμαστε...	Είδος Απασχόλησης	Μαθησιακή μέθοδος και βαθμός εμπλοκής
Ό,τι διαβάζουμε κατά 10%	Διάβασμα	Συμβολική
Ό,τι ακούμε κατά 20%	Ακρόαση	Αφηρημένη Παθητική
Ό,τι βλέπουμε κατά 30%	Θέαση εικόνων Θέαση αντικειμένων Παρακολούθηση ενός φιλμ Θέαση ενός διοράματος Παρακολούθηση μιας επίδειξης ή ενός θεατρικού έργου	Εικονική Παθητική
Ό,τι λέμε κατά 70%	Συμμετοχή σε συζήτηση Διάλεξη	Αναπαραστατική
Ό,τι λέμε και κάνουμε κατά 90%	Συμμετοχή σε επίδειξη Μελέτη, χρήση αντικειμένων και συζήτηση για αυτά Χρήση διαδραστικών εκθεμάτων και δωματιών ανακάλυψης (discovery rooms) Συμμετοχή σε δραματοποίηση	Πειραματική Ενεργητική Αναπαραστατική

Με βάση τα παραπάνω μπορούμε να καταλάβουμε πως η μάθηση είναι μια διαδικασία που σχετίζεται άμεσα με την εμπειρία. Η κατάκτηση της γνώσης και η πραγματική διαδικασία της μάθησης πραγματοποιείται όταν οι άνθρωποι αποκτούν την ικανότητα να μελετούν διάφορα θέματα, με ποικίλους τρόπους και μεθόδους μέσα από πολλές και διαφορετικές οπτικές. Τα μουσεία μπορούν να λειτουργήσουν ως πεδία διασύνδεσης των ανθρώπων με τη γνώση, τη δημιουργικότητα και την έμπνευση. Ο πίνακας ο οποίος παρατίθεται δίνει μια

εικόνα στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε τα πράγματα γύρω μας και σε ποιο βαθμό μετέχει ο μαθητευόμενος. Έχει γίνει προσπάθεια να βρεθεί η αναλογία των τρόπων μάθησης με τη μαθησιακή μέθοδο σε σχέση πάντα με το βαθμό εμπλοκής του μαθητευόμενου. Έτσι στην πρώτη στήλη αναφέρεται ο βαθμός επιρροής του μαθητευόμενου, στη συνέχεια το είδος της απασχόλησης με το οποίο ο μαθητευόμενος εμπλέκεται στη διαδικασία της μάθησης και στην τελευταία στήλη αναφέρεται ο βαθμός εμπλοκής στις διαδικασίες αυτές.

3.4. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Η διαδικασία της μάθησης στο μουσείο συναρτάται άμεσα με διάφορα στοιχεία που τελικώς την καθορίζουν⁸³, θετικά ή αρνητικά, όπως:

- Την επαφή με τα αντικείμενα των συλλογών
- Τη συγκεκριμένη φυσιογνωμία του κτηρίου
- Τα ερεθίσματα που προσφέρουν οι εκθέσεις ή άλλες δράσεις που απαιτούν τη συμμετοχή του επισκέπτη
- Τις αισθήσεις, τη δραστηριοποίηση και τις εμπειρίες των επισκεπτών
- Τις προϋπάρχουσες γνώσεις και προκαταλήψεις των επισκεπτών
- Την ερμηνευτική πολιτική του μουσείου

Η ίδια η διαδικασία της μάθησης είναι:

- Διαδικασία συναισθηματική (ενεργοποίηση συναισθημάτων) και όχι μόνο γνωστική (ενεργοποίηση νου)
- Διαδικασία που αναλύεται σε όλες τις επιμέρους πτυχές της έπειτα από συστηματική συζήτηση με τους επισκέπτες.
- Διαδικασία ατομική αλλά και ομαδική
- Διαδικασία εξαιρετικά σύνθετη, ευέλικτη και πολύμορφη που δεν εξαρτάται μόνο από την ποιότητα των εκθέσεων ή άλλων μουσειακών δράσεων αλλά από την ίδια τη φυσική κατάσταση και διάθεση των επισκεπτών.

Οι επισκέπτες συνήθως κινητοποιούνται και ανταποκρίνονται στο κάλεσμα μιας έκθεσης όταν αυτή ενθαρρύνει βασικά στοιχεία της προσωπικότητάς τους, όπως είναι η περιέργεια, η αυτοπεποίθηση, η πρόκληση, ο έλεγχος, το παιχνίδι και η επικοινωνία, ενώ, επιπλέον, κάθε επισκέπτης πρέπει να έχει τη δυνατότητα να ικανοποιήσει τις βασικές του ανάγκες⁸⁴: φυσικές ανάγκες, ασφάλεια (φυσική και ψυχολογική), κοινωνικές ανάγκες, αυτο-εκτίμηση, αίσθημα

⁸³ Hooper-Greenhill 1996, 5.

⁸⁴ Maslow 1970, 65.

της ικανοποίησης. Καταλαβαίνουμε, λοιπόν, πως η μάθηση είναι μια διαδικασία που σχετίζεται άμεσα με την εμπειρία. Αποτελεί αυτό που πραγματοποιούν οι άνθρωποι στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους για την κατανόηση του κόσμου γύρω τους⁸⁵.

Η ανθρωποκεντρική προσέγγιση αυτή και η ανάγκη γνωριμίας του μουσείου με το κοινό του έδωσε το έναυσμα ώστε να δοθεί έμφαση σε διαφορετικά στυλ και τυπολογίες μάθησης κάτι που αποτυπώνεται στη θεωρία περί πολλαπλών ευφυιών του Howard Gardner⁸⁶. Η θεωρία του Gardner, η οποία μοιάζει να έχει αναλογίες με τον ορισμό της μάθησης που αναφέρεται παραπάνω (σελ. 31), στηρίζεται στο γεγονός πως δεν αντιλαμβάνονται όλοι οι άνθρωποι τον κόσμο με τον ίδιο τρόπο αλλά, αντιθέτως, διαθέτουν ποικίλους τρόπους για να κατανοούν την πραγματικότητα και τους άλλους ανθρώπους γύρω τους. Ο Gardner διακρίνει εννέα διαφορετικούς τύπους νοημοσύνης και αντίληψης της πραγματικότητας:

✓ Γλωσσική / λεκτική: κατανόηση και επικοινωνία μέσω του γραπτού ή του προφορικού λόγου. η μαθησιακή διαδικασία συντελείται με την ακρόαση, το διάβασμα, τη συζήτηση και τη χρήση έντυπου ή ηλεκτρονικού υλικού.

✓ Λογικομαθηματική: η κατανόηση και η επικοινωνία γίνεται μέσα από τη λογική και τη μαθηματική προσέγγιση του κόσμου και η επίλυση των προβλημάτων με την αναγνώριση λογικών ακολουθιών.

✓ Χωροαντιληπτική: η κατανόηση του χώρου πραγματοποιείται μέσα από τη χρήση εικόνων, σχεδίων, χαρτών, με την ικανότητα αναπαράστασης του χώρου και τροποποίησής του μέσα στο νου καθώς η μαθησιακή διαδικασία συντελείται με οπτικά μέσα, εικόνες, διαφάνειες, χάρτες και διαγράμματα.

✓ Μουσική: εδώ η επικοινωνία γίνεται μέσω της αναγνώρισης και δημιουργίας ήχων και ρυθμών ενώ ο επισκέπτης μαθαίνει με το ρυθμό, τη μελωδία, τα οπτικο-ακουστικά μέσα και την παραγωγή μουσικής.

✓ Σωματικοκινηστική: η κατανόηση του νοήματος πραγματοποιείται με τη χρήση, την κίνηση, την ομιλία και την επιδεξιότητα του σώματος, ενώ δραστηριότητες κινητικότητας, ομαδικά παιχνίδια και δραματοποιήσεις βοηθούν τη μαθησιακή διαδικασία.

✓ Διαπροσωπική: η χρήση διαφορετικών κωδικών επικοινωνίας βοηθά στην κατανόηση συναισθημάτων προθέσεων και διαθέσεων, κάτι στο οποίο βοηθούν άλλωστε και οι ομαδικές δραστηριότητες καθώς καλλιεργούν την επικοινωνία.

⁸⁵ Μούλιου 2005, 11.

⁸⁶ Για τους παραπάνω τύπους νοημοσύνης που προτείνει ο Gardner βλ. www.infed.org/thinkers/gardner.htm

✓ Ενδοπροσωπική / ενδοατομική: σε αυτή την περίπτωση το άτομο επικοινωνεί και μαθαίνει μέσα από την αυτοσυγκέντρωση.

✓ Φυσιοκρατική: όπου η φύση παίζει μεγάλο ρόλο στην κατανόηση του περιβάλλοντος. Η συγκεκριμένη νοημοσύνη επιτρέπει στα άτομα να αναγνωρίζουν και να κατηγοριοποιούν στοιχεία του περιβάλλοντος αυτού.

✓ Πνευματική: δεν είναι πλήρως ξεκαθαρισμένη, αλλά θεωρείται πως δίνει στο άτομο την ικανότητα να εξερευνά τους λόγους ύπαρξης καθώς και την επιρροή που μπορούν να ασκήσουν στον άνθρωπο οι πραγματικές αξίες της ζωής.

Οι εννέα τύποι νοημοσύνης (με ακόμη δυο οι οποίοι βρίσκονται υπό συζήτηση, την υπαρξιακή και την ηθική⁸⁷) που προτείνει ο Gardner προκύπτουν από το γεγονός πως οι άνθρωποι πραγματικά δεν αντιλαμβάνονται τον κόσμο όλοι με τον ίδιο τρόπο, αλλά ο καθένας από εμάς διαθέτει δικούς του τρόπους προκειμένου να κατανοήσει και να ερμηνεύσει την πραγματικότητα γύρω του. Ένα μουσείο που σκοπό έχει να αφήσει ελεύθερο τον επισκέπτη να παραγάγει τα δικά του νοήματα και να προωθήσει την ύπαρξη διαφορετικών γνώμων, οφείλει να λάβει σοβαρά υπόψη του τους παραπάνω τρόπους αντίληψης και μάθησης.

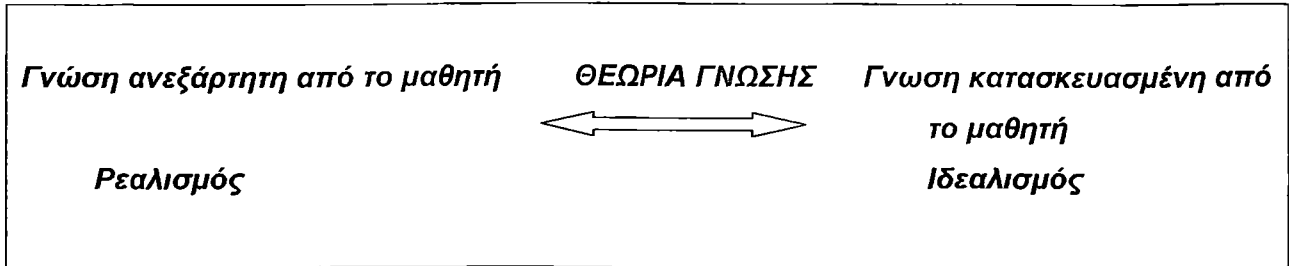
3.5 ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΓΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΜΑΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ

Κατά καιρούς έχουν διατυπωθεί διάφορες θεωρίες και αντιλήψεις σχετικά με την εκπαίδευση που μπορούν να βοηθήσουν στη χάραξη συγκεκριμένης εκπαιδευτικής πολιτικής στα μουσεία.

Οι θεωρίες περί γνώσης(σχ.7) ή αλλιώς επιστημολογικές θεωρίες έχουν άμεση σχέση με το πώς αντιλαμβανόμαστε τη γνώση. Οι θεωρίες αυτές μπορούν να διακριθούν ανάμεσα στη θετικιστική-ρεαλιστική και στην ιδεαλιστική. Στην πρώτη περίπτωση η έννοια *ρεαλισμός* χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια ομάδα θεωριών που υποστηρίζουν πως ο πραγματικός κόσμος υπάρχει έξω από εμάς, επομένως και η γνώση νοείται ως μια εξωτερική, σε σχέση με τον μαθητευόμενο, πραγματικότητα. Η γνώση μετριέται, συγκεκριμενοποιείται και μεταδίδεται στον μαθητευόμενο, ο οποίος και νοείται ως «ένα κενό δοχείο έτοιμο προς πλήρωση⁸⁸». Η γνώση επομένως είναι ανεξάρτητη από τα άτομα ενώ αντιμετωπίζεται ως πληροφορίες που μεταφέρονται στο μαθητή ως διδακτέα ύλη.

⁸⁷ Βλ.. σημείωση 55.

⁸⁸ Hooper-Greenhill 1999, 46-49.



Σχ. 7. Θεωρίες γνώσης (Hein, 1998, 18, fig. 2.1).

Σύμφωνα με την ιδεαλιστική επιστημολογία η γνώση ενυπάρχει στον ανθρώπινο νου και δε συμφωνεί απαραίτητα με την εξωτερική πραγματικότητα. Εδώ η γνώση νοείται ως μια σύνθετη διαδικασία αλληλεπίδρασης ανάμεσα στον μαθητευόμενο και το κοινωνικό του περιβάλλον⁸⁹. Είναι πολλαπλή, ιστορικά εξαρτημένη, υποκειμενική και στηρίζεται εξ ολοκλήρου στην ερμηνεία. Η γνώση δε μεταφέρεται αλλά κατακτάται, με τη βοήθεια του δασκάλου που παρέχει διευκολύνσεις, μαθαίνοντας τον μαθητευόμενο πώς να μαθαίνει. Και οι δυο αυτές θεωρίες καθορίζουν τις αποφάσεις του μουσείου για το περιεχόμενο των συλλογών του αλλά και τον τρόπο έκθεσής τους⁹⁰.

Και οι δυο θεωρίες είναι αρκετά ακραίες. Στη μία η γνώση δεν έχει καμιά απολύτως σχέση με τον εκπαιδευόμενο, τον επισκέπτη του μουσείου στη δική μας περίπτωση, ενώ δεν εξηγείται πώς ο καθένας κατορθώνει να γνωρίσει τον κόσμο, ενώ στην άλλη η γνώση είναι αποκλειστικά δικό του προνόμιο και εξαρτάται μόνο από τη δική του διάθεση και τις δικές του εμπειρίες. Και στις δυο περιπτώσεις τα κενά είναι πολλά και μπορούν να οδηγήσουν σε μεγάλες παρανοήσεις που κάθε άλλο παρά το επιθυμητό αποτέλεσμα θα επιφέρουν. Είναι γεγονός πως οι επιστημολογικές θέσεις είναι αυτές που καθορίζουν τις αποφάσεις ενός μουσείου σχετικά με τα αντικείμενα τα οποία και τελικώς αποφασίζει να εκθέσει αλλά και τον τρόπο με τον οποίο τελικώς το κάνει. Οι εκθέσεις που οργανώνονται με βάση τη ρεαλιστική θεωρία δεν επηρεάζονται από τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών παρέχοντας από την αρχή μία και μοναδική ερμηνεία, ενώ με βάση την ιδεαλιστική προσέγγιση επιτρέπονται και ενθαρρύνονται πολλές και διαφορετικές ερμηνείες και συμπεράσματα σχετικά με το υλικό που παρουσιάζει μια έκθεση⁹¹.

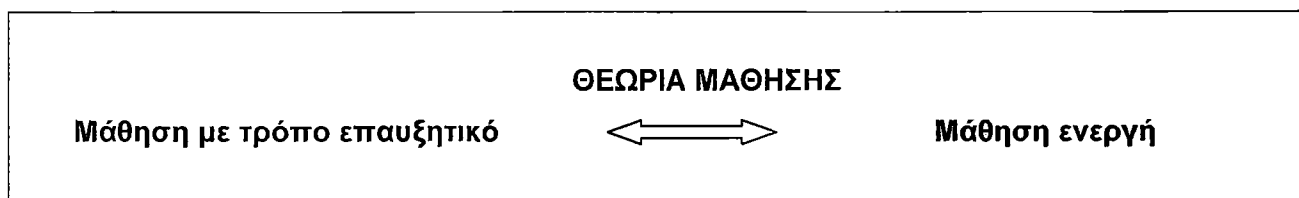
Όπως ακριβώς οι θεωρίες γνώσης έτσι και οι θεωρίες μάθησης διακρίνονται σε δυο γενικές κατηγορίες: τη διδακτική - συμπεριφοριστική και την κονστрукτιβιστική ή αλλιώς θεωρία του δομισμού (σχ. 11). Στην πρώτη αυτό το οποίο υποστηρίζεται είναι πως η μάθηση

⁸⁹ Hein 1998, 17.

⁹⁰ Hein 1998, 19.

⁹¹ Γκαζή 2001, 7-8.

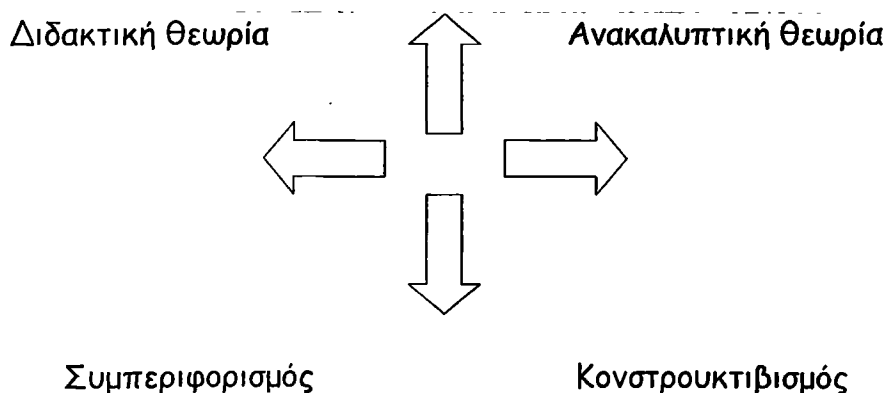
είναι μια διαδικασία συλλογής γεγονότων και πληροφοριών κατά τρόπο συσσωρευτικό και επαυξητικό. Από την άλλη τοποθετείται η κονστρουκτιβιστική θεωρία στην οποία η έμφαση δίνεται στην ενεργό συμμετοχή αυτού που μαθαίνει. Η ίδια η μάθηση είναι μια διαδικασία επιλογής και οργάνωσης συναφών δεδομένων τα οποία είναι διαφορετικά για τον κάθε άνθρωπο. Είναι αυτό που είδαμε παραπάνω (σελ. 15) στον ορισμό του Hein: «να μαθαίνεις πώς να μαθαίνεις». Η θεωρία αυτή μπορεί να οδηγήσει σε αρκετά επικίνδυνα μονοπάτια, καθώς χαρακτηρίζεται από ρευστότητα και σχετικότητα. Η έμφαση δίνεται στον μαθητευόμενο, κάτι που καθιστά αυτόματα τη γνώση μια υποκειμενική κατάσταση όπου πλέον μόνο ο ίδιος ο μαθητής, θα μπορεί να ελέγξει τι και πώς το μαθαίνει.



Σχ. 8. Θεωρίες Μάθησης (Hein, 1998, 23,fig.2.2).

Ο Hein προτείνει⁹² πως αν αντιπαραβάλλουμε τα δύο παραπάνω σχήματα (continua) τοποθετώντας το ένα ως οριζόντιο άξονα και το άλλο ως κάθετο, θα δημιουργήσουμε τέσσερις τομείς, έναν για κάθε συγκεκριμένο τύπο εκπαιδευτικής θεωρίας (σχ. 12).

Γνώση ανεξάρτητη από τον εκπαιδευόμενο



Η γνώση κατασκευάζεται από τον εκπαιδευόμενο

⁹² Hein 1998, 18-36.

Σχ.9. Εκπαιδευτικές θεωρίες (Hein, 1998, 25,fig 2.4).

Οι εκπαιδευτικές θεωρίες που προκύπτουν από τον συνδυασμό των θεωριών για τη γνώση και των θεωριών για τη μάθηση είναι οι εξής:

Διδακτική εκπαίδευση

Είναι η μέθοδος που παρουσιάζεται στην παραδοσιακή διδακτική εκπαίδευση. Ο διδάσκων οργανώνει το μάθημα με τέτοιο τρόπο ώστε να ακολουθείται πλήρως η δομή της ύλης και παρουσιάζει το μάθημα με βάση τη λογική σειρά που έχει προκαθοριστεί. Παρουσιάζονται επαναλαμβανόμενα παραδείγματα προκειμένου το μήνυμα να «εμφυτευτεί» στο μυαλό του εκπαιδευόμενου, ενώ τα νοήματα παρουσιάζονται διαδοχικά από το πιο απλό μέχρι το πιο περίπλοκο. Τα μυσεία τα οποία υιοθετούν αυτή τη θεωρία οργανώνουν εκθέσεις γραμμικές με ξεκάθαρη αρχή και τέλος, ενώ τα διδακτικά στοιχεία τα οποία προβάλλονται σε αυτήν περιγράφουν ακριβώς τι πρέπει να μάθει κανείς και τι όχι. Αυτό δηλώνει πως και τα εκπαιδευτικά προγράμματα που παρουσιάζονται θα έχουν πολύ συγκεκριμένα και προκαθορισμένα νοήματα και στόχους, στερώντας από τους συμμετέχοντες τη δυνατότητα να λάβουν ενεργό μέρος στην παραγωγή νοημάτων και ερμηνειών.

Συμπεριφοριστική εκπαίδευση

Η θεωρία αυτή συσχετίζεται εν μέρει τη διδακτική προσέγγιση. Η μοναδική τους διαφορά έγκειται στο ότι δεν υπάρχει μία και μοναδική αλήθεια, ενώ δε δίνεται σημασία στο αντικείμενο της μάθησης αλλά στη μέθοδο που θα προκαλέσει το ερέθισμα στον μαθητευόμενο. Οι εκθέσεις που ακολουθούν αυτό το σύστημα οργανώνονται και πάλι γραμμικά με αρχή, μέση και τέλος και περιέχουν στοιχεία τα οποία σκοπό έχουν να εκμαιεύσουν την επιθυμητή αντίδραση από τον επισκέπτη, χωρίς να του δηλώνουν ξεκάθαρα πως αυτός είναι ο σκοπός τους. Μοιάζουν, λοιπόν, να αφήνουν ελεύθερο τον επισκέπτη να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα ενώ έμμεσα αυτά του έχουν ήδη δοθεί.

Ανακαλυπτική εκπαίδευση

Η ανακαλυπτική εκπαίδευση απέχει πραγματικά από τις προηγούμενες θεωρίες. Το ενδιαφέρον μετατοπίζεται από τη διδασκαλία στον ίδιο τον μαθητευόμενο. Η μάθηση νοείται ως μια ενεργητική διαδικασία που αναπτύσσεται μέσα από ποικιλία εκπαιδευτικών μεθόδων. Μοιράζεται ωστόσο μια κοινή επιστημολογική θέση με τη διδακτική εκπαίδευση, αφού θεωρεί πως η γνώση υπάρχει ανεξάρτητα από αυτόν που μαθαίνει και η επαφή του μαθητή με το

κατάλληλο υλικό θα τον οδηγήσει να φτάσει στα σωστά συμπεράσματα. Δίνει όμως μεγαλύτερη ελευθερία στις εκθέσεις που οργανώνονται με βάση αυτήν καθώς επιτρέπει τη δυνατότητα για ανακάλυψη αφήνοντας τον επισκέπτη ελεύθερο να χρησιμοποιήσει διάφορες μεθόδους με τη σειρά που εκείνος θα επιλέξει. Παράλληλα, οι επισκέπτες παροτρύνονται να ανακαλύψουν μόνοι τους τα νοήματα της έκθεσης, ενώ τα εκπαιδευτικά προγράμματα τόσο για ανήλικους όσο και για ενήλικους παρέχουν τις απαιτούμενες αποδείξεις και μαρτυρίες ώστε να οδηγηθούν οι επισκέπτες στα σωστά νοήματα.

Δομική εκπαίδευση

Η δομική ή κονστрукτιβιστική θεωρία αναγνωρίζει πως η μάθηση δομείται από τα σκεπτόμενα υποκείμενα και είναι μια ενεργητική, ατομική και κοινωνική διαδικασία. Εδώ δεν υπάρχει αντικειμενική γνώση, αλλά πολλές απόψεις, πραγματικότητες και αλήθειες, καθώς δίνεται μεγάλη έμφαση στις γνώσεις και τις εμπειρίες που φέρουν μαζί τους οι ίδιοι οι μαθητές. Σκοπός της μεθόδου αυτής είναι η διευκόλυνση και ο εμπλουτισμός της μαθησιακής διαδικασίας. Δεν έχει σημασία αν τα συμπεράσματα είναι τα σωστά, αλλά το πώς αυτά χρησιμοποιούνται στην πράξη και πόσο υπάρχει συνέπεια μεταξύ τους. Μια έκθεση που βασίζεται σε αυτή τη θεωρία ενθαρρύνει και υποστηρίζει διαφορετικούς τρόπους ερμηνείας, ενώ στόχος της είναι η δημιουργία κοινών σημείων επαφής μεταξύ των εκθεμάτων και των επισκεπτών. Παράλληλα, αφήνει τους επισκέπτες ελεύθερους να πειραματιστούν και να συμμετάσχουν ενεργά δίνοντάς τους το δικαίωμα να δώσουν πολλές και διαφορετικές ερμηνείες.

Βλέπουμε λοιπόν πόσο καταλυτικές είναι οι θεωρίες γνώσης, μάθησης και εκπαίδευσης στο χώρο των μουσείων. Είναι πολύ σημαντικό να τις γνωρίζουμε από τη στιγμή μάλιστα που η ίδια η φύση της μάθησης στο μουσείο διαφέρει ποιοτικά από τη μάθηση σε οποιονδήποτε άλλο χώρο εκπαίδευσης. Στη συνέχεια θα δούμε πώς τα επικοινωνιακά μοντέλα βρίσκουν και αυτά εφαρμογή στο χώρο των μουσείων.

3.6 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΘΕΩΡΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Η έννοια της επικοινωνίας δε περιορίζεται στις δραστηριότητες που μπορούν να οργανωθούν από έναν μουσειακό οργανισμό, αλλά θα πρέπει να αποτελεί τη βάση της ιδεολογίας του μουσείου και επομένως να επηρεάζει όλες τις αποφάσεις που λαμβάνονται σε όλα τα στάδια και τα επίπεδα διαχείρισης και διοίκησης του ιδρύματος. Η μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετωπίζουν σήμερα τα μουσεία είναι να συνδυάσουν αποτελεσματικά όλες τις παραδοσιακές αξίες του μουσείου ως οργανισμού, με το ενδιαφέρον για την ενεργό και αμφίδρομη συνεργασία με όλους τους κοινωνικούς φορείς⁹³.

Οι επικοινωνιακές προσεγγίσεις ενός μουσείου συνδέονται με τις εκπαιδευτικές θεωρίες που είδαμε παραπάνω. Μπορούμε να αναγνωρίσουμε δυο προσεγγίσεις: το μεταδοτικό και το πολιτισμικό μοντέλο⁹⁴. Το μεταδοτικό μοντέλο θεωρεί πως η επικοινωνία μεταδίδει πληροφορίες και στέλνει μηνύματα, μεταβιβάζοντας ιδέες από μία γνωστική πηγή σε έναν παθητικό αποδέκτη. Με την έναρξη των επικοινωνιακών σπουδών, στις αρχές του 20ού αιώνα, το αναλυτικό επίκεντρο τόνιζε ιδιαίτερα την τεχνολογία της επικοινωνίας, τα μέσα και τις τεχνικές που τη συνόδευαν. Οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις δε λαμβάνονταν υπόψη. Στη δεκαετία του 1940, είχε σχηματισθεί ένα μοντέλο επικοινωνίας, το μεταδοτικό, σύμφωνα με το οποίο, η διαδικασία της επικοινωνίας εθεωρείτο γραμμική. Εκείνος που προσδιόριζε το περιεχόμενο του μηνύματος ήταν ο μεταδότης ή ο επικοινωνών και ο αποδέκτης του μηνύματος έπρεπε να δέχεται παθητικά τις πληροφορίες όπως ακριβώς του είχαν μεταδοθεί, σύμφωνα με το μεταδοτικό μοντέλο. Η επικοινωνία νοείται ως μια καθαρά γραμμική πράξη (βλ. σχ.13).

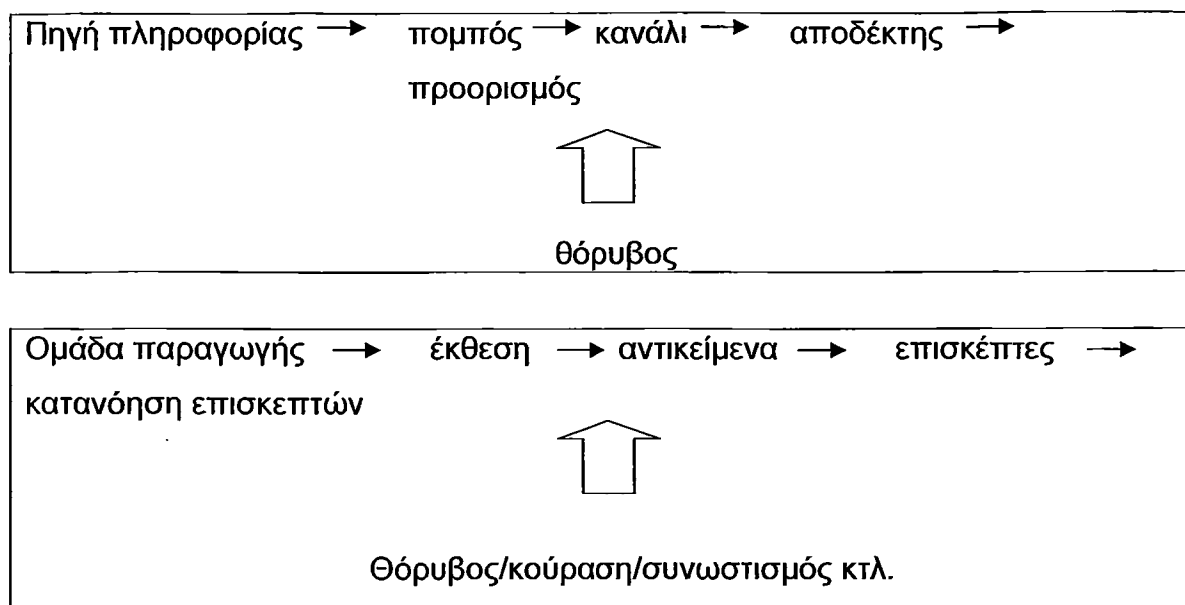
Ένα από τα πιο πρώιμα και σημαντικά μοντέλα επικοινωνίας αυτού του τύπου, που έπαιξε βασικό ρόλο για τη διαμόρφωση των επόμενων, είναι το μοντέλο των Shannon και Weaver του 1949⁹⁵ (σχ. 13). Η πρώτη ωστόσο που εφάρμοσε μοντέλα επικοινωνίας στον κόσμο των μουσείων ήταν η Duncan Cameron στα τέλη της δεκαετίας του 1960. Η Cameron⁹⁶ χρησιμοποίησε το απλό μοντέλο επικοινωνίας σχεδόν αυτούσιο, υποστήριξε όμως πως στο χώρο του μουσείου υπάρχουν πολλοί πομποί, πολλά κανάλια επικοινωνίας και πολλοί δέκτες, αλλά το σημαντικότερο κανάλι επικοινωνίας είναι τα αντικείμενα.

⁹³ Μούλιου και Μπούνια, 1999, 42.

⁹⁴ Carey 1989, 13-36 στο Hooper-Greenhill 1999, 47- 8.

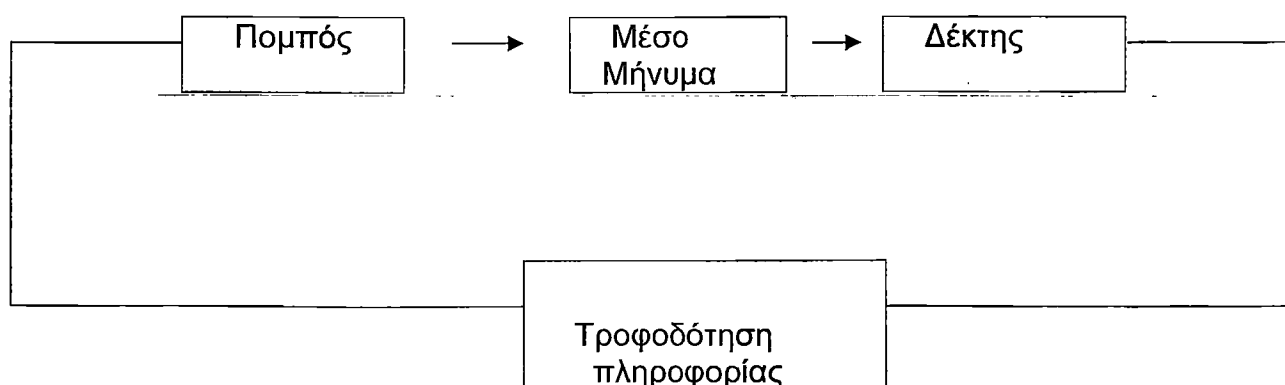
⁹⁵ Hooper- Greenhill, 1194, 48.

⁹⁶ Cameron 1968, 33-40.

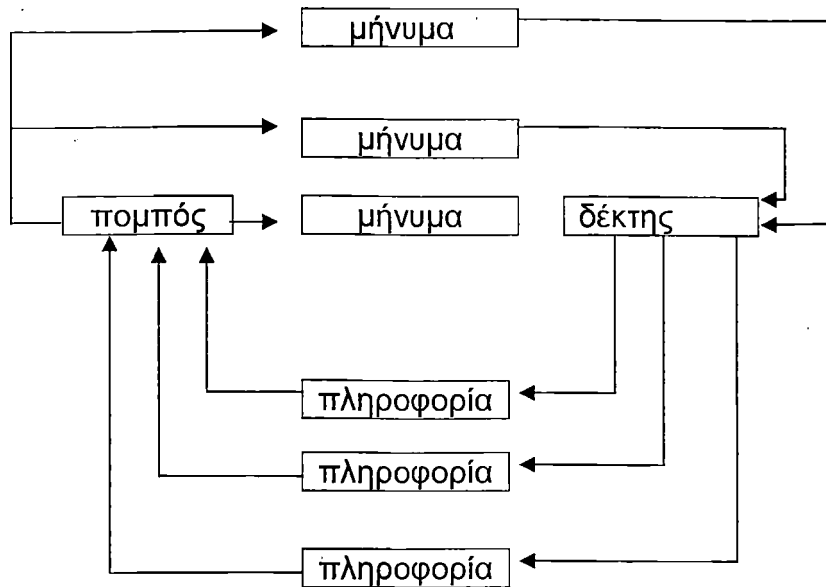


Σχ. 10. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon και Weaver (Hooper-Greenhill, 1999a, 23, fig. 2.2).

Το μοντέλο αυτό βρήκε πολλές εφαρμογές καί στην οργάνωση και στο σχεδιασμό των μουσειακών εκθέσεων, κάτι που φαίνεται στο επόμενο διάγραμμα. Ωστόσο, δεν αρκεί η πρόθεση της μετάδοσης ενός μηνύματος, αλλά ούτε και η απλή πράξη της μετάδοσης. Θα πρέπει να είμαστε σε θέση να ελέγξουμε εάν το μήνυμα έχει γίνει κατανοητό και σε αυτό ακριβώς το σημείο είναι που εισάγεται η έννοια της ανατροφοδότησης ή ανάδρασης (feedback), εννοώντας τη δυνατότητα αλλαγής ή επαναπροσδιορισμού του περιεχομένου του μηνύματος, μέσα από τις ίδιες τις αντιδράσεις του δέκτη (βλ. σχ.14).



Σχ. 11. Το απλό μοντέλο επικοινωνίας με τροφοδότηση πληροφορίας (Hooper – Greenhill, E., 1999, 44, fig. 7)

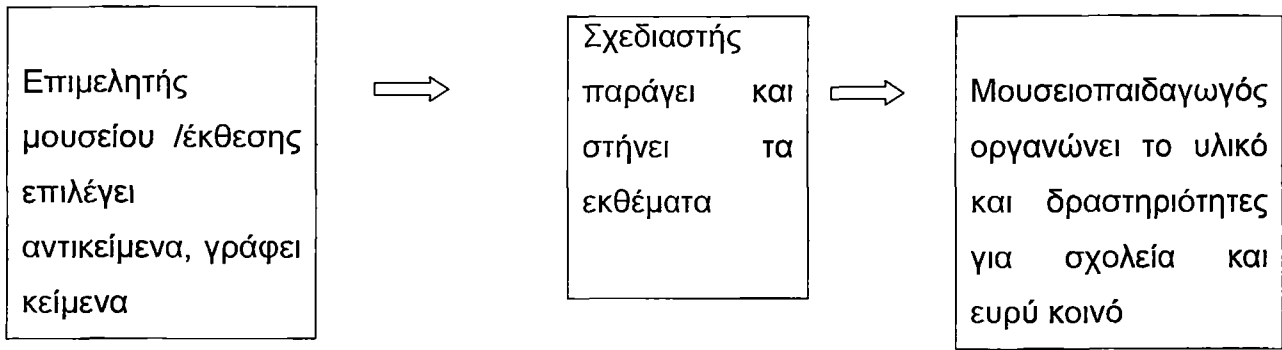


Σχ. 12. Συνεχής τροφοδότηση πληροφορίας η οποία τελικά αναδιαμορφώνει το αρχικό μήνυμα και ουσιαστικά αλλάζει την επικοινωνιακή διαδικασία από γραμμική σε κυκλική. (Hooper – Greenhill, E. 1999,45, fig. 8.)

Με βάση την εκπαιδευτική θεωρία του συμπεριφορισμού, είναι φανερό πως το μοντέλο στηρίζεται σε μια ρεαλιστική και θετικιστική επιστημολογία και σε μια θεωρία της μάθησης που στηρίζεται στη θεωρία της συμπεριφοράς. Αυτό το μοντέλο μπορεί να εφαρμοστεί στη διαδικασία παραγωγής εκθέσεων στα μουσεία, όπου ο επινοητής της έκθεσης, συχνά ο διευθυντής του μουσείου, ορίζει το μήνυμα επιλέγει τα αντικείμενα και γράφει τα κείμενα και στη συνέχεια παραδίδει το σύνολο ως αμετάβλητη ενότητα στο σχεδιαστή της έκθεσης. Στη συνέχεια ο επιμορφωτής πρέπει να βρει τρόπους να συσχετίσει την έκθεση με το κοινό.



Σχ.13 Το απλό μοντέλο επικοινωνίας (Hooper-Greenhill , E., 22, 1994 fig. 1)



Σχ. 14 Το απλό μοντέλο επικοινωνίας προσαρμοσμένο για να εξηγήσει τη διαδικασία προετοιμασίας μιας έκθεσης. (Hooper-Greenhill, 1994, 48, fig.11.)

Το παραπάνω μοντέλο επικοινωνίας, όταν εφαρμόζεται από μουσεία για την παραγωγή εκθέσεων και άλλων δράσεων, αποδυναμώνει τη συνοχή της οργανωτικής ομάδας και ακινητοποιεί τον επισκέπτη μη αφήνοντας έτσι στην έκθεση περιθώρια επιτυχίας. Ο Roger Miles⁹⁷, μάλιστα, έκανε την ενδιαφέρουσα παρατήρηση πως αυτή η γραμμική αντίληψη της επικοινωνίας αντικατοπτρίζεται στις εκθέσεις παλαιού τύπου, όπου η κάθε εμπλεκόμενη πλευρά, δηλαδή τα διάφορα πρόσωπα ή τμήματα που ασχολούνται με την έκθεση εργάζονται χωριστά και χωρίς ιδιαίτερη επικοινωνία μεταξύ τους.

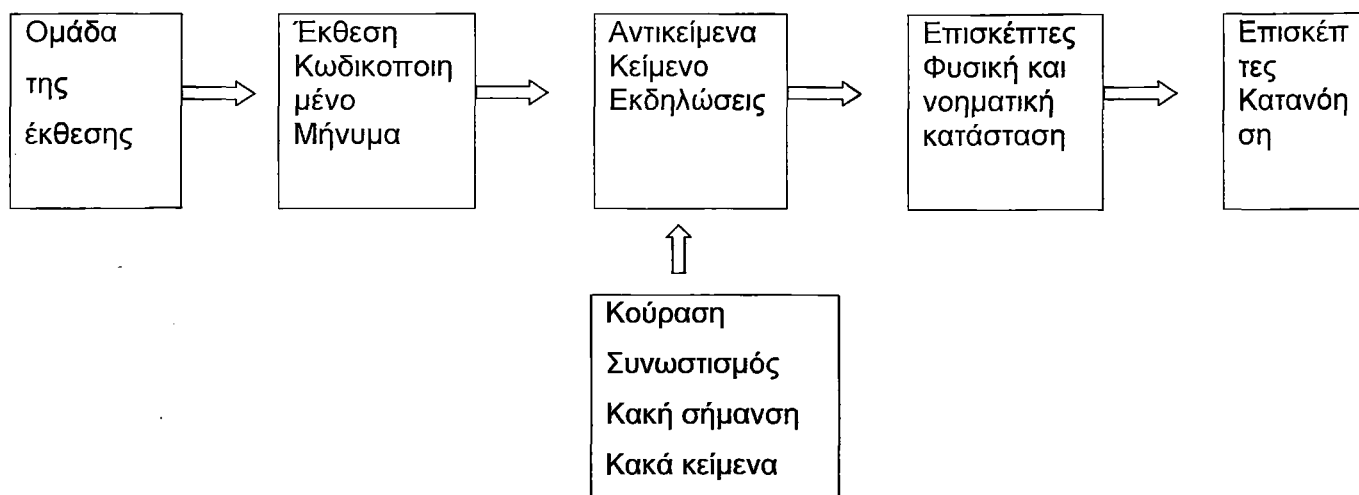
Ερευνητές όπως οι Knež και Wright αντιπρότειναν ένα μοντέλο που κάνει διάκριση μεταξύ εκείνων των μουσείων που στηρίζονται πολύ στη λεκτική επικοινωνία (γραπτά κείμενα, αφήγηση) στις εκθέσεις τους, όπως τα μουσεία επιστημών και εκείνα όπου τα αντικείμενα παίζουν το σημαντικότερο ρόλο, όπως τα μουσεία τέχνης. Υποστήριξαν μάλιστα ότι η πρωταρχική λειτουργία της μουσειακής επικοινωνίας, είναι η μετάδοση ιδεών.⁹⁸

Το δεύτερο μοντέλο επικοινωνίας είναι το τελετουργικό ή πολιτισμικό. Σε αυτήν την περίπτωση η επικοινωνία νοείται ως μια διαδικασία συμμετοχής και συσχετισμών. Η επικοινωνία εκλαμβάνεται ως σειρά διαδικασιών και συμβόλων μέσω των οποίων η πραγματικότητα παράγεται, συντηρείται διορθώνεται, μεταβάλλεται. Η άποψη αυτή εισηγείται πως η πραγματικότητα δεν έχει πεπερασμένη ταυτότητα, αλλά αποκτά ύπαρξη μέσω της επικοινωνίας. Ό,τι γνωρίζουμε επομένως παράγεται μέσα από την προσωπική κατασκευή νοημάτων, αλλά και την εξέταση και εκλέπτυνση της ερμηνείας μας. Αυτή η όψη της επικοινωνίας δεν ασχολείται με τη μετάδοση μηνυμάτων με σκοπό τη δύναμη και τον έλεγχο. Εδώ η επικοινωνία γίνεται αντιληπτή ως πολιτισμική διαδικασία και ασχολείται με την παραγωγή ερμηνείας κατόπιν διαπραγμάτευσης και όχι δια της επιβολής. Έτσι γίνονται δεκτές

⁹⁷ Miles 1985, 31.

⁹⁸ Γκαζή 2001, 27.

πολλές ερμηνείες, αντί μιας και μοναδικής, οι οποίες είναι διαπραγματεύσιμες, ανόμοιες και όχι ενοπριημένες, και που δικαιολογημένα θεωρούνται υποκειμενικές.



Σχ.15 Το μοντέλο των Shannon και Weaver προσαρμοσμένο για μουσειακές εκθέσεις (Hooper- Grenhill, E. 1999, 42, Fig.4.)

Η τροφοδότηση πληροφορίας μπορεί να αναφέρεται στο περιεχόμενο του μηνύματος, στον τρόπο αποστολής του μηνύματος (μέσα και τεχνικές που χρησιμοποιούνται), στην αποτελεσματικότερη αποστολή του μηνύματος ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του παραλήπτη και τέλος στις προτιμήσεις του παραλήπτη (ποιους διάλογους επικοινωνίας θεωρεί πιο ευχάριστους, πιο δύσκολους).

Η Hooper- Greenhill προτείνει ένα νέο μοντέλο επικοινωνίας για τα μουσεία (σχ.19), θεωρώντας πως ίσως τελικά πολλές φορές ο επισκέπτης να μην κατανοεί πλήρως τα νοήματα μιας έκθεσης. Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό ο πομπός αντικαθίσταται από μια ολόκληρη ομάδα, τον επιμελητή, το σχεδιαστή, τον συντηρητή της έκθεσης κ. ά. Ο αποδέκτης αναγνωρίζεται ως ενεργός δημιουργός των δικών του νοημάτων, ένας ερμηνευτής που ήδη έχει κάποια γνώση, αξίες και συμπεριφορές οι οποίες και καθορίζουν κάθε ερμηνεία. Το μέσο γίνεται αντιληπτό ως ενδιάμεσο σημείο συνάντησης ανάμεσα στους ερμηνευτές και την επικοινωνιακή ομάδα, όπου πολλά διαφορετικά και πιθανώς αντικρουόμενα νοήματα διαμορφώνονται ξανά και ξανά. Κάθε νέος ερμηνευτής στην ομάδα φέρνει και τη δική του ερμηνεία. Το ενδιάμεσο αυτό σημείο περιλαμβάνει όλα τα επικοινωνιακά μέσα του μουσείου, τις κτηριακές εγκαταστάσεις, το ανθρώπινο δυναμικό, τις εκθέσεις, τα αντικείμενα κ.α. Η λειτουργία των μουσείων ωστόσο δεν εξαντλείται στην

ερμηνεία των εκθέσεων και των αντικειμένων αλλά μια θετική εμπειρία από τον γκισέ πληροφοριών ή το αναψυκτήριο επηρεάζει άμεσα το σύνολο της μουσειακής επίσκεψης⁹⁹.



Σχ. 16. Το νέο επικοινωνιακό μοντέλο για τα μουσεία. (Hooper-Greenhill, E. 1999a, 25, Fig. 2.4)

⁹⁹ Hooper-Greenhill 1999,25.

3.6 ΟΛΙΣΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Βασισμένη στο πολιτισμικό μοντέλο επικοινωνίας η Hooper- Greenhill¹⁰⁰ προτείνει μια διαφορετική προσέγγιση της επικοινωνίας στα μουσεία, που την ονομάζει ολιστική (holistic approach). Στο μοντέλο αυτό μπορούμε να πούμε πως περιλαμβάνονται όλοι οι τομείς που αφορούν είτε στην εικόνα του μουσείου είτε στην εξατομικευμένη εμπειρία του επισκέπτη (σχ. 20). Η ίδια θεωρεί πως οι εκθέσεις δεν είναι παρά ένα μόνο από τα μέσα που διαθέτει ένα μουσείο για να επικοινωνήσει με το κοινό του. Συγκεκριμένα πιστεύει πως η επικοινωνία επιτυγχάνεται με πάρα πολλούς άλλους τρόπους που αφορούν και τη γενικότερη εικόνα που δίνει ένα μουσείο προς τα έξω. Για να θεωρείται λοιπόν ολοκληρωμένη μια επικοινωνιακή πολιτική θα πρέπει, πέρα από τις εκθέσεις, να υπάρχει σχεδιασμός και μέριμνα σε τομείς που σχετίζονται άμεσα με την εικόνα του μουσείου όπως οι κτηριακές εγκαταστάσεις, η συμπεριφορά του προσωπικού, η γενική ατμόσφαιρα που απορρέει από τον τρόπο διοίκησης, η έμφαση που έχει δοθεί στην άνεση, τον προσανατολισμό και την καθοδήγηση του επισκέπτη καθ' όλη τη διάρκεια της μουσειακής εμπειρίας.

Λίγα μουσεία έχουν σαφή και καλά διαμορφωμένη επικοινωνιακή πολιτική. Κάποια έχουν εκθεσιακές πολιτικές και κάποια διαμορφώνουν τώρα εκπαιδευτικές πολιτικές. Σταδιακά αναπτύσσονται εκπαιδευτικές και εκθεσιακές πολιτικές με σκοπό την προσέλκυση κοινού. Αυτό που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι πως ολόκληρη η εμπειρία της μουσειακής επίσκεψης συμβάλλει στη διαμόρφωση της εικόνας και στη δόμηση της ταυτότητας του μουσείου, όπως εξάλλου και την απόφαση του κοινού για το αν θα επισκεφτεί ξανά το μουσείο ή όχι.

Το μουσείο επικοινωνεί μέσω ποικίλων μεθόδων που περιλαμβάνουν εκθέσεις διαφορετικών τύπων, μεγεθών και ερμηνευτικών προσεγγίσεων. Διαφορετικές ομάδες κοινού απαιτούν διαφορετική προετοιμασία, οπότε οφείλουμε να σκεφτούμε το πώς διαφορετικοί τύποι εκθέσεων μπορούν να προσελκύσουν διαφορετικές κατηγορίες κοινού. Επομένως πρέπει να έχουμε κατά νου πως πρώτα απ' όλα το περιεχόμενο μιας έκθεσης είναι εκείνο που θα προσελκύσει το κοινό στο μουσείο, καθώς το περιεχόμενο των μουσειακών εκθέσεων, αναμφισβήτητα αποτελεί το πιο ισχυρό και σύνθετο επικοινωνιακό μέσο που διαθέτουν τα μουσεία.

Πέρα όμως από την ίδια την έκθεση, πολλοί είναι εκείνοι οι παράγοντες που συντελούν στο να θεωρηθεί άρτια μια επικοινωνιακή μουσειακή πολιτική και κατ' επέκταση επιτυχημένη μια έκθεση. Η αποτελεσματικότητα τέτοιων παραγόντων σχετίζεται άμεσα με το θέμα της

¹⁰⁰ Hooper-Greenhill 1999γ, 52- 53.

ερμηνείας των μουσειακών συλλογών και της χάραξης και χρήσης εκείνων των ερμηνευτικών μέσων και τεχνικών που θα βοηθήσουν στην καλύτερη και πιο αποτελεσματική επικοινωνία των μηνυμάτων μιας έκθεσης σε εκείνες τις ομάδες κοινού που επιθυμεί να προσελκύσει το εκάστοτε μουσείο. Ένας τέτοιος παράγων είναι τα ερμηνευτικά μέσα των μουσείων τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως «σημεία εισόδου» σε μια έκθεση είναι πολλά και καθένα έχει διαφορετικό στόχο και λειτουργία: τα αυθεντικά αντικείμενα και οι τρόποι με τους οποίους μπορούν να ενταχθούν στην έκθεση, ο γραπτός και προφορικός λόγος της έκθεσης, η διαβαθμισμένη και σπονδυλωτή παρουσίαση των πληροφοριών, η χρήση της τέχνης ως μέσου δημιουργίας ποιοτικών αναζητήσεων, οι σκηνικές και θεατρικές αναπαραστάσεις, ο συμβολισμός και η ατμόσφαιρα του εκθεσιακού περιβάλλοντος, τα οπτικά και διαδραστικά εκθέματα, η εικόνα, στατική ή κινούμενη, ο ήχος, οι πολυμεσικές εφαρμογές, ο διάλογος μεταξύ ερμηνευτών και επισκεπτών κ.ά.¹⁰¹ Τα κείμενα μιας έκθεσης, για παράδειγμα, είναι ένα από τα πλέον σημαντικά ερμηνευτικά μέσα που χρησιμοποιεί ένα μουσείο προκειμένου να επικοινωνήσει με το κοινό, ενώ επιπλέον είναι και χαρακτηριστικά του τρόπου με τον οποίο το ίδιο το μουσείο αντιμετωπίζει τον εαυτό του και συνεπώς αποφασίζει να παρουσιάσει το υλικό του.

Πέρα όμως από τα κείμενα που συνοδεύουν τα εκθέματα υπάρχουν και άλλα ερμηνευτικά μέσα που συνθέτουν την επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου. Ο τρόπος που έχει επιλέξει προκειμένου να επικοινωνήσει το μουσείο φαίνεται και από τον σχεδιασμό δραστηριοτήτων, εκδηλώσεων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων στο χώρο του μουσείου που σε γενικές γραμμές σκοπό έχουν να ανταποκριθεί στις ανάγκες συγκεκριμένων τύπων επισκεπτών. Μέσα από τα προγράμματα αυτά το μουσείο απελευθερώνεται από την εικόνα του εσωστρεφούς ιδρύματος και δίνεται μια διαφορετική διάσταση στον τρόπο που μπορεί να συμμετάσχει στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, προσκαλώντας τους να γίνουν συμμετέχοντες στα πολιτιστικά δρώμενα και όχι παθητικοί αποδέκτες.

Τα μουσεία χρησιμοποιούν και μια σειρά από άλλα μέσα ώστε να επικοινωνήσουν με τους επισκέπτες εκτός του φυσικού τους χώρου. Συγκεκριμένα τα όχι μόνο μουσεία έχουν αρχίσει να αναπτύσσουν προγράμματα προσέγγισης¹⁰², εκτός του χώρου του μουσείου, προκειμένου να προσφέρουν υπηρεσίες σε ένα κοινό απομακρυσμένο χωροταξικά ή ιδεολογικά¹⁰³. Υπάρχουν ομάδες επισκεπτών, όπως άτομα τρίτης ηλικίας ή και κάποιες μειονότητες, τα οποία θα τα ωφελούσε πραγματικά η επικοινωνία με το μουσείο, αλλά

¹⁰¹ Μούλιου 2005, 14.

¹⁰² Μουσούρη 1999, 65-69.

¹⁰³ Καλεσοπούλου, 1999, 70.

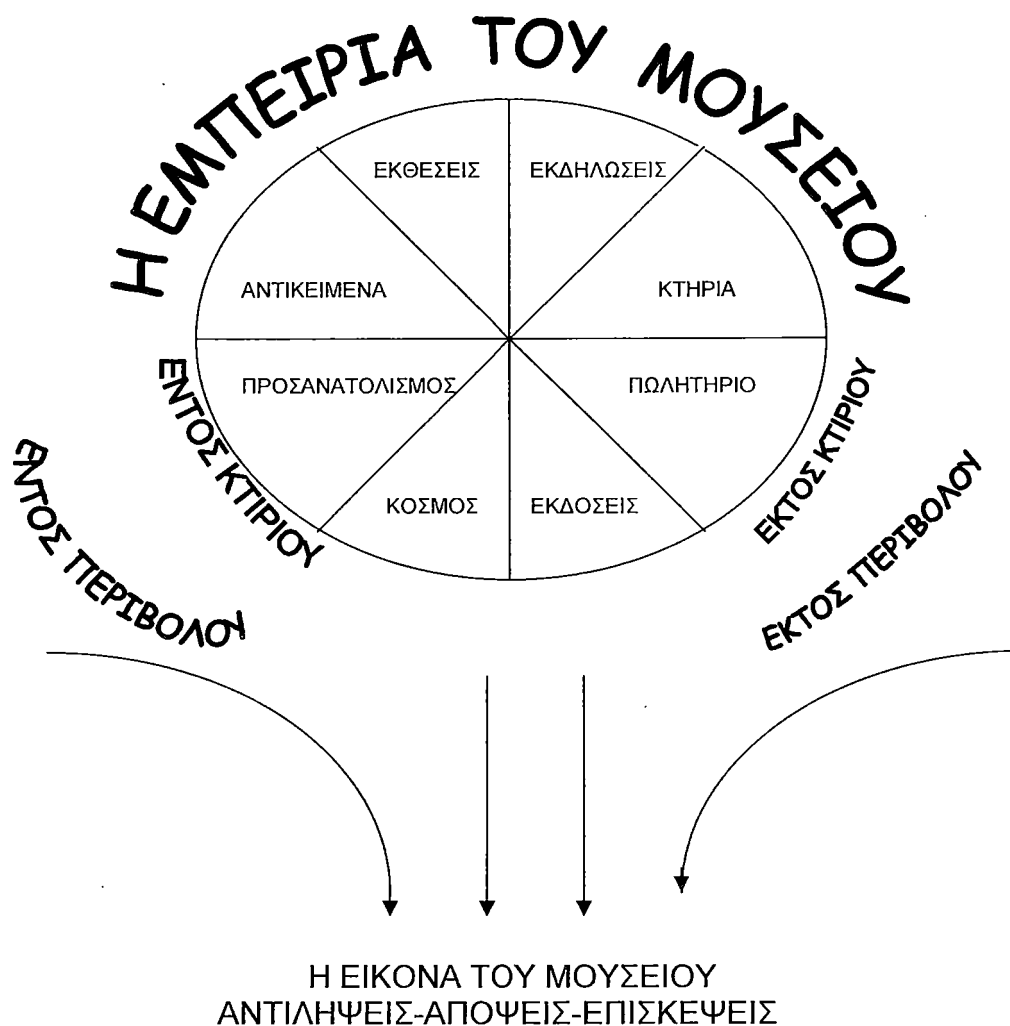
υπάρχουν λόγοι που καθιστούν την επίσκεψή τους σε αυτά δύσκολη ή και αδύνατη. Αυτό μπορεί να αντιμετωπιστεί με δραστηριότητες του μουσείου εκτός του φυσικού του χώρου. Μουσειοσκευές, μουσειολεωφορεία, επαφή με τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης, συνεργασία με διάφορες κοινωνικές ομάδες για την οργάνωση πρωτότυπων πολιτιστικών δράσεων, διαδίκτυο, ακόμη και συστήματα επικοινωνίας με το μουσείο δια αλληλογραφίας είναι μια σειρά από δράσεις εκτός του φυσικού χώρου του μουσείου που θα μπορούσαν πραγματικά να προσεγγίσουν τους επισκέπτες. Η εικόνα ενός μουσείου διαφαίνεται ακόμη και από τους χώρους, όπως είδαμε, του μουσείου από το ίδιο το κτήριο μέχρι τους χώρους στάθμευσης, τη σήμανση, τον προσανατολισμό μέσα και έξω από τον εκθεσιακό χώρο, την ανάπαυση και ο σχεδιασμός για άτομα με αναπηρίες. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν ακόμη και τα πωλητήρια εντός του χώρου του μουσείου καθώς συνδέονται άμεσα με αυτό που ονομάζεται αναμνηστική μουσειακή εμπειρία και έχει να κάνει με αυτά που αισθανόμαστε όταν ερχόμαστε σε επαφή με το παρελθόν.

Ο νέος ρόλος που διεκδικεί το μουσείο, αυτός του ζωντανού οργανισμού και αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής πραγματικότητας προϋποθέτει και νέες πρακτικές όπως είναι οι έρευνες και τεχνικές μάρκετινγκ. Υπάρχουν επίσης μέθοδοι αξιολόγησης και έρευνες κοινού οι οποίες αποδεικνύονται πολύτιμες. Το μέσο που θα επιλεγεί κάθε φορά ποικίλει ανάλογα με το στόχο που θέλει να επιτύχει το μουσείο αλλά και το κοινό στο οποίο αυτό απευθύνεται. Τα τελευταία τριάντα χρόνια οι έρευνες κοινού και αξιολόγησης έχουν δώσει πολύ ενδιαφέρουσες λύσεις στη σχέση μεταξύ μουσείων και επισκεπτών και αποτελούν ξεχωριστό τομέα της μουσειολογικής έρευνας και πρακτικής με μεγάλη δυναμική ανάπτυξης¹⁰⁴. Πρόκειται για πραγματικά εργαλεία που συμβάλλουν στην επίτευξη ουσιαστικής επαφής των μουσείων με το κοινό τους και στην δημιουργία αναγκαίας βάσης πληροφοριών που θα οδηγήσει στην εξέλιξη και βελτίωση των ποικίλων δραστηριοτήτων του μουσειακού οργανισμού.

Μια ολοκληρωμένη επικοινωνιακή πολιτική, επομένως, περιλαμβάνει όλους τους παραπάνω τομείς από την εικόνα του μουσείου προς τα έξω, μέχρι την προβολή του μουσείου στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αλλά και στο κοινό γενικότερα, μέσα από καλά οργανωμένες και σχεδιασμένες πρακτικές marketing. Ζητήματα όπως ο προσανατολισμός του μουσείου μέσα και έξω από αυτό, το ποιες κατηγορίες επισκεπτών περικλείει ή αποκλείει ένα μουσείο, οι εκπαιδευτικές του δραστηριότητες και τα προγράμματα για παιδιά και ενήλικες, καθώς ακόμη

¹⁰⁴ Γκαζή 2004, 9.

και οι εκδηλώσεις και εκδόσεις ενός σύγχρονου μουσείου θα μας απασχολήσουν στις παρακάτω ενότητες.



Σχ. 17. Ολιστικό μοντέλο επικοινωνίας (Hooper-Greenhill, 1999, 51, Fig.13)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΕΝΟΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Το κτήριο του μουσείου, η διαμόρφωση των εκθεσιακών χώρων, η επιλογή και η παρουσίαση των εκθεμάτων, σε συνδυασμό με τη χρήση νέων τεχνολογιών, συνθέτουν βασικά στοιχεία του εκπαιδευτικού χαρακτήρα ενός μουσείου. Επιπλέον ο ρόλος της αξιολόγησης στον καθορισμό των ενδιαφερόντων συγκεκριμένων ομάδων κοινού, όπως είναι για παράδειγμα οι εκπαιδευτικοί ή οι μαθητές, η συνεισφορά των αποτελεσμάτων της στο σχεδιασμό εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων αποτελούν τις βασικές παραμέτρους για την οργάνωση της εκπαιδευτικής και επικοινωνιακής πολιτικής ενός μουσείου.

Λίγα μουσεία έχουν σαφή και καλά διαμορφωμένη επικοινωνιακή πολιτική¹⁰⁵. Κάποια έχουν εκθεσιακές πολιτικές και κάποια διαμορφώνουν τώρα εκπαιδευτικές πολιτικές. Η επικοινωνιακή στρατηγική ενός μουσείου περιλαμβάνει δραστηριότητες που πραγματοποιούνται και εντός και εκτός του φυσικού τους χώρου. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, διαλέξεις και ξεναγήσεις, δραματοποίηση, οργάνωση ποικίλων πολιτιστικών εκδηλώσεων, εργαστήρια που επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να πιάσουν και να χρησιμοποιήσουν αντικείμενα από τις μουσειακές συλλογές ή που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με το θέμα και τα αντικείμενα του μουσείου, περιήγηση στις συλλογές με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας, επίσκεψη στους μέχρι πρότινος κλειστούς χώρους του μουσείου. Εξίσου σημαντικές και ποικίλες είναι οι δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει ένα μουσείο εκτός του φυσικού του χώρου, προκειμένου να προσελκύσει και να επικοινωνήσει με ανθρώπους που συνήθως δεν επισκέπτονται το μουσείο, είτε λόγω φυσικών είτε λόγω κοινωνικών περιορισμών (άτομα τρίτης ηλικίας, άτομα με μειωμένη κινητικότητα κ.α.). Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται η οργάνωση εκθέσεων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε εναλλακτικούς μη μουσειακούς χώρους (εμπορικά κέντρα, σχολεία, νοσοκομεία, φυλακές κ.α.), οι μουσειοσκευές, τα μουσειολεωφορεία, η επαφή με τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης και η συνεργασία με διάφορες κοινωνικές ομάδες για την οργάνωση πρωτότυπων πολιτιστικών δράσεων.

Η έννοια της επικοινωνίας όμως δε περιορίζεται στις δραστηριότητες που μπορούν να οργανωθούν από ένα μουσειακό οργανισμό. Θα πρέπει να αποτελεί τη βάση της ιδεολογίας του μουσείου, και επομένως να επηρεάζει όλες τις αποφάσεις που λαμβάνονται σε όλα τα

¹⁰⁵ Hooper-Greenhill 1994, 53.

στάδια και τα επίπεδα της διαχείρισης και διοίκησης του ιδρύματος. Η πρόκληση που τα μουσεία αντιμετωπίζουν σήμερα είναι να συνδυάσουν αποτελεσματικά όλες τις παραδοσιακές αξίες του μουσείου ως οργανισμού, με το ενδιαφέρον για την ενεργό και αμφίδρομη συνεργασία με όλους τους κοινωνικούς φορείς. Ο στόχος θα είναι να εδραιωθεί μέσα στην κοινωνική συνείδηση η σημασία του μουσείου ως φορέα αξιών και ποιότητας¹⁰⁶.

ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

Θα μπορούσαμε να ξεκινήσουμε τη μελέτη της επικοινωνιακής πολιτικής ενός μουσείου από την πρόβλεψη και μελέτη ενός συστήματος προσανατολισμού¹⁰⁷. Πρόκειται πραγματικά μια πολύ σημαντική παράμετρο καθώς δίνει στο μουσείο τη δυνατότητα να εξασφαλίσει το ότι οι επισκέπτες του κατανοούν και εκτιμούν τους στόχους και τις προθέσεις του. Με την έννοια του προσανατολισμού νοούνται όλοι εκείνοι οι παράγοντες, γεωγραφικοί, διανοητικοί και ψυχολογικοί που μπορούν να επηρεάσουν τη μουσειακή επίσκεψη. Είναι αυτό που ο Cohen χαρακτήρισε *ως τη λογική σχέση μιας κατάστασης με κάποια άλλη που είναι ήδη γνωστή*. Υπάρχουν τέσσερις τύποι προσανατολισμού που επηρεάζουν τον επισκέπτη του μουσείου: ο γεωγραφικός, ο διανοητικός, ο εννοιολογικός και ο ψυχολογικός.

Ο γεωγραφικός προσανατολισμός σχετίζεται με τη γνώση του ακριβούς γεωγραφικού χώρου του μουσείου και την ακριβή τοποθέτηση του σε συνάρτηση με άλλα κτήρια. Η συγκεκριμένη μορφή προσανατολισμού είναι εξαιρετικά σημαντική καθώς καλύπτει την ανάγκη των ανθρώπων να βρίσκονται σε γνώριμα μέρη κάτι που τους επηρεάζει και ψυχολογικά. Στον συγκεκριμένο τύπο προσανατολισμού εντάσσεται η ύπαρξη ειδικής σήμανσης σε κομβικά σημεία των πόλεων που να υποδεικνύουν την ακριβή τοποθεσία των μουσείων.

Ο διανοητικός προσανατολισμός αφορά στην προετοιμασία του μυαλού, προκειμένου μέσω της εκπαιδευτικής διαδικασίας που συντελείται στο μουσείο, να γίνει κατανοητό το περιεχόμενο της έκθεσης. Όταν ο επισκέπτης έχει προετοιμαστεί διανοητικά σε σχέση με το περιεχόμενο μιας έκθεσης μπορεί να αξιοποιήσει καλύτερα το χρόνο παραμονής του σε αυτήν αλλά και να απολαύσει περισσότερο τα εκθέματα. Κάτι τέτοιο μπορεί να συντελεστεί από τον ίδιο τον επισκέπτη ο οποίος και θα προετοιμαστεί ανάλογα, αλλά και από το ίδιο το μουσείο το οποίο θα έχει φροντίσει με ενημερωτικά φυλλάδια, διαλέξεις και εισαγωγικά κείμενα να εξηγήσει και να παρουσιάσει σύντομα τις εκθέσεις του. Ο συγκεκριμένος τύπος

¹⁰⁶ Μούλιου και Μπούνια 1999β, 42.

¹⁰⁷ Belcher 1991, 99-115.



προσανατολισμού αποδεικνύεται πολύ χρήσιμος στην οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και προγραμμάτων προσέγγισης.

Όσον αφορά στον εννοιολογικό προσανατολισμό, έχει να κάνει περισσότερο με τις ιδέες που πραγματεύεται μια έκθεση. Ο συγκεκριμένος τύπος συνδέεται στενά με τον διανοητικό προσανατολισμό και ο συνδυασμός τους θα βοηθήσει τον επισκέπτη να κατανοήσει πλήρως τα νοήματα μιας έκθεσης.

Ο τέταρτος τύπος προσανατολισμού στοχεύει στην καλλιέργεια μιας θετικής εικόνας του μουσείου προς τον επισκέπτη. Προς αυτήν την κατεύθυνση μπορούν να βοηθήσουν κάποιες διαφημίσεις για το μουσείο και η γενικότερη εικόνα του προς τα έξω ώστε ο εν δυνάμει επισκέπτης να σχηματίσει θετική εντύπωση για το χώρο του μουσείου και τις εκθέσεις του, πριν το επισκεφτεί.

ΚΤΗΡΙΟ ΚΑΙ ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ

Ο χώρος στον οποίο αναπτύσσεται κάθε μουσείο συμβάλλει στη διαμόρφωση της φυσιογνωμίας του, ενώ συντελεί και στη διαμόρφωση της λειτουργίας του καθώς και των νοημάτων και των αξιών που το μουσείο προβάλλει. Είναι κατανοητό πως ένα υπαίθριο μουσείο, ένα μουσείο σε κεντρικό σημείο του ιστού μιας πόλης, σε δρόμο μεγάλης κυκλοφορίας λειτουργούν διαφορετικά από ένα μουσείο που βρίσκεται σε πεζόδρομο, μέσα σε κήπο, στην περιφέρεια, σε βιομηχανική ή εργατική περιοχή, σε μικρό οικιστικό σύμπλεγμα ή στη φύση. επίσης Ο χαρακτήρας του κτηρίου στο οποίο στεγάζεται ένα μουσείο επηρεάζει τη γενική φυσιογνωμία και λειτουργία του. Τα μεγάλα νεοκλασικά κτήρια στα οποία στεγάζονται πολλά μουσεία στην Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό, επιβάλλουν έντονα την παρουσία τους ακόμα και μόνο με την εξωτερική μορφή τους, με τις περίτεχνες όψεις και τις μεγαλοπρεπείς εισόδους. Ο επιβλητικός χαρακτήρας των κτηρίων πολλών μουσείων επηρεάζει, εάν δεν καθορίζει, τη στάση του ευρύτερου κοινού προς το μουσείο, καθώς συμβάλλει στον αποκλεισμό όσων αισθάνονται ξένοι στις αξίες, τα νοήματα και τις σημασίες, που κάθε μουσείο θέλει να προβάλει. Πολλές φορές η ίδια η όψη του κτηρίου λειτουργεί ανασταλτικά για μια μουσειακή επίσκεψη¹⁰⁸.

Αλλά και οι εσωτερικοί χώροι πολλών μουσείων, με τις μεγάλες περίτεχνες αίθουσες, διαμορφώνουν μια επιβλητική ατμόσφαιρα που καθορίζει τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών. Ο χώρος παίζει καθοριστικό ρόλο, καθώς διαμορφώνει τις παραστάσεις του κοινού, επισκιάζοντας συχνά τα ίδια τα εκθέματα.

¹⁰⁸ Νάκου 2001, 148.

ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Η Susan Pearce¹⁰⁹ θεωρεί πως μια έκθεση είναι επιτυχημένη όταν κρατάει αμείωτη την προσοχή του επισκέπτη μέχρι το τέλος, όπως ακριβώς συμβαίνει με ένα καλό τηλεοπτικό πρόγραμμα ή με ένα καλό βιβλίο. Αν ο επισκέπτης απορροφηθεί από την έκθεση, τότε είναι πολύ πιθανό να αποκτήσει γνώσεις και ευαισθησία για το θέμα που πραγματεύεται η έκθεση. Στο ίδιο πνεύμα, αλλά με περισσότερη έμφαση σε θέματα μουσειογραφικού σχεδιασμού, ο Burcaw¹¹⁰ λέει πως οι επιμελητές και οι σχεδιαστές των εκθέσεων θα πρέπει να θυμούνται πως: *«Ο επισκέπτης είναι ένας κουρασμένος πεζός με πονεμένα πόδια και έγνοιες. Τα εκθέματα θα πρέπει να προσελκύσουν αυτόν τον άνθρωπο, να διατηρήσουν την προσοχή του, να τον καλλιεργήσουν και ταυτόχρονα να του παράσχουν ευχαρίστηση»*.

Η κατανόηση του σκοπού μιας μουσειακής έκθεσης και της ποικιλίας των μέσων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να κατανοήσει ο επισκέπτης τα εκθέματα, αποτελεί τη βάση για το σχεδιασμό και την αξιολόγηση των επικοινωνιακών μεθόδων που εφαρμόζουμε στις μουσειακές εκθέσεις σήμερα¹¹¹. Είναι πραγματικά πολύ σημαντικό σε μια έκθεση να γίνεται κατανοητό ποιος είναι ο σκοπός της, όπως επίσης και τα μέσα που αυτή χρησιμοποιεί ώστε να γίνει κατανοητή. Για την πληρέστερη οργάνωση εκθέσεων θα πρέπει να ακολουθούνται κάποια συγκεκριμένα μοντέλα προγραμματισμού¹¹² τόσο στη σύλληψη όσο και στην υλοποίηση της κάθε εκθεσιακής πρότασης. Επομένως, βασικό του σχεδιασμού μιας έκθεσης θεωρείται η στοχοθέτησή¹¹³ της, καθώς οι στόχοι της θα πρέπει να απηχούν τόσο τα ενδιαφέροντα των οργανωτών όσο και των δυνάμει επισκεπτών. Σημαντικό ρόλο στο σχεδιασμό μιας έκθεσης κατέχει ο ίδιος ο σκοπός της έκθεσης, αν δηλαδή θα είναι διδακτικού, ψυχαγωγικού ή αισθητικού χαρακτήρα, οπότε και ο σχεδιασμός θα είναι προσαρμοσμένος ανάλογα.

Μεγάλη προσοχή θα πρέπει να δίνεται στη διαμόρφωση του χώρου¹¹⁴. Η δόμηση του χώρου θα πρέπει να είναι σαφής και εύκολη στο να την παρακολουθήσει ο επισκέπτης, καθώς σε αντίθετη περίπτωση δημιουργείται σύγχυση και εκνευρισμός. Όταν ο επισκέπτης νιώσει «χαμένος» μέσα στο χώρο είναι λογικό και αναμενόμενο να αισθανθεί άβολα και απορρίψει ακόμη πολλές φορές τον ίδιο το χώρο. Μια δυσάρεστη εμπειρία σε σχέση με τη διάρθρωση του χώρου μπορεί να προκαταβάλει τον επισκέπτη αρνητικά και να μην τον αφήσει να δει με καθαρό μάτι την έκθεση. Σε κάθε περίπτωση όμως, αυτό που θα πρέπει

¹⁰⁹ Pearce, 1990, 163.

¹¹⁰ Burcaw 1983, 116.

¹¹¹ Lord&Lord 2002, 25.

¹¹² Dean 1994, 8-18.

¹¹³ Γκαζή και Νικηφορίδου και Μουσούρη 2004, 192-205.

¹¹⁴ Hall 1987, 131.

να απασχολεί τους επιμελητές του μουσείου, πριν από το σχεδιασμό του χώρου, είναι ο ανθρώπινος παράγοντας. Η γνώση και κατανόηση, εκ μέρους των σχεδιαστών μιας έκθεσης, του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι λειτουργούν και μαθαίνουν (σελ. 32-34) βοηθάει σημαντικά στο σωστό σχεδιασμό μιας έκθεσης τόσο όσον αφορά στη ροή της κυκλοφορίας των επισκεπτών και τις εκθεσιακές διαδρομές, όσο και στα ερμηνευτικά μέσα τα οποία θα χρησιμοποιηθούν. Ιδιαίτερα, η μελέτη συγκεκριμένων ανθρώπινων αντιδράσεων, όπως η τάση των ανθρώπων να κατευθύνονται προς τα δεξιά όταν εισέρχονται σε έναν εκθεσιακό χώρο ή το γεγονός πως οι επισκέπτες δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για κάποια εκθέματα στην αρχή της έκθεσης, η τάση του κόσμου να κατευθύνεται σε μεγάλα και φωτεινά σημεία (μεγαφιλία, φωτοφιλία)¹¹⁵, προσφέρει πολύτιμη βοήθεια στους σχεδιαστές των εκθέσεων ώστε να πράξουν αναλόγως.

Τέλος μεγάλη προσοχή θα πρέπει να δίνεται στην πρόβλεψη μέτρων για άτομα με αναπηρίες¹¹⁶. Οι ράμπες για την απρόσκοπτη πρόσβαση των ατόμων που είναι καθηλωμένα σε τροχήλατα αμαξίδια είναι το ελάχιστο που οφείλεται να έχει προβλεφθεί για αυτά. Θα πρέπει επίσης ο τρόπος οργάνωσης των εκθεσιακών χώρων να επιτρέπει την ομαλή μετακίνηση τους σε αυτούς και βέβαια, φροντίδα χρειάζεται και για ειδικές τουαλέτες και ανελκυστήρες. Χρειάζεται ωστόσο και μια περαιτέρω επιμόρφωση και ευαισθητοποίηση του ίδιου του προσωπικού των μουσείων για τη σωστή εξυπηρέτηση των επισκεπτών με αναπηρίες. Ο σχεδιασμός για τα ΑμεΑ είναι στην πραγματικότητα σχεδιασμός για όλους. Γιατί ένα μουσείο που οργανώνει τις λειτουργίες του λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες των ατόμων με αναπηρία γίνεται χωρίς αμφιβολία ένα μουσείο πολύ πιο λειτουργικό και επικοινωνιακό για όλες τις ομάδες επισκεπτών που θεωρητικά δεν ανήκουν στην κατηγορία των εμποδιζόμενων ατόμων. Ζητούμενο επομένως δεν είναι μόνο να εξασφαλιστούν οι τεχνικοί όροι για την προσβασιμότητα. Ζητούμενο είναι κυρίως η αλλαγή των αντιλήψεων για την αναπηρία και η διαμόρφωση κοινωνικής συνείδησης για το δικαίωμα αυτών των ατόμων να συμμετέχουν ισότιμα σε όλες τις δραστηριότητες

ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

Σημαίνοντα της επικοινωνιακής πολιτικής των μουσείων είναι και τα ερμηνευτικά μέσα που αυτά χρησιμοποιούν. Η σκοπιμότητα της χρήσης τους κρίνεται αναγκαία για κάθε μουσείο ασχέτου κατηγορίας και ανεξάρτητα από την έκθεση που αυτό παρουσιάζει.

¹¹⁵ Dean, 1994, 19-55.

¹¹⁶ Ο όρος «άτομα με αναπηρίες» (ΑμεΑ), που στην πρόσφατη αναθεώρηση του ελληνικού Συντάγματος το 2001 (άρθρο 21, παρ. 6) αντικατέστησε τον όρο «άτομα με ειδικές ανάγκες», χρησιμοποιείται για να περιγράψει ετερόκλητες ομάδες (12% του πληθυσμού) που διαθέτουν κάποιας μορφής αναπηρία π. χ. κινητική, αισθητηριακή, διανοητική ή πολλαπλές αναπηρίες. Βλ. Τσιτούρη, 2005, 37.

Καταφέρνουν να βοηθήσουν εξαιρετικά στην ερμηνευτική διαδικασία καθώς βοηθούν τους επισκέπτες να προσεγγίσουν και να μελετήσουν τις θεματικές και τα εκθέματα μιας έκθεσης πιο σφαιρικά. Παράλληλα, ενθαρρύνουν τη συμμετοχική περιήγηση του επισκέπτη μέσα στην έκθεση, ενώ την ίδια στιγμή υποστηρίζουν, μέσα από την άμεση συμμετοχή του επισκέπτη, τις διαδικασίες μάθησης και κατανόησης στο χώρο της έκθεσης, διαδικασίες οι οποίες με βάση τα όσα είδαμε παραπάνω, προβάλλονται ως πρωτεύουσας σημασίας για το μουσείο και τον εκπαιδευτικό του ρόλο.

Τα ερμηνευτικά μέσα τα οποία χρησιμοποιούνται στα μουσεία κατηγοριοποιούνται σε αναδραστικά και διαδραστικά¹¹⁷. Αναδραστικά ονομάζονται εκείνα τα εκθέματα τα οποία παρουσιάζουν μια συνεχή δράση, όπως είναι μια κινούμενη εικόνα, χωρίς την αναγκαστική ή ουσιαστική παρέμβαση του επισκέπτη. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν και κάποια σύντομα φιλμάκια που προβάλλονται χωρίς διακοπή ή ενεργοποιούνται με το απλό πάτημα ενός κουμπιού από τον επισκέπτη. Διαδραστικά χαρακτηρίζονται εκείνα τα εκθέματα που καλούν τον επισκέπτη να σκεφτεί κριτικά και να εμπλακεί έμπρακτα αλληλεπιδρώντας μαζί τους. Τέτοια ερμηνευτικά μέσα είναι τα παιχνίδια ερωταπαντήσεων που προσφέρουν ηλεκτρονικοί υπολογιστές, οι τρισδιάστατες κατασκευές που θέτουν ασκήσεις παρατήρησης καθώς και μηχανήματα που ενθαρρύνουν τον πειραματισμό¹¹⁸. Παράλληλα, η εξέλιξη των ψηφιακών τεχνολογιών και η χρήση τους σε μουσειακούς χώρους έχει συμβάλλει στην ανάπτυξη και υιοθέτηση νέων ερμηνευτικών μέσων για την επίτευξη μιας πιο σφαιρικής και αποτελεσματικής επικοινωνίας κοινού και μουσείου. Τέτοια μέσα είναι τα συστήματα αυτόματης ξενάγησης, CD-Rom's, οθόνες αφής (touch screens) καθώς και η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το σημαντικότερο ωστόσο από τα ερμηνευτικά μέσα ενός μουσείου είναι τα ερμηνευτικά κείμενα τα οποία πολλές φορές χαρακτηρίζουν μια έκθεση. Πολλοί είναι εκείνοι οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη πριν γραφτούν τα κείμενα μιας έκθεσης καθώς από αυτούς τους παράγοντες θα προκύψει το περιεχόμενο και το ύφος της έκθεσης¹¹⁹. αυτοί οι παράγοντες είναι ο καθορισμός της ομάδας κοινού στην οποία απευθύνεται το μουσείο, όπως επίσης ο καθορισμός των στόχων, των μηνυμάτων και των υπολοίπων μέσων που θα χρησιμοποιήσει μια έκθεση. Επειδή τα ερμηνευτικά κείμενα απευθύνονται σε ετερογενές και μη ειδικό κοινό καμιά πληροφορία δε θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη. Σκοπός τους είναι να εξηγούν και να πληροφορούν έχοντας ως στόχο να προσελκύσουν

¹¹⁷ Οικονόμου 1999, 50-55.

¹¹⁸ Κούτσικα 2000, 1.

¹¹⁹ Serrell 1996, 233- 36.

το ενδιαφέρον του επισκέπτη και να τον κάνουν να συμμετάσχει ενεργά σε έναν διάλογο με τα εκθέματα και την έκθεση. Αυτό στο οποίο πρέπει να δοθεί προσοχή κατά η συγγραφή κειμένων είναι πως θα πρέπει να έχουν λογική συνοχή, συνέπεια και συνέχεια προκειμένου να γίνονται αντιληπτά από όλους τους επισκέπτες. Προσοχή πρέπει επίσης να δοθεί και στο σχεδιασμό και στην τοποθέτηση των κειμένων και των πινακίδων μιας έκθεσης καθώς μπορούν να λειτουργήσουν θετικά ή αρνητικά για τον επισκέπτη¹²⁰.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Όπως έχει επισημάνει ο Hein (2002), για να μάθουν οι μαθητευόμενοι (επισκέπτες) πρέπει να τους δοθεί η δυνατότητα να έρθουν σε άμεση επαφή με το θέμα που μελετούν, να έχουν εμπειρίες, να έχουν τη δυνατότητα να χειρίζονται επιδέξια θέματα από τον κόσμο της φύσης και των ιδεών, να πειραματίζονται, να επιχειρηματολογούν, να θέτουν ερωτήματα και να βλέπουν τα αποτελέσματα των δικών τους ενεργειών. Επομένως για τους επιμελητές μιας έκθεσης η πρόκληση ίσως θα πρέπει να είναι η εξής: πώς θα οργανώσουν μια εμπειρία που θα εμπλέκει ενεργά τους επισκέπτες και θα τους οδηγεί σταδιακά στη βαθύτερη κατανόηση του εκάστοτε θέματος, χωρίς να χάνεται η δομή και ο ρυθμός αυτής της εμπειρίας¹²¹. Με γνώμονα αυτό και προκειμένου το σύγχρονο μουσείο να προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερες κατηγορίες επισκεπτών, έχει αναπτύξει μια σειρά προγραμμάτων εντός και εκτός των τειχών του. Τα προγράμματα αυτά, γνωστά ως εκπαιδευτικά προγράμματα και προγράμματα προσέγγισης, στοχεύουν στη σύνδεση του μουσείου με την ευρύτερη κοινωνία μέσω επικοινωνιακών και κοινωνικών δράσεων¹²².

Το κοινό των μουσείων όμως διαφέρει. Πρόκειται για ανθρώπους με διαφορετικό πολιτιστικό υπόβαθρο, έφηβους, ηλικιωμένους, οικογένειες, τουρίστες, άτομα με αναπηρίες και η ποικιλία όλου αυτού του μουσειακού κοινού επιβάλλει και διαφορετική προσέγγιση. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα στόχο έχουν να συνδυάσουν τη γνώση με την ψυχαγωγία και να φέρουν το κοινό σε επαφή με το μουσείο μέσα στο χώρο του, ενώ συνήθως απευθύνονται σε ομάδες μαθητών¹²³. Στα προγράμματα αυτά πολλές φορές περιλαμβάνεται ακόμη και, χρήση ηθοποιών και εμψυχωτών¹²⁴. Πολλά μουσεία έχουν

¹²⁰ Brooklyn Children's Museum 1989, 61-65.

¹²¹ Μούλιον 2005, 14.

¹²² Μουσούρη 1999α, 65.

¹²³ Χαλκιά 2002, 297-307.

¹²⁴ Το Καναδικό Μουσείο Πολιτισμού (Canadian Museum of Civilization) χρησιμοποιεί τακτικά θεατρικά προγράμματα ως μια από τις κύριες μεθόδους ερμηνείας, ενώ το Μουσείο Μεταφορών στο Λονδίνο (London Transport Museum) απασχολεί ηθοποιούς σε μόνιμη βάση για να ενσαρκώνουν ορισμένους ιστορικούς ρόλους στην αίθουσα. Το θέμα της δραματοποίησης είναι πραγματικά μεγάλο, έχει απασχολήσει πραγματικά τα τελευταία χρόνια και δε μπορεί φυσικά να εξαντληθεί στην παρούσα συζήτηση. Βλ. Merriman 1999, 45.

εισαγάγει ζωντανές ερμηνείες και δραματοποιήσεις στους εκθεσιακούς τους χώρους με στόχο να ζωντανέψουν το παρελθόν. Πρόκειται για μια πραγματικά χρήσιμη πρακτική που δεν υιοθετείται συστηματικά από τα ελληνικά μουσεία και που όμως αποδεικνύεται πραγματικά ωφέλιμη καθώς συμβάλλει στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης μουσειακής επίσκεψης. Παράλληλα στα εκπαιδευτικά προγράμματα χρησιμοποιούνται εργαστήρια που επιτρέπουν τη χρήση αντικειμένων από τις μουσειακές συλλογές¹²⁵ ή και πρόσβαση σε αποθηκευτικούς χώρους και εργαστήρια¹²⁶, επαφή με το επιστημονικό προσωπικό του μουσείου¹²⁷ και οργάνωση δωματίων μελέτης εντός των εκθεσιακών χώρων.

Με τα προγράμματα προσέγγισης (outreach programmes)¹²⁸ το μουσείο προσκαλεί ανθρώπους που είναι απομακρυσμένοι για λόγους οικονομικούς, χωροταξικούς, ψυχολογικούς, ιδεολογικούς ή ακόμη και για λόγους υγείας να συμμετέχουν ενεργά στα πολιτιστικά δρώμενα. Ακριβώς για αυτό υπάρχει ποικιλία στις μεθόδους προσέγγισης του κοινού, όπως ξεναγήσεις, διαλέξεις, συναυλίες ακόμη και εργαστήρια ώστε αυτά να ανταποκρίνονται σε όλες τις ανάγκες του κοινού. Η φιλοσοφία τέτοιων προγραμμάτων προσέγγισης βασίζεται στην ανάπτυξη μιας αμφίδρομης σχέσης εμπιστοσύνης και αλληλοκατανόησης μουσείου με τις διαφορετικές αυτές κοινότητες¹²⁹.

ΕΡΕΥΝΕΣ ΚΟΙΝΟΥ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Είναι σαφές ότι οι επισκέπτες των μουσείων είναι οι αδιαμφισβήτητοι τελικοί αποδέκτες και καταναλωτές των πολιτιστικών προϊόντων και μηνυμάτων που τους προσφέρει το μουσείο, είτε αυτό λέγεται μόνιμη ή περιοδική έκθεση είτε εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Επομένως, το μουσείο οφείλει να γνωρίζει ποιο είναι το κοινό του προκειμένου να ενδυναμώσει τη θέση του, αλλά και να του προσφέρει όσο το δυνατόν καλύτερες υπηρεσίες. Ένας λόγος που οδήγησε τα μουσεία σε έρευνες κοινού ήταν πως στην προσπάθεια τους να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό των γειτονικών εμπορικών

¹²⁵ Στο Κέντρο Αρχαιολογικών Πόρων (Archaeological Resource Centre) του Γιορκ στην Αγγλία, οι επισκέπτες μπορούν να κάνουν διαλογή αρχαιολογικού υλικού και να το κατατάξουν. Στο κέντρο Φυσικής Ιστορίας στο Λίβερπουλ, πάλι, οι επισκέπτες πιάνουν βοτανικά και ζωικά δείγματα, τα εξετάζουν σε βιντεο-μικροσκόπια, ενώ ερμηνευτές κυκλοφορούν στις αίθουσες σε μόνιμη βάση για την εξυπηρέτηση του κοινού. Βλ. Merriman 1999, 45.

¹²⁶ Πολλά μουσεία παρουσιάζουν τις αποθηκευμένες συλλογές τους στο κοινό, είτε μόνιμα είτε σε τακτά διαστήματα, ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να δουν τις μεγάλες συλλογές, που συνήθως δεν εκτίθενται. Τα Έθνικά Μουσεία του Mereyside στο Λίβερπουλ ήταν οι πρωτοπόροι αυτής της προσέγγισης, ενώ πρόσφατα άνοιξε και Κέντρο Συντήρησης, όπου το κοινό μπορεί να παρακολουθήσει το έργο των συντηρητών. Βλ. Merriman 1999, 46.

¹²⁷ Στα μουσεία της Γλασκώβης σχεδιάστηκε ένα πρόγραμμα που ονομάζεται «Το Ανοιχτό Μουσείο», όπου οι εκθέσεις και οι συλλογές διαμορφώνονται σε συνεργασία με τις ομάδες της κοινότητας και περιοδεύουν στις διάφορες τοπικές εκδηλώσεις. Επιπλέον το μουσείο προσκαλεί τους δημότες να συμμετάσχουν στο σχεδιασμό των εκθέσεων μαζί με τους επιμελητές των εκθέσεων. Βλ. Merriman, 46.

¹²⁸ Μουσούρη 1999α, 65.

¹²⁹ Γκαζή 2004, 9.

επιχειρήσεων ψυχαγωγίας αναγκάστηκαν να παρουσιάσουν τις υπηρεσίες τους με παρόμοιο εμπορικό και επαγγελματικό τρόπο. Κατ' αυτόν τον τρόπο υποχρεώθηκαν να προσφέρουν ελκυστικές υπηρεσίες και να κατανοήσουν τις ανάγκες των επισκεπτών, ώστε η ικανοποιητική προσέλευση του κοινού να εξασφαλίζει την οικονομική τους βιωσιμότητα. Αυτό επομένως ώθησε τα μουσεία στο να εστιάσουν την προσοχή τους στην κατανόηση των αιτιών που προσελκύουν ή όχι τον κόσμο στα μουσεία, στο τι αποζητούν ώστε η επίσκεψή τους να είναι ευχάριστη, στο πως θα μπορούσαν τα μουσεία να επικοινωνήσουν πιο αποτελεσματικά με τους επισκέπτες και ειδικότερα στον τρόπο με τον οποίο θα κατάφερναν να ελκύσουν ένα ευρύτερο κοινό. Η ανάγκη να απαντηθούν αυτά τα ερωτήματα είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της έρευνας κοινού¹³⁰.

Όλο και περισσότερο αποδεικνύεται μέσα από έμπρακτα παραδείγματα εφαρμογής προγραμμάτων αξιολόγησης σε μουσεία και πολιτιστικούς οργανισμούς¹³¹, ότι τα μουσεία που ενδιαφέρονται να γνωρίσουν καλύτερα τον επισκέπτη τους έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας, ποιοτικής αναβάθμισης και γενικότερα άσκησης παραδειγματικής μουσειακής επικοινωνιακής πολιτικής, εφόσον ανοίγουν μόνιμους δίαυλους και βρίσκουν αναδραστικούς τρόπους επικοινωνίας με τους επισκέπτες τους. Μέθοδοι, όπως η παρατήρηση του επισκέπτη κατά τη διάρκεια της μουσειακής επίσκεψης, συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια, ταχυδρομική έρευνα, βοηθούν στο να γνωρίσει το μουσείο το κοινό του¹³². Όταν το μουσείο γνωρίσει το κοινό του θα μπορέσει να καταλάβει τα ενδιαφέροντα του αλλά και τους λόγους που το ωθούν στην επίσκεψη ή μη στο μουσείο. Οι έρευνες κοινού με τα κατάλληλα στοιχεία¹³³ μπορούν να καθορίσουν το προφίλ των επισκεπτών. Από τη στιγμή που το μουσείο θα έχει καθορίσει το προφίλ του μέσου επισκέπτη, θα κατέχει αρκετά στοιχεία, ώστε να αξιολογήσει αν οι εκθέσεις και οι άλλες εκπαιδευτικές του δραστηριότητες ανταποκρίνονται στις ανάγκες, τις δυνατότητες, τα ενδιαφέροντα και τις προσδοκίες των επισκεπτών του¹³⁴. Ο ερευνητικός αυτός τομέας αποτελεί ένα σημαντικότερο εργαλείο για τη δημιουργία ενός σύγχρονου και επιτυχημένου πολιτιστικού κέντρου που θα ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των επισκεπτών του, θα δημιουργεί προσφορότερες συνθήκες για την προσέλκυση νέων επισκεπτών, θα συμβάλει στην καθιέρωση της μουσειακής επίσκεψης ως αξίας και ως ευχάριστης δραστηριότητας, ακόμη

¹³⁰ Merriman 1999, 44.

¹³¹ Μουσουρή και Γκαζή και Νικηφορίδου 2004, 193-204.

¹³² Οικονόμου 2003, 98-122.

¹³³ Η ηλικία, το φύλο, η περιοχή κατοικίας, το κοινωνικο-οικονομικό επίπεδο, η εκπαίδευση είναι στοιχεία τα οποία σε συνδυασμό με τα δημογραφικά στοιχεία του γενικού πληθυσμού της πόλης ή χώρας, μπορούν να δώσουν πολύτιμα στοιχεία σχετικά με το προφίλ των επισκεπτών. Βλ. Μουσουρή 1999β, 59.

¹³⁴ Μουσουρή 1999β, 56-61.

και στη συνείδηση του εν δυνάμει επισκέπτη. Έχοντας καθορίσει το δημογραφικό προφίλ του μέσου επισκέπτη, το μουσείο κατέχει αρκετά στοιχεία για να αξιολογήσει αν οι εκθέσεις και οι άλλες εκπαιδευτικές του δραστηριότητες ανταποκρίνονται στις ανάγκες, τις δυνατότητες, τα ενδιαφέροντά και τις προσδοκίες των επισκεπτών. Το μοντέλο της αξιολόγησης¹³⁵ που έχει χρησιμοποιηθεί μέχρι σήμερα έχει στηριχθεί σε μοντέλα που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση, στις κοινωνικές επιστήμες και στη διοίκηση επιχειρήσεων. Αποτελείται συνολικά από τρία στάδια, που συνήθως ανταποκρίνονται τα στάδια ανάπτυξης και υλοποίησης μια έκθεσης ή ενός προγράμματος, χωρίς αυτό να σημαίνει πως ακολουθούνται πιστά ή ότι το ένα προϋποθέτει την ολοκλήρωση του άλλου¹³⁶. Φυσικά από τη στιγμή που θα υλοποιηθεί ένα πρόγραμμα αξιολόγησης και θα προκύψουν κάποια συμπεράσματα, τα άτομα που εμπλέκονται με την υπό αξιολόγηση δραστηριότητα θα πρέπει να προβληματιστούν σοβαρά και να αποδείξουν έμπρακτα ότι λαμβάνουν υπόψη τους τα αποτελέσματα της αξιολόγησης, εφαρμόζοντας εκείνες τις αλλαγές που θεωρούν δυνατές και εποικοδομητικές.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ MARKETING ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Το marketing είναι εκείνος ο τομέας ο οποίος μπορεί να αναγνωρίσει το τι πραγματικά χρειάζεται ο επισκέπτης και να βρει τρόπους να ικανοποιήσει τις ανάγκες του με μέσα τα οποία θα είναι αποδεκτά και ελκυστικά από τον ίδιο¹³⁷. Πλέον τα μουσεία καλούνται να αντιμετωπίσουν δυναμικά τον ανταγωνισμό που ασκείται από διάφορες μορφές και προϊόντα της «βιομηχανίας της ψυχαγωγίας», καθώς τα ίδια εμπλέκονται πλέον ενεργά σε μια τέτοια διαδικασία¹³⁸. Αυτός ο λόγος σε συνάρτησή με την ανάγκη εξασφάλισης της οικονομικής βιωσιμότητάς τους, ώθησε τα μουσεία να αναζητήσουν και να υιοθετήσουν νέες πρακτικές. Για αυτό πολλές από τις θεωρίες και αναλύσεις του marketing¹³⁹ έχουν βρει εφαρμογή σε πολιτιστικούς οργανισμούς, όπως τα μουσεία. Δραστηριότητες του μουσείου, όπως κυριακάτικες ξεναγήσεις, συναυλίες γιορτές, τα εκπαιδευτικά προγράμματα

¹³⁵ Είναι πολύ διαδεδομένα στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική, ενώ στην Ελλάδα προγράμματα αξιολόγησης χρησιμοποιεί το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού. Βλ. Μουσούρη και Γκαζή και Νικηφορίδου 2004, 193-203.

¹³⁶ Πρόκειται για το προκαταρκτικό στάδιο, το διαμορφωτικό και το διορθωτικό. Βλ. Μουσούρη 1999β, 58-59.

¹³⁷ Hill-O'Sullivan-O'Sullivan 1996, 119.

¹³⁸ Παπαδόπουλος 1999, 45.

¹³⁹ Kotler-Kotler, 1998, 191-95.

και τα προγράμματα προσέγγισης δεν θα είχαν κανένα σκοπό ύπαρξης αν το κοινό δε συμμετείχε σε αυτά. Μια καλά σχεδιασμένη πολιτική marketing και δημοσίων σχέσεων θα διευκολύνει ώστε οι δραστηριότητες του μουσείου να διαφημίζονται ευρέως σε μέρη όπως αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, ραδιοφωνικοί σταθμοί και τοπικά τηλεοπτικά δίκτυα¹⁴⁰, ακόμη και μέσω του διαδικτύου, οπότε και θα έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό. Δεν είναι λίγα εκείνα τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί που κάνουν χρήση των τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και της τηλεόρασης¹⁴¹. Επίσης κάποια μουσεία στήνουν προσωρινές εκθέσεις σε πολυκαταστήματα και βιτρίνες για να φέρουν το μουσείο και τις συλλογές του πιο κοντά και την καθημερινή ζωή.

¹⁴⁰ Σκαλτσά 1999, 117-128.

¹⁴¹ Ένα από τα πολλά παραδείγματα αποτελεί η σειρά ταινιών για Αμερικανούς καλλιτέχνες που σχεδίασε η Εθνική Πινακοθήκη στην Ουάσιγκτον. Βλ. Οικονόμου 1999,52.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟΜΕΙΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΑΠΟ ΤΗ ΘΕΩΡΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ.

Είδαμε λοιπόν ποιοι είναι οι παράγοντες που θα πρέπει ένα μουσείο να λάβει υπόψη του προκειμένου να οργανώσει την επικοινωνιακή του πολιτική. Για να γίνει κατανοητό αυτό στην πράξη έχει επιλεγεί, όπως είπαμε και παραπάνω, το παράδειγμα του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου και μέσα από την καταγραφή καθενός από τους παραπάνω τομείς ξεχωριστά θα προσπαθήσουμε να ανιχνεύσουμε την επίσημη πολιτική του μουσείου. Για την προσπάθεια αυτή έχουν χρησιμοποιηθεί στοιχεία που μας έδωσε το ίδιο το μουσείο, ενώ έχει προηγηθεί και επιτόπια έρευνα.

5.1 Η ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

❖ **Σήμανση, φυλλάδια.** Θα ξεκινήσουμε από την ίδια την εικόνα του μουσείου προς τα έξω και το πώς αυτή μπορεί να επηρεάσει τελικά τον επισκέπτη. Το μουσείο βρίσκεται σε έναν από τους πιο πολυσύχναστους δρόμους, στο κέντρο της Αθήνας, κάτι που μπορεί να αποτελέσει πραγματικό προνόμιο. Ενημερωτικές πινακίδες σήμανσης, που συνδέονται άμεσα με το θέμα του γεωγραφικού προσανατολισμού¹⁴², υπάρχουν στους δρόμους γύρω από αυτό αλλά μόνον εκεί. Στο κέντρο της Αθήνας υπάρχουν επίσης κάποιες πινακίδες είναι όμως ελάχιστες και δεν επαρκούν, παρότι τέτοιες πινακίδες είναι ένας πραγματικά οικονομικός τρόπος για να διαφημιστεί το μουσείο και να υπενθυμίζει την ύπαρξη του¹⁴³. Μέσα στους σταθμούς του μετρό και του τραίνου υπάρχουν πινακίδες που γνωστοποιούν την ακριβή τοποθεσία του μουσείου. Θα μπορούσε ωστόσο σε αυτούς τους χώρους να υπάρχουν κάποια ενημερωτικά φυλλάδια¹⁴⁴ στα σημεία εισόδου και εξόδου από τους σταθμούς προκειμένου να μπορεί ο κόσμος να τα προμηθεύεται και να ενημερώνεται για την ύπαρξη και την ακριβή τοποθεσία του Μουσείου. Ενημερωτικά φυλλάδια υπάρχουν στα γραφεία της τουριστικής αστυνομίας και του ΕΟΤ, δεν υπάρχουν όμως σε ταξιδιωτικά γραφεία¹⁴⁵, όπου θα μπορούσε να χρησιμεύσουν ως μέσο διαφήμισης, καθώς αποτελούν χώρο που συγκεντρώνουν πλήθος τουριστών, κοινό το οποίο επισκέπτεται συστηματικά τα

¹⁴² Η μη ύπαρξη κατευθυντήριων πινακίδων μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά στον επισκέπτη, προκαλώντας του εκνευρισμό και να τον αποσυντονίσει γεγονός που μπορεί να συμβάλλει αρνητικά στη μουσειακή επίσκεψη. Βλ. Belcher, 1991, 103.

¹⁴³ Συγκεκριμένα, ο Belcher πιστεύει πως οι πινακίδες μπορούν να έχουν διττό ρόλο. Να παίξουν το ρόλο μηχανισμών κατεύθυνσης προς το μουσείο αλλά και να βοηθήσουν εκείνους που μπορεί να μην είναι σίγουροι να επισκεφτούν το μουσείο τελικά να το πράξουν.

¹⁴⁴ Τέτοια φυλλάδια θα πρέπει να αναφέρουν όχι μόνο την ακριβή τοποθεσία του μουσείου, αλλά και να δίνουν πληροφορίες σχετικές με τους τρόπους μεταφοράς προς το μουσείο, το ωράριο λειτουργίας του και τη φύση των συλλογών του. Βλ. Belcher, 1991, 103.

¹⁴⁵ Belcher, 1991, 103.

μουσεία. Από τους εργαζόμενους του μουσείου ωστόσο πληροφορηθήκαμε πως αν κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο ή άλλος οργανισμός αυτοβούλως θελήσει να προμηθευτεί ενημερωτικά φυλλάδια τότε το μουσείο μπορεί να του παράσχει κάποια αν και αυτά υπάρχουν σε περιορισμένο αριθμό και δεν τα διαχειρίζεται το μουσείο αλλά το ΤΑΠ (Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων).

❖ **Κτήριο, αρχιτεκτονική.** Εξαιρετικά σημαντικό για την εικόνα του Μουσείου είναι το ίδιο το κτήριο και η αρχιτεκτονική του. Πρόκειται για ένα επιβλητικό οικοδόμημα το οποίο εκτείνεται σε 62.056 τετραγωνικά μέτρα. Είναι ικανό να τραβήξει αμέσως την προσοχή των περαστικών τόσο λόγω της μεγαλοπρέπειας του, όσο και της διαφορετικότητας του από τα γύρω κτήρια της περιοχής. Μειονέκτημα του Μουσείου είναι πως πουθενά στην πρόσοψη του δεν αναγράφεται το όνομα του. Ο περαστικός λοιπόν μπορεί μεν να προσέξει το κτήριο εξαιτίας της αρχιτεκτονικής του, αλλά θα πρέπει να ρωτήσει για να μάθει για ποιο κτήριο πρόκειται. Επιπλέον, δεν υπάρχουν ούτε αφίσες αλλά ούτε πανό διαφημιστικά των περιοδικών και των μόνιμων εκθέσεων του μουσείου¹⁴⁶. Επομένως, δεν υπάρχει τίποτα που να δηλώνει την ιδιότητα του κτηρίου. Όπως και να έχει όμως, παρόλη την έλλειψη αναγραφής της ονομασίας του Μουσείου έξω από αυτό, η επιβλητικότητα του κτηρίου σε συνδυασμό με τον προσεγμένο και πολύ καλά οργανωμένο προαύλιο χώρο, δημιουργούν αμέσως την εντύπωση στον επισκέπτη πως πρόκειται για ένα σημαντικό κτήριο και ενδεχομένως να του εξάπτουν τη φαντασία. Πάντως η επιβλητικότητα και η αυστηρότητα του προϊδεάζουν άλλους επισκέπτες θετικά και άλλους αρνητικά σε σχέση με αυτό που θα υπάρξει στο εσωτερικό¹⁴⁷.

❖ **Προσβασιμότητα.** Η πρόσβαση στο ΕΑΜ δεν είναι η πλέον εύκολη παρά μόνο για αυτούς που χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Πραγματικά έχει προβλεφθεί ώστε να εξυπηρετούν όλες οι συγκοινωνίες, όμως τα πράγματα δυσκολεύουν όσον αφορά στους επισκέπτες εκείνους που θα επιλέξουν να χρησιμοποιήσουν αυτοκίνητο για τη μεταφορά τους. Όσον αφορά στην πρόσβαση στο Μουσείο σε άτομα με αναπηρίες, υπάρχει ράμπα, τουλάχιστον στο χώρο της εισόδου, που διευκολύνει την είσοδο σε άτομα με κινητικά προβλήματα και οι οποίοι είναι χρήστες αναπηρικών αμαξιδίων. Εξωτερικά όμως δεν έχει

¹⁴⁶ Τα συγκεκριμένα μέσα σχετίζονται με τον διανοητικό προσανατολισμό του επισκέπτη. Πέρα από το γεγονός πως τέτοια μέσα τραβάνε την προσοχή του επισκέπτη, όταν ο ξέρει τι να περιμένει από μια έκθεση μπορεί να συμμετάσχει σε αυτήν με μεγαλύτερη ευκολία και κατανόηση απέναντι στα νοήματα της. Βλ. Belcher, 1991, 100.

¹⁴⁷ Σύμφωνα μάλιστα με πληροφορίες των υπευθύνων του μουσείου, που προέκυψαν από ερωτηματολόγια που δόθηκαν στο κοινό, το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών θεωρεί πως το κτήριο είναι αυτό που αρμόζει στην ιδέα ενός αρχαιολογικού μουσείου.

γίνει ο οποιοσδήποτε άλλος σχεδιασμός και καμιά άλλη πρόβλεψη για τέτοιες ομάδες επισκεπτών.

Δεν υπάρχει διαθέσιμος χώρος για στάθμευση των αυτοκινήτων ή των λεωφορείων που μεταφέρουν ομάδες επισκεπτών, πρόβλημα ωστόσο που σχετίζεται με τη γενικότερη τοποθεσία του μουσείου στο κέντρο της Αθήνας. Ευτύχημα είναι πάντως το ότι η μεγάλη έκταση του προαύλιου χώρου του μουσείου επιτρέπει τη συγκέντρωση του πλήθους από τα σχολεία και τους ταξιδιώτες σε αυτόν πριν από την είσοδο τους στο μουσείο. Βέβαια δεν πρόκειται για κάποιον στεγασμένο χώρο, αλλά τουλάχιστον δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να προσυγκεντρωθούν με άνεση σε αυτόν.

5.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Μπαίνοντας στον εσωτερικό χώρο του Μουσείου τα πράγματα αρχίζουν να περιπλέκονται.

❖ **Εκδοτήριο και χώρος πληροφοριών.** Το κεντρικό σημείο πληροφοριών ταυτίζεται με το εκδοτήριο εισιτηρίων. Σε αυτό υπάρχει πίνακας με το ωράριο λειτουργίας του μουσείου, ενώ οι επισκέπτες μπορούν να προμηθευτούν δωρεάν φυλλάδια στα οποία αναφέρονται, τόσο στα ελληνικά όσο και στα αγγλικά, γενικές πληροφορίες σχετικές με την ιστορία του μουσείου και τις εκθέσεις του. Στα ίδια φυλλάδια υπάρχει σχεδιάγραμμα των αιθουσών του κτηρίου και των εκθεμάτων που αυτές φιλοξενούν, ενώ αναφέρονται επίσης και κάποιες πληροφορίες σχετικές με την ιστορία της κάθε συλλογής. Στο φυλλάδιο αυτό, παρότι υπάρχει το σχεδιάγραμμα των αιθουσών, οι οποίες αριθμούνται, δεν υπάρχει κάποια προτεινόμενη διαδρομή, αλλά αφήνονται οι επισκέπτες να αποφασίσουν οι ίδιοι την πορεία που θα ακολουθήσουν. Το γεγονός, αυτό σύμφωνα με τους Falk και Dierking¹⁴⁸, είναι αρκετά θετικό καθώς αφήνει τον επισκέπτη να διαμορφώσει ο ίδιος τη μουσειακή επίσκεψη με βάση το προσωπικό του πλαίσιο αναφοράς. Αυτό σημαίνει πως ο επισκέπτης ερχόμενος στο μουσείο έχει συγκεκριμένες προσδοκίες από την επίσκεψη αυτή την οποία έχει συσχετίσει, με βάση το προσωπικό του πλαίσιο αναφοράς (εμπειρίες, γνώσεις, ενδιαφέροντα), με συγκεκριμένους σκοπούς, όπως επίσκεψη για διασκέδαση, για γνώση, για νέες εμπειρίες, κ. α. (Βλ. σελ. 18, 50-51.)

❖ **Σχεδιάγραμμα αιθουσών** Το σχεδιάγραμμα των αιθουσών (βλ. παράρτημα) είναι αρκετά αναλυτικό και μπορεί να βοηθήσει πραγματικά τον επισκέπτη, ώστε να οργανώσει ο ίδιος το χρόνο του και να επιλέξει τη διαδρομή του, αν θέλει να δει κάποια συγκεκριμένα

¹⁴⁸ Falk και Dierking, 1992, 2.

εκθέματα. Στα φυλλάδια κάθε αίθουσα παίρνει διαφορετικό χρώμα, ανάλογα με την περίοδο την οποία παρουσιάζει. Βοηθάει πολύ τον επισκέπτη το γεγονός πως αυτά τα φυλλάδια μπορεί να τα έχει συνεχώς μαζί του καθ' όλη τη διάρκεια της επίσκεψης του και να τα συμβουλευεται, προκειμένου να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή που βρίσκεται, καθώς η διάρθρωση του χώρου στο μουσείο δεν είναι καθόλου απλή. Από τη στιγμή μάλιστα που στις αίθουσες δεν υπάρχει αρίθμηση, (ενώ στο φυλλάδιο υπάρχει), αλλά ούτε και ονομασία της κάθε αίθουσας, τα ενημερωτικά αυτά φυλλάδια μπορούν να αποδειχτούν εξαιρετικά χρήσιμα στον επισκέπτη¹⁴⁹.

❖ **Βοηθητικοί χώροι.** Στο μουσείο υπάρχουν και αρκετοί **βοηθητικοί** για τον επισκέπτη **χώροι**. Στους χώρους της εισόδου υπάρχει ιματιοθήκη όπου οι επισκέπτες μπορούν να αφήσουν τα πράγματα τους προκειμένου να μην τα μεταφέρουν μαζί τους κατά τη διάρκεια της επίσκεψης τους. Στο υπόγειο του μουσείου υπάρχουν τουαλέτες για το κοινό, διαμορφωμένες για να εξυπηρετούν και τα ΑμεΑ. Υπάρχει επίσης ειδικά διαμορφωμένος χώρος για καφέ ή φαγητό, ο οποίος έχει θέα στον κήπο του μουσείου. Πρόκειται βέβαια για έναν αρκετά πρόχειρα διαμορφωμένο χώρο, τουλάχιστον όμως προσφέρει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να ξεκουραστούν και ενδεχομένως να σκεφτούν και να ανταλλάξουν απόψεις σχετικές με την επίσκεψη που πραγματοποίησαν.

Σε αντίθεση με το αναψυκτήριο **ο κήπος** του Μουσείου είναι πραγματικά μοναδικός και προσφέρεται για μια σύντομη βόλτα αλλά και ενδείκνυται για να ξεαποστάσει ο επισκέπτης σε ένα ήρεμο περιβάλλον.

Τέλος στο υπόγειο του κτηρίου τοποθετείται και το **πωλητήριο** του μουσείου, όπου ο επισκέπτης μπορεί να αγοράσει τους οδηγούς των εκθέσεων, αντίγραφα των εκθεμάτων, εκμαγεία, χάρτες, αφίσες, διαφάνειες, εκδόσεις άλλων οδηγών μουσείων και θεμάτων της αρχαίας ελληνικής τέχνης, βιντεοκασέτες καθώς και πολλά άλλα αναμνηστικά της επίσκεψης του. Η ύπαρξη ενός ή και περισσότερων πωλητηρίων θεωρείται βασικός και αναπόσπαστος παράγοντας ενός σύγχρονου μουσείου. Τα αναμνηστικά μιας επίσκεψης σε ένα μουσείο απευθύνονται σε ένα πολύτροπο κοινό, το οποίο μαζικά αποτίει τον απαιτούμενο φόρο τιμής στον οργανωμένο, κατάλληλα συσκευασμένο πολιτισμό του παρελθόντος και του παρόντος χρόνου. Μεγάλα μουσεία σε Αμερική και Ευρώπη διέγνωσαν έγκαιρα τη σημασία των πωλητηρίων και εκμεταλλεύτηκαν τις συλλογές τους μετατρέποντας τον επισκέπτη σε πελάτη, εξασφαλίζοντας διαφήμιση και έσοδα. Δυστυχώς στα ελληνικά κρατικά μουσεία τα πράγματα δεν είναι ίδια. Τα πωλητήρια εφόσον υπάρχουν στριμώχνονται σε υπόγεια, όπως

¹⁴⁹ Όπως εξάλλου ξαναείπαμε (σελ. 54) η αίσθηση αποπροσανατολισμού μπορεί να συμβάλλει αρνητικά στην ψυχολογία του επισκέπτη και τελικά σε ολόκληρη τη μουσειακή επίσκεψη. Βλ. Belcher 1991, 99-100.

στην περίπτωση του ΕΑΜ, και κλιμακοστάσια αναπαράγοντας την εσωστρέφεια και το ύφος των ιδρυμάτων που τα στεγάζουν¹⁵⁰.

❖ **Προσωπικό του μουσείου.** Θετικό είναι το γεγονός πως οι εργαζόμενοι¹⁵¹ στο Μουσείο είναι αρκετά φιλικοί και πρόθυμοι να εξυπηρετήσουν και να προσφέρουν πληροφορίες σχετικές με τις εκθέσεις. Παρατηρήθηκε βέβαια μια σχετική άγνοια των φυλάκων¹⁵² του Μουσείου σε θέματα σχετικά με την επανέκθεση καθώς και σε κάποιες, άλλες πληροφορίες σχετικές με τη λειτουργία του Μουσείου.

5.3 ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΣΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

❖ **Σήμανση και προσανατολισμός στον εκθεσιακό χώρο.** Εντύπωση προκαλεί το γεγονός πως δεν υπάρχει καμία απολύτως σήμανση προς τις εκθέσεις. Στα φυλλάδια μπορεί να αναφέρονται αριθμητικά οι αίθουσες και οι περίοδοι που αυτές παρουσιάζουν, καθώς και να παρατίθεται διαφορετικό χρώμα για κάθε μία από τις διαφορετικές ιστορικές περιόδους, όμως μέσα στο χώρο του μουσείου δεν υπάρχει καμία ένδειξη που να δηλώνει σε ποια αίθουσα βρίσκεται ο επισκέπτης. Πραγματικά **η παρακολούθηση της ροής της έκθεσης** δεν είναι καθόλου εύκολη. Ενώ θα περίμενε κανείς, με βάση το σχεδιάγραμμα, να είναι μια κυκλική διαδρομή υπάρχουν τόσες πολλές αίθουσες και τόσες πολλές θεματικές που δεν είναι εύκολη η νοηματική μετάβαση από την έκθεση στην άλλη. Έχει γίνει προσπάθεια να παρουσιαστούν τα εκθέματα κατά χρονολογική σειρά, όμως αυτό δεν ακολουθείται αυστηρά. Ο επισκέπτης πολλές φορές συναντάει μπροστά του πόρτες, στο μέσο μιας αίθουσας, χωρίς να έχει καταφέρει να ολοκληρώσει την περιήγηση του στην αίθουσα αυτή, με αποτέλεσμα να μη γνωρίζει αν πρέπει να συνεχίσει τη διαδρομή ή να μεταβεί στον άλλο χώρο που ανοίγεται μπροστά του. Έχοντας βέβαια το σχεδιάγραμμα στα χέρια του ο επισκέπτης μπορεί να χαράξει ο ίδιος τη διαδρομή που θέλει να ακολουθήσει, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του, αλλά στην πράξη αυτό αποδεικνύεται ανεφάρμοστο. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που το συναντάει και με την είσοδο του στο χώρο του μουσείου. Μπαίνοντας αυτό που αντικρίζει είναι τρεις διαφορετικές είσοδοι χωρίς καμία απολύτως σήμανση και επομένως δε γνωρίζει

¹⁵⁰ Μέννεγκα 2004, 34-36.

¹⁵¹ Σύμφωνα με τον Belcher είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει κάποιος στην είσοδο του Μουσείου, όχι φύλακας, ντυμένος με απλά ρούχα και όχι στολή, ώστε να δημιουργεί φιλικά συναισθήματα στους επισκέπτες. Βλ. Belcher, 1991, 109.

¹⁵² Θελήσαμε να μας πουν κάποιες πληροφορίες σχετικά με τις χρονολογίες των επανεκθέσεων και τις περιοδικές συλλογές αλλά δυστυχώς δε γνώριζαν να μας απαντήσουν. Παρατηρήθηκε επίσης πως δε φορούσαν στολή, κάτι που τους καθιστά μεν πιο οικείους προς τους επισκέπτες, όμως είναι ένα θέμα στο οποίο θα μπορούσε να δοθεί μεγαλύτερη βάση και προσοχή από αισθητικής πλευράς.

ποια διαδρομή πρέπει να ακολουθήσει ώστε να δει τα εκθέματα τουλάχιστον με χρονολογική σειρά¹⁵³. Γενικότερα ο χώρος της έκθεσης φαίνεται να μην είναι σχεδιασμένος με τέτοιο τρόπο που να εξυπηρετεί τον επισκέπτη. Είπαμε πως υπάρχουν πολλές και ανοικτές πόρτες, όμως σε κάποιες περιπτώσεις ο επισκέπτης βρίσκει μπροστά του κλειστές πόρτες, με αποτέλεσμα να χρειάζεται να κάνει ολόκληρους κύκλους για να ξαναβρεθεί στην είσοδο του Μουσείου και να συνεχίσει τη διαδρομή του (βλ. παράρτημα 1, αιθ.14 και ενώ στην κάτοψη φαίνεται πως οι αίθουσες 21 και 4 επικοινωνούν στην πραγματικότητα αυτό δεν ισχύει).

❖ **Εκθετικό ύφος και ερμηνευτικά μέσα.** Κάτι που παρατηρήθηκε και προκάλεσε εντύπωση είναι το διαφορετικό ύφος στις ενότητες των εκθέσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η συλλογή των γλυπτών της κλασικής και της αρχαϊκής περιόδου που παρουσιάζονται με μια σχετική αυστηρότητα σε σχέση με κάποιες άλλες συλλογές, όπως είναι η συλλογή της Θήρας. Στην τελευταία φαίνεται να υπάρχει μια διαφορετική αντίληψη ακόμη και στον τρόπο που έχουν γραφτεί οι λεζάντες και τα εισαγωγικά κείμενα. Διαφορά παρατηρείται και στις αίθουσες που άλλαξαν με την επανέκθεση, τόσο στις προθήκες όσο και στο φωτισμό αλλά και στη διαρρύθμιση της αίθουσας. Δεν υπάρχει ομοιογένεια λοιπόν στον τρόπο παρουσίασης των συλλογών, κάτι που μπορεί μεν να οφείλεται στη διαφορετικότητα των εκθεμάτων όμως δίνει την εντύπωση στον επισκέπτη πως δεν υπάρχει συνοχή μεταξύ των θεματικών ενότητων.

Η αποδοχή της νομιμότητας των πολλαπλών αναγνώσεων και των διαφορετικών ερμηνειών είχε ως άμεση συνέπεια την αλλαγή στους τρόπους έκθεσης. Η αμφισβήτηση του παραδοσιακού ρόλου του μουσείου, η αμφισβήτηση των στερεότυπων απόψεων, η στροφή του ενδιαφέροντος προς τις διαφορετικές ομάδες επισκεπτών έχουν φέρει τους επιμελητές των μουσείων-αντιμέτωπους με μια σειρά θεμάτων, κοινωνικών, πολιτικών, πολιτιστικών και ηθικών τα οποία παλαιότερα δεν είχαν απασχολήσει τους υπευθύνους μουσείων¹⁵⁴. Είναι πολύ δύσκολο λοιπόν να βρεθεί εκείνο το εκθετικό ύφος που θα ικανοποιεί όλους τους επισκέπτες του μουσείου αλλά και την ίδια την ανάδειξη των εκθεμάτων

Ευτύχημα είναι η ύπαρξη εισαγωγικών και επεξηγηματικών **κειμένων**¹⁵⁵ σε κάθε διαφορετική χρονολογική ενότητα της έκθεσης. Τα συγκεκριμένα κείμενα είναι πάρα πολύ σημαντικά καθώς εισαγάγουν τον επισκέπτη στα νοήματα της έκθεσης και του παρέχουν

¹⁵³ Οι ίδιοι οι υπεύθυνοι του Μουσείου ανέφεραν πως για το σχεδιασμό της επανέκθεσης δεν έχει γίνει καμία μουσειολογική μελέτη που θα λαμβάνει υπόψη της κάθε έναν από τους διαφορετικούς τύπους προσανατολισμού.

¹⁵⁴ Γκαζή 2004, 8.

¹⁵⁵ Κατά τον Belcher τα συγκεκριμένα κείμενα συμβάλλουν στο διανοητικό προσανατολισμό του επισκέπτη και τον φέρνουν πιο κοντά στα νοήματα της έκθεσης κάνοντας του πιο οικείο το περιβάλλον.

σύντομες πληροφορίες για την ενότητα η οποία θα ακολουθήσει. Τα εισαγωγικά αυτά κείμενα είναι γραμμένα τόσο στα ελληνικά όσο και στα αγγλικά¹⁵⁶. Ενδεχομένως επειδή πρόκειται για ένα εθνικό μουσείο θα ήταν σκόπιμο να είχε προβλεφθεί η μετάφραση και σε άλλες γλώσσες. Οι πινακίδες με τα εισαγωγικά αυτά κείμενα είναι αναρτημένες στον τοίχο, σε εμφανές σημείο και σε ύψος κατάλληλο εργονομικά (0,80-1,20μ.) για ανάγνωση¹⁵⁷. Δεν πρόκειται για πολύ μεγάλα κείμενα (περίπου στις 200 λέξεις)¹⁵⁸, δεν αποσπούν την προσοχή του επισκέπτη από τα εκθέματα, ενώ οι χαρακτήρες που έχουν χρησιμοποιηθεί για τα κείμενα είναι απλοί και ευανάγνωστοι. Πολλές φορές μάλιστα αυτά τα κείμενα συνοδεύονται και από χάρτες, εικόνες και φωτογραφίες (όπως στην Κυρά της Θήρας) προκειμένου να βοηθήσουν τον επισκέπτη να τα κατανοήσει ευκολότερα. Τα κείμενα δεν είναι ιδιαίτερα κουραστικά και δεν χρησιμοποιούν δύσκολους όρους αν και σε κάποιες περιπτώσεις θα μπορούσαν να αποφευχθούν κάποιοι δύσκολοι και ειδικόι όροι που απευθύνονται σε ένα πιο ειδικό κοινό.

Από τα σημαντικότερα προβλήματα του μουσείου είναι οι λεζάντες και οι προθήκες του. Δεδομένου του όγκου των συλλογών και της έλλειψης χώρου που δεν είναι ικανός να φιλοξενήσει όλη αυτή την πληθώρα των εκθεμάτων παρατηρείται υπερσυγκέντρωση εκθεμάτων στις προθήκες. Θετικό είναι το γεγονός πως η τοποθέτηση των προθηκών και των λεζάντων είναι σε τέτοιο ύψος ώστε να εξυπηρετούν και άτομα καθήμενα σε αναπηρικά αμαξίδια. Παρόλα αυτά, πολλές φορές είναι δυσκολονόητες και ο επισκέπτης χάνεται μέσα σε αυτές. Άλλες πάλι φορές τα εκθέματα στις προθήκες και οι λεζάντες τους δεν αντιστοιχούν, ενώ παρατηρήθηκε να λείπουν κάποιες λεζάντες. Είναι μάλιστα τόσο πυκνογραμμένες και τόσες πολλές μαζί, που ο επισκέπτης χάνει πραγματικά πολύτιμο χρόνο στην προσπάθεια του να αντιστοιχίσει τις λεζάντες με τα ανάλογα αριθμημένα εκθέματα. Γενικά πάντως οι λεζάντες των εκθεμάτων δεν είναι το δυνατό σημείο του μουσείου, αδυναμία την οποία αναγνωρίζουν και οι ίδιοι οι υπεύθυνοι¹⁵⁹.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω (σελ. 54), είναι πολύ σημαντικό ο επισκέπτης να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή σε ποιο χώρο βρίσκεται. Το αντίκτυπο της αίσθησης αποπροσανατολισμού είναι μεγάλο, καθώς δημιουργείται στον επισκέπτη εκνευρισμός και σύγχυση. Γεγονός είναι πως το μέγεθος του μουσείου και ο όγκος των εκθεμάτων απαιτεί να αφιερώσεις πραγματικά πολύ ώρα στην επίσκεψη στο Μουσείο. Όταν όμως οι συνθήκες

¹⁵⁶ Hooper-Greenhill 1994, 133.

¹⁵⁷ Ambrose-Paine 1993, 94.

¹⁵⁸ Edson-Dean 1996, 188.

¹⁵⁹ Σχετικά με τις λεζάντες μας ενημέρωσαν πως γνωρίζουν το πρόβλημα και στην επανέκθεση του 2007 θα φροντίσουν κάποιες από αυτές να αλλάξουν μορφή.

δυσχεραίνουν την επίσκεψη είναι αυτονόητο πως οι επισκέπτες δε θα νιώσουν δεκτικοί απέναντι στο Μουσείο και τις εκθέσεις του¹⁶⁰.

❖ **Χρήση νέων τεχνολογιών.** Η χρήση νέων τεχνολογιών στο Μουσείο είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Το μοναδικό μέσο νέας τεχνολογίας είναι κάποιες οθόνες τηλεόρασης, στην αίθουσα που φιλοξενεί τα εκθέματα της Θήρας, που παρουσιάζουν βίντεο από το χώρο της ανασκαφής. Παράλληλα, βλέπουμε κάποιους αρχαιολόγους να μιλάνε για τα ευρήματα και την ανασκαφή αλλά τα βίντεο δεν έχουν ήχο, οπότε και δε μπορούμε να γνωρίζουμε για τι ακριβώς μιλάνε. Υπάρχουν και μηχανισμοί αυτόματης ξενάγησης που παρουσιάζουν ωστόσο αρκετά προβλήματα συγχρονισμού.

❖ **Σημεία ανάπαυσης.** Στο Μουσείο έχει επίσης προβλεφθεί και η ύπαρξη αρκετών σημείων ανάπαυσης. Ανά τακτά διαστήματα και σε όλες τις αίθουσες υπάρχουν πάγκοι ώστε να μπορεί ο επισκέπτης να ξεαποστάσει. Είναι τοποθετημένοι σε αρκετά καλά σημεία και επιτρέπουν την καλή θέαση των εκθεμάτων χωρίς οι ίδιοι να μοιάζουν παράταιροι μέσα στο χώρο, αντίθετα αφομοιώνονται σε αυτόν πολύ καλά. Η ύπαρξη τέτοιων καθισμάτων μπορεί να αποδειχτεί πραγματικά σωτήρια και να συμβάλλει ώστε ο επισκέπτης να παρακολουθήσει με περισσότερη άνεση την επίσκεψη του¹⁶¹.

5.4 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

❖ **Περιοδικές εκθέσεις.** Το ΕΑΜ στα πλαίσια της επικοινωνιακής του πολιτικής διοργανώνει και φιλοξενεί περιοδικές εκθέσεις καθώς επίσης συμμετέχει και περιοδικές εκθέσεις του εξωτερικού. Τα θέματα τα οποία επιλέγονται έχουν να κάνουν τόσο με την αρχαία ελληνική τέχνη όσο και την ιστορία άλλων λαών και πολιτισμών. Το Μουσείο διαθέτει ξεχωριστές αίθουσες στις οποίες φιλοξενεί αποκλειστικά τις περιοδικές του εκθέσεις¹⁶². Το Εθνικό Μουσείο της χώρας οφείλει να παρουσιάζει τέτοιες εκθέσεις¹⁶³ προκειμένου να διατηρεί αμείωτο το ενδιαφέρον των επισκεπτών του. Ενδεικτικά τέτοιες εκθέσεις που έχουν γίνει στο παρελθόν είναι οι εξής: «Εύθραστη πολυτέλεια. Γυάλινα αγγεία του ΕΑΜ»

¹⁶⁰ Όταν επομένως ο γεωγραφικός προσανατολισμός είναι προβληματικός, έχουμε επισκέπτες νευρικούς και αγχωμένους που αδυνατούν να συγκεντρωθούν στα εκθέματα. Βλ. Belcher, 1991, 99.

¹⁶¹ Αν θυμηθούμε μάλιστα τα λόγια του Bugcau πως ο επισκέπτης είναι ένας κουρασμένος πεζός με πονεμένα πόδια και έγνοιες (βλ. παραπάνω, σελ. 54), τότε μπορούμε να καταλάβουμε πόσο ωφέλιμες είναι τέτοιες κινήσεις στο χώρο του μουσείου.

¹⁶² Κατά τον Belcher (1991, 113), κάθε μουσείο οφείλει να διαθέτει τουλάχιστον έναν χώρο αφιερωμένο αποκλειστικά στις περιοδικές εκθέσεις.

¹⁶³ Οι υπεύθυνοι κάνουν λόγο για προσπάθειες να πραγματοποιείται τουλάχιστον μια περιοδική έκθεση το χρόνο.

(16.4.2002-31.7.2002) και επρόκειτο για μια επιλογή από σπάνια γυάλινα σκεύη της Συλλογής Αγγείων και Μικροτεχνίας του Μουσείου που παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στις αίθουσες των περιοδικών εκθέσεων του Μουσείου., «*Μινωιτών και Μυκηναίων Γεύσεις*» (12.7.1999 - 12.10.1999) , Κοσμήματα της ελληνικής προϊστορίας. Ο νεολιθικός θησαυρός» (15.12.1998 - 28.2.1999)., «*Οι Έλληνες στην Ισπανία: στα βήματα του Ηρακλή*» (27.5.1998 - 5.7.1998), «*Ο θησαυρός των Αηδονιών. Κοσμήματα και πολύτιμα αντικείμενα της ύστερης εποχής του χαλκού στο Αιγαίο*» (Δεκέμβριος 1996 - Απρίλιος 1997). Το Μουσείο πραγματοποιεί και εκθέσεις που σχετίζονται με θέματα επίκαιρα ,προκειμένου να βρίσκεται μέσα στο κλίμα της εποχής και να ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντα του κοινού του. Μια τέτοια έκθεση ήταν και ο «Αγών» (15.7.2005-31.10.2004) που πραγματοποιήθηκε ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων και παρουσίαζε εκθέματα τόσο από τα ελληνικά μουσεία όσο και από μουσεία του εξωτερικού (σε εκμαγεία ή φωτογραφίες), σχετικά με τους αγώνες θεών και ανθρώπων στην αρχαία Ελλάδα.

❖ **Συνεργασίες.** Το Μουσείο πραγματοποιεί βέβαια και συνεργασίες με άλλα μουσεία για τη δημιουργία εκθέσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι και η 25^η έκθεση του Συμβουλίου της Ευρώπης με τίτλο «*Θεοί και ήρωες της εποχής του Χαλκού. Η Ευρώπη στις ρίζες του Οδυσσέα*» (11.2.1999 - 7.5.2000). Η 25η έκθεση του Συμβουλίου της Ευρώπης με θέμα την πρώτη "χρυσή εποχή" της Ευρώπης, την εποχή του Χαλκού, Η δημιουργία αυτής της έκθεσης ήταν το αποτέλεσμα της συνεργασίας είκοσι ευρωπαϊκών χωρών επί σειρά ετών με κοινό στόχο να παρουσιασθεί, για πρώτη φορά, μια αντιπροσωπευτική εικόνα της Ευρώπης την εποχή του Χαλκού (3η και 2η χιλιετία π.Χ.) από τη Σκανδιναβία, τη Βρετανία και τη Ρωσία μέχρι την Ελλάδα, την Κύπρο, την Ιταλία και την Ιβηρική Χερσόνησο. Στην Αθήνα ολοκληρώθηκε η περιοδεία της μεγάλης αυτής έκθεσης, που έχει ήδη παρουσιασθεί στη Δανία (Nationalmuseet, Κοπεγχάγη), τη Γερμανία (Kunst-und Ausstellungshalle, Βόννη) και τη Γαλλία (Grand Palais, Παρίσι). Κάθε χρόνο, από τον Νοέμβριο έως τον Μάιο, δίνονται ανά δεκαπενθήμερο, στο αμφιθέατρο του Εθνικού Μουσείου, επιστημονικές διαλέξεις με θέματα αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, οι οποίες οργανώνονται από το Μουσείο με την χορηγία του ΥΠΠΟ - Ελληνικού Τμήματος ICOM και της Εταιρείας των Φίλων του Εθνικού Μουσείου.

❖ **Εκπαιδευτικά προγράμματα.** Όπως είδαμε τα μουσεία διεκδίκησαν το ρόλο και του εκπαιδευτικού αλλά και του ψυχαγωγικού φορέα. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι το μέσο εκείνο που τα βοήθησαν προκειμένου να επιτύχουν αυτόν τον στόχο¹⁶⁴. Κάθε

¹⁶⁴ Η ιδέα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε μουσεία της Ελλάδας βρήκε την πρώτη εφαρμογή της το 1978, όταν το Μουσείο Μπενάκη καθιέρωσε για πρώτη φορά τη λειτουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παιδιά.

εκπαιδευτικό πρόγραμμα στο μουσείο ξεκινά με την ενεργοποίηση των πέντε αισθήσεων, ώστε να αναλυθούν, να συζητηθούν και να συγκεντρωθούν όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία¹⁶⁵. Η συμβολή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στην κατανόηση της μουσειακής επίσκεψης πλέον θεωρείται απαραίτητη, για αυτό και σήμερα η ένταξη των μουσείων στην εκπαιδευτική διαδικασία και η σύνδεση τους με τα αναλυτικά προγράμματα των τάξεων πραγματοποιείται σε μεγάλο ποσοστό¹⁶⁶. Αυτό είναι αποτέλεσμα της εκπαιδευτικής πολιτικής που ακολουθούν όλο και περισσότερα μουσεία της χώρας, αλλά και μιας μεγαλύτερης μέριμνας που έχει λάβει η πολιτεία, τουλάχιστον σε επίπεδο ενημέρωσης των εκπαιδευτικών, σχετικά με τις υπηρεσίες και τις δραστηριότητες των μουσείων¹⁶⁷.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων που αφορούν τα εκπαιδευτικά προγράμματα¹⁶⁸, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο παρουσιάζει ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μικρούς μαθητές ηλικίας 5 έως 7 ετών (Νηπιαγωγείου και Α' και Β' τάξεων του Δημοτικού Σχολείου) με τίτλο "**Ζωντανεύοντας τα αρχαία μας**". Σκοπός του προγράμματος είναι η γνωριμία των μικρών μαθητών με το Μουσείο και τις αρχαιότητες μέσω ενός συγκεκριμένου εκθέματος για το οποίο και μόνο πραγματοποιείται η επίσκεψη (π.χ. πάμε στο Εθνικό Μουσείο να δούμε τους 'Μικρούς Πυγμάχους'). Τα επιλεγμένα έργα, από τα οποία ο εκπαιδευτικός μπορεί να επιλέξει ένα, είναι δύο: 1) η τοιχογραφία των 'Πυγμάχων' της Θήρας' και 2) το αρχαϊκό άγαλμα της Κόρης Φρασίκλειας. Η εφαρμογή του εκπαιδευτικού προγράμματος πραγματοποιείται με τη μέθοδο της δραματοποίησης. Γεγονός πάντως είναι πως τα μουσεία πλέον επιδιώκουν μια στενότερη συνεργασία με τους εκπαιδευτικούς των σχολείων και προς την κατεύθυνση αυτή κινούνται πολλές από τις δραστηριότητες τους, όπως η δημιουργία υλικού προετοιμασίας για το δάσκαλο, η έκδοση ειδικών τευχών με τον τρόπο ερμηνείας των συλλογών ενός μουσείου, η διεξαγωγή σεμιναρίων, διαλέξεων και ξεναγήσεων που απευθύνονται σε εκπαιδευτικούς. Ένα από τα μεγαλύτερα μουσεία στον κόσμο το Victoria and Albert του Λονδίνου, ακολουθεί αποκλειστικά αυτή την πρακτική. Στο ειδικό τεύχος για τους δασκάλους σημειώνεται: « Ο στόχος του εκπαιδευτικού τμήματος του μουσείου είναι να βοηθήσει τους δασκάλους να χρησιμοποιήσουν το μουσείο ανεξάρτητα. Δεν προσφέρουμε

¹⁶⁵ Hooepr-Greenhill, 1994, 230-2.

¹⁶⁶ Χαλκιά, 298.

¹⁶⁷ Στην ενημέρωση των εκπαιδευτικών για τα μουσεία και τα προγράμματά τους έχει συμβάλει σημαντικά η οργάνωση των συνεδρίων «Μουσείο-Σχολείο» στην περιφέρεια της χώρας από το Ελληνικό Τμήμα του Ι. C.O.M., καθώς και τα σεμινάρια εκπαιδευτικών που οργανώνονται στο πλαίσιο του προγράμματος ΜΕΛΙΝΑ.

¹⁶⁸ Στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών προγραμμάτων του μουσείου κατά τη διάρκεια του 2006 θα πραγματοποιηθούν και άλλα τρία προγράμματα, Το Χαμόγελο του Κούρου, Άνθρωποι, Λιοντάρια και Χρυσός, καθώς και το Φύση, θάλασσα και ζωή.

μια γενική εκπαιδευτική υπηρεσία για σχολικές ομάδες, αλλά παρέχουμε στους δασκάλους, μέσα από μια μεγάλη σειρά εκπαιδευτικών εκδόσεων και σεμιναρίων πληροφορίες για το πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι χώροι του μουσείου. Κάποιες φορές οργανώνουμε διδασκαλία μέσα στις αίθουσες του μουσείου και διαλέξεις σχετικές με τις συλλογές του». Στην Ελλάδα, στο Μουσείο Μπενάκη, οργανώνονται μια φορά την εβδομάδα σεμινάρια για τους εκπαιδευτικούς σχετικά με τις συλλογές του μουσείου, ώστε να μπορούν να επισκεφτούν το μουσείο ανεξάρτητα με την τάξη τους. Όσοι εκπαιδευτικοί αποφασίσουν να συμμετάσχουν με την ομάδα τους σε ένα από τα οργανωμένα προγράμματα του μουσείου λαμβάνουν στο σχολείο υλικό προετοιμασίας με όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τη συλλογή, καθώς και πολλές πρακτικές οδηγίες για το πώς μπορούν οι ίδιοι να συμβάλλουν στην καλύτερη διεξαγωγή του προγράμματος.

Ένας από τους κυριότερους στόχους του Εθνικού Μουσείου είναι να προσεγγίσει τα παιδιά. Να τα προσελκύσει και να τα μυήσει, ώστε αυτός ο τομέας που λέγεται επίσκεψη στα Μουσεία να γίνει μέρος δημιουργικό του ελεύθερου χρόνου τους και στο μέλλον, στην ενηλικίωση. Με αυτό το σκεπτικό το Μουσείο, εκτός από τα Εκπαιδευτικά του Προγράμματα που πραγματοποιούνται μέσω των σχολείων, παρουσιάζει ένα ακόμη πρόγραμμα, το **Παραμύθι της Κυριακής στο Μουσείο**. Η πρωτοβουλία εδώ πέφτει στην οικογένεια στην οποία προφέρεται μια πρωινή βόλτα/ έξοδος /διέξοδος και συνάμα διασκέδαση και αβίαστη εκπαιδευτική γνώση για τα μικρά παιδιά τους (4 έως 12 ετών) τις Κυριακές. Έτσι, μία ή δύο Κυριακές κάθε μήνα παρουσιάζεται μέσα στο Μουσείο ένα παραμύθι. Μια ιστορία διαφορετική κάθε φορά που θα αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο αρχαίο έργο. Έχουν επιλεγεί δέκα εκθέματα. Για το καθένα η πληροφόρηση παίρνει τη μορφή παραμυθιού (π.χ. η χρυσή μάσκα 'του Αγαμέμνονα', η Ωραία Κόρη Φρασίκλεια και άλλα) που θα το παρουσιάζει η ομάδα αφήγησης "Παραμυθοσέντουκο". Η ομάδα "Παραμυθοσέντουκο, αποτελείται από τρία άτομα, την αφηγήτρια και δύο μουσικούς που επενδύουν τη διήγηση. Υπάρχει επιπλέον και οπτικό μέσο εμπέδωσης με προβολή διαφανειών. Τα παιδιά θα παρακολουθούν καθισμένα σε μαξιλαράκια στο δάπεδο μπροστά στο αρχαίο έκθεμα. Στο τέλος δίνεται στα παιδιά ειδικό βιβλιαράκι στο οποίο καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήσεις, να αυτοσχεδιάσουν, να ζωγραφίσουν αλλά και να αναγνωρίσουν κάποια από τα γλυπτά και αγγεία που είδαν κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους. Στη διάρκεια του παραμυθιού οι συνοδοί έχουν τη δυνατότητα να καθίσουν στο κυλικείο του Μουσείου ή να φύγουν. Το πρόγραμμα έχει διάρκεια μιας περίπου ώρας.

Το ΕΑΜ προσφέρει και εκπαιδευτικό πρόγραμμα για κωφάλαλους, το μοναδικό στην Ελλάδα, με την ονομασία **Το Μάτι Ακούει**. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1998 στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο στο πλαίσιο των Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων του Υπουργείου Πολιτισμού. Το πρόγραμμα πραγματοποιείται κάθε χρόνο από τον Οκτώβρη μέχρι τον Μάρτιο και παίρνουν μέρος μαθητές δημοτικού, γυμνασίου και λυκείου από τη χώρα μας καθώς και επισκέπτες από το εξωτερικό. Υπεύθυνη του προγράμματος είναι η αρχαιολόγος κ. Δήμητρα Κοκκέβη-Φωτίου. Οι μαθητές καλούνται να επιλέξουν μία αίθουσα του Μουσείου. Για τους μαθητές του δημοτικού γίνεται διάλογος με ερωτήσεις και απαντήσεις, ενώ η χρήση των εκθεμάτων ερμηνεύεται με τη βοήθεια πλαστικοποιημένων καρτών και εικόνων. Μετά την ξενάγηση οι μαθητές διασκεδάζουν ζωγραφίζοντας τα αντικείμενα που τους έκαναν εντύπωση στην έκθεση ή επιδίδονται σε διαγωνισμό παζλ με θέματα τις αρχαίες τοιχογραφίες. Για τους μαθητές του γυμνασίου γίνεται εκπαιδευτική διάλεξη στο αμφιθέατρο του Μουσείου με την προβολή διαφανειών, ώστε οι μαθητές να κατανοήσουν το έργο του αρχαιολόγου. Κατόπιν τα παιδιά οδηγούνται στον εκθεσιακό χώρο, όπου συμμετέχουν ενεργά στην ξενάγηση με ερωτήσεις. Στη συνέχεια η εμπέδωση ενισχύεται αβίαστα με ζωγραφική πάνω σε βότσαλα ή την μέθοδο της χαλκογραφίας. Επίσης, προσπαθούν να κατατάξουν σε χρονολογική σειρά κάρτες με αρχαιολογικά θέματα. Το πρόγραμμα παρουσιάζει τεράστια επιτυχία και οι μαθητές αφήνουν το Μουσείο ενθουσιασμένοι. Η αξιολόγηση γίνεται με ειδικά ερωτηματολόγια που απαντώνται από τους εκπαιδευτικούς.

5.5 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

Πρόκειται για έναν τομέα στον οποίο το Μουσείο πραγματικά μειονεκτεί. Δυστυχώς δε δραστηριοποιείται σε προγράμματα εκτός του φυσικού του χώρου, κάτι για το οποίο οι υπεύθυνοί μας εξομολογήθηκαν πως θεωρούν ότι οφείλεται στην έλλειψη χρημάτων για αυτές τις δραστηριότητες γεγονός επιζήμιο για την προβολή του. Ας μην ξεχνάμε πως πρόκειται για ένα μουσείο δημόσιο που στηρίζεται εξ ολοκλήρου στη χορηγία του κράτους. Αυτό δε δικαιολογεί βέβαια σε καμιά περίπτωση τις ελλείψεις που παρουσιάζει το μουσείο στον τομέα των έξω-μουσειακών δραστηριοτήτων και στον τομέα του μαρκετινγκ-μανατζμεντ, αλλά δείχνει αν μη τι άλλο που οφείλονται σε μεγάλο βαθμό οι αδυναμίες του Μουσείου. Η διαφήμιση του Μουσείου γίνεται παρά μόνο μέσα από τα κρατικά κανάλια και από δημόσιους φορείς. Δεν επιτρέπεται στο Μουσείο να έχει ιδιωτικούς χορηγούς ενώ το γεγονός πως και η ίδια η ιστοσελίδα παρέχεται μέσα από έναν κρατικό φορέα δηλώνει το πόσο περιορισμένο είναι το Μουσείο σε θέματα πρωτοβουλίας των υπευθύνων του.

❖ **ΕΚΔΟΣΕΙΣ.** Το Μουσείο εκδίδει καταλόγους για τις μόνιμες και τις περιοδικές του εκθέσεις οι οποίοι είναι αρκετά αναλυτικοί και χρήσιμοι για τους επισκέπτες. Παράλληλα επιμελείται ειδικά βιβλιαράκια τα οποία διανέμονται δωρεά στους μαθητές που συμμετέχουν στα εκπαιδευτικά προγράμματα και αφορούν τόσο στο πρόγραμμα το οποίο παρακολούθησαν αλλά και στη γενικότερη επίσκεψη τους. Παράλληλα τον Απρίλιο του 2001 κυκλοφόρησε το πρώτο τεύχος του περιοδικού του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου, *Το Μουσείον*. Πρόκειται για ετήσιο περιοδικό, διαρθρωμένο σε τρεις κύριες θεματολογικές ενότητες: Η πρώτη ενότητα, "Αποκτήματα", περιλαμβάνει παρουσιάσεις αρχαίων έργων, που εισαχθήκανε πρόσφατα στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, προερχόμενα από κατασχέσεις, παραδόσεις και δωρεές. Στη δεύτερη ενότητα, "Συμβολές", περιλαμβάνονται μελέτες έργων, που φυλάσσονται στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο και μελέτες του γνωστικού πεδίου της εφηρμοσμένης έρευνας που πραγματοποιείται στο Χημείο του Μουσείου. Στην τελευταία ενότητα, "Ειδήσεις", παρουσιάζεται η εν γένει δραστηριότητα του Μουσείου, όπως οι περιοδικές εκθέσεις στις οποίες συμμετείχε ή διοργάνωσε το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο

❖ **Διαδίκτυο.** Το Μουσείο δυστυχώς όμως δε διαθέτει δική του ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, παρά μόνο μέσα από τη σελίδα του Υπουργείου Πολιτισμού¹⁶⁹. Η σελίδα διατίθεται σε δυο μόνο γλώσσες, ελληνικά και αγγλικά, και δεν είναι αυτή που κάποιος θα περίμενε για το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της χώρας¹⁷⁰. Στην προκειμένη περίπτωση το Μουσείο μοιάζει να προσεγγίζει το χώρο το διαδικτύου ως τρόπο προβολής παρά ως μέσο έκφρασης ή εργαλείο εκπαιδευτικής και πολιτιστικής διάχυσης. Αποτέλεσμα αυτού είναι η σελίδα του Μουσείου να είναι σχετικά ελλιπής και εντελώς περιγραφική. Ωστόσο πολλά μουσεία¹⁷¹ χρησιμοποιούν τη μέθοδο της εικονικής παρουσίασης των συλλογών τους, με αποτέλεσμα ο εν δυνάμει επισκέπτης να είναι προετοιμασμένος ψυχολογικά (ψυχολογικός προσανατολισμός), σε αυτό που θα συναντήσει στην επίσκεψη του στο μουσείο. Ωστόσο το Μουσείο συμμετέχει στο κοινοτικό πρόγραμμα TOMBA, για τη δημιουργία εικονιστικής βάσης δεδομένων στο διαδίκτυο, με αναφορά στους τάφους της μυκηναϊκής εποχής. Στην υλοποίηση του συμμετείχαν Ευρωπαϊκά μουσεία και πανεπιστήμια από επτά χώρες (Γερμανία, Αγγλία, Αυστρία, Γαλλία, Ιταλία, Δανία)¹⁷².

¹⁶⁹ www.culture.gr (τελευταία ενημέρωση 15/4/2006)

¹⁷⁰ Η συντριπτική πλειονότητα των μουσείων σήμερα διαθέτει σελίδες στο διαδίκτυο. Ρούσοου, 2004.

¹⁷¹ Υπάρχουν διαδικτυακοί τόποι μουσείων που ξεφεύγουν από το παραδοσιακό μοντέλο του κόμβου μουσείου. (<http://www.hermitagemuseum.org>, και <http://www.walkerart.org> (τελευταία επίσκεψη 15/04/06).

¹⁷² www.culture.gr (τελευταία ενημέρωση 15/4/2006)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΚΡΙΤΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΟΥ ΕΑΜ ΣΗΜΕΡΑ

Το να προσπαθήσουμε να δούμε αν το ΕΑΜ έχει επιτύχει το στόχο του ως μουσείο είναι πραγματικά πολύ δύσκολο, καθώς απουσιάζουν οι εκτενείς και εμπειριστατωμένες μελέτες και οι έρευνες κοινού που θα μπορούσαν να το δείξουν. Αυτό που μπορούμε να κάνουμε έχοντας εξετάσει το πως οφείλει να είναι η δομή, διάρθρωση και λειτουργία ενός ολοκληρωμένου μουσείου, είναι να προσπαθήσουμε να δούμε σε ποιο βαθμό η θεωρία έχει γίνει πράξη. Κατά την Pearce (1992) βέβαια θεωρία και πρακτική είναι αδιαίρετες στο μουσείο και τίθενται σε λειτουργία πάντα μαζί, από την επιλογή ενός αντικειμένου για έκθεση έως και την παρουσίαση μιας διάλεξης μέσα στο χώρο του μουσείου. Η Σκαλτσά¹⁷³ για το ίδιο θέμα είχε πει, μεταφέροντας αρκετά περιεκτικά και κωδικοποιημένα όσα αποτυπώνονται στη διεθνή μουσειολογική βιβλιογραφία και πρακτική: «Η μουσειολογία έχει συγκροτήσει τη θεωρία της και δεν είναι, παρά το διεπιστημονικό της χαρακτήρα, απλώς σύνθεση και ενορχήστρωση πρακτικών δεξιοτήτων που άπαξ και με κάποιο τρόπο αποκτηθούν, μπορούν να επιτρέψουν σε κάποιον να ασκήσει το επάγγελμα. Η ιδεολογική χρήση του εκθέματος, η επιλογή εκθεμάτων κάθε φορά, η σειρά και η ομαδοποίηση στην παρουσίαση τους, το συνοδευτικό υλικό ή, εξίσου, η απουσία του, οι βαθύτερες προθέσεις πίσω από μια εκθεσιακή πολιτική και οι εν τέλει ρεαλιστικές αποφάσεις συγκρότησης της, η συνέπεια της συλλεκτικής επιλογής, η πολιτική συνεργασιών, η επιλογή του είδους κοινού που αφορά ή δεν αφορά το μουσείο, τον αρχαιολογικό χώρο ή τα μνημεία, ακόμη και η απόφαση για τα ποια αντικείμενα θα προηγηθούν στη συντήρηση ή ποια θα ζήσουν στο σκοτάδι της αποθήκης, όπως και εκείνη που θα κρίνει το περιεχόμενο και την αισθητική των πινακίδων, όλα αυτά προϋποθέτουν πλήρη και συγκροτημένη θεωρητική σκευή».

Είναι γεγονός πως το ΕΑΜ παρουσιάζει αρκετές ελλείψεις και αδυναμίες. Το γεγονός και μόνο πως τον τελευταίο ενάμιση χρόνο ξεκίνησε να λειτουργεί τμήμα μουσειολογικού σχεδιασμού και δημοσίων σχέσεων στο μουσείο είναι ένα ενδεικτικό της κατάστασης. Πραγματικά το μουσείο δέχτηκε συνεχόμενες και αρνητικές κριτικές καθ όλη τη διάρκεια του στησίματος της επανέκθεσης αλλά και μετά τη λειτουργία αυτής. Ίσως λοιπόν να ήταν σκόπιμο να κρίνουμε το μουσείο για το έργο το οποίο έχει επιτευχθεί σε αυτόν τον τελευταίο ενάμιση χρόνο. Και πραγματικά η διαφορά είναι φανερή. Όμως το Μουσείο προσφέρει τις υπηρεσίες

¹⁷³ Σκαλτσά 2001, 25.

του στο κοινό για περισσότερο από 120 χρόνια, οπότε και θα πρέπει να αναλύσουμε την πορεία του μέσα στο χρόνο.

Το Μουσείο μετά από πολλά χρόνια λειτουργίας, και με αφορμή τους Ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας, αποφάσισε να πραγματοποιήσει επανέκθεση του μεγαλύτερου μέρους των συλλογών του(σελ. 22). Προβλήματα που αφορούσαν το χώρο, το φωτισμό, ακόμη και τον κλιματισμό του κτηρίου κρίθηκε απαραίτητο να αντιμετωπιστούν άμεσα (παράρτημα II). Στόχος ήταν να αντιμετωπιστούν τέτοια προβλήματα χωρίς ωστόσο να αλλάξει καθόλου το εκθεσιακό ύφος των συλλογών, καθώς θεωρήθηκε πως αυτό ήταν ικανοποιητικό και δεν έχριζε καμιάς απολύτου αλλαγής. Ακόμη όμως και μετά την επανέκθεση αρκετά πραγματικά προβλήματα του Μουσείου, όπως η συσσώρευση εκθεμάτων στις αίθουσες, έμειναν στην ουσία άλυτα.

Γεγονός είναι πως το μουσείο δε διέθετε και δε διαθέτει ολοκληρωμένη επικοινωνιακή πολιτική. Το δυνατό σημείο του Μουσείου είναι οι ίδιες οι συλλογές του. Πρόκειται για τις μεγαλύτερες και σημαντικότερες της ελληνικής επικράτειας, καθώς και για τις σημαντικότερες ανά την υφήλιο. Αυτό όμως που φαίνεται να είναι και το πλεονέκτημα του αποτελεί και ένα από τα βασικά του μειονεκτήματα. Πρόκειται για ένα πραγματικά μεγάλο όγκο εκθεμάτων, συγκεκριμένα για 11.680 εκθέματα, τα οποία σε πολλές περιπτώσεις μοιάζουν να ασφυκτούν μέσα στο μουσείο. Ο ρόλος του ως εθνικού μουσείου δικαιολογεί σε κάθε περίπτωση τον όγκο και το πλήθος των συλλογών, αν σκεφτούμε το ότι το 19^ο αιώνα η ίδια η έννοια του εθνικού μουσείου συνδεθηκε με την πληθώρα των εκθεμάτων¹⁷⁴. Ο κυριότερος λόγος που πραγματοποιήθηκε η επανέκθεση ήταν αυτό το πρόβλημα χώρου, που τελικά φαντάζει άλυτο. Συγκεκριμένα, στην αίθουσα με τη συλλογή των αγγείων παρουσιάζεται πραγματικός συνωστισμός από την πληθώρα των εκθεμάτων, ενώ στις αποθήκες και τα εργαστήρια του Μουσείου υπάρχουν συλλογές που δεν έχουν εκτεθεί ποτέ και είναι αμφίβολο το πότε θα πάρουν τη θέση που τους αρμόζει στο Μουσείο. Αναφέρθηκε από τους υπευθύνους πως μέσα στο 2007 κάποιες από αυτές τις συλλογές θα περιληφθούν στον χώρο του Μουσείου είτε με τη μορφή περιοδικών είτε μόνιμων εκθέσεων. Τέτοιες κινήσεις φανερώνουν την αγωνία και τη θέληση των υπευθύνων να αναδείξουν ό,τι καλύτερο από το Μουσείο για το Μουσείο, όμως πολλές φορές τα γεγονότα έρχονται να διαψεύσουν την πραγματικότητα.

Γεγονός είναι επίσης πως το Μουσείο θα έπρεπε να προσπαθήσει να καλύψει και την ανάγκη του κοινού¹⁷⁵, του να γνωρίσει νέους κόσμους και να ανοίξει τις πύλες του και σε άλλους πολιτισμούς. Θα μπορούσε να φιλοξενεί περιοδικές εκθέσεις, που να είναι

¹⁷⁴ Νάκου 2001, 120.

¹⁷⁵ Έρευνα έδειξε πως οι επισκέπτες του ΕΑΜ σε ποσοστό 96% θέλουν από τη επίσκεψη τους να γνωρίσουν και άλλους πολιτισμούς εκτός από τον ελληνικό. Καυταντζόγλου και Τουντασάκη και Φρυδάκης 2005, 71-73.

αφιερωμένες σε πολιτισμούς άλλων χωρών και λαών. Μοιάζει να αγνοεί το Μουσείο τη νέα αυτή πρόκληση που παρουσιάζεται, της αναίρεσης του εθνικού πολιτιστικού αγαθού και κριτηρίου και να εμμένει σε μια πιο πεπαλαιωμένη και ασφαλής, κατά κάποιο τρόπο, αντίληψη, που το θέλει να εκθέτει και να παρουσιάζει συλλογές της αρχαίας ελληνικής κληρονομιάς και μόνο (εξαιρέση αποτελεί η Αιγυπτιακή συλλογή, που ακόμη ωστόσο δεν έχει εκτεθεί αλλά θα συμπεριληφθεί στην επανέκθεση του 2007).

Η επιλογή των συλλογών του Μουσείου κατά πολύ μεγάλο μέρος οφείλεται και στο ίδιο του το κοινό. Το γεγονός πως το μεγαλύτερο κοινό του Μουσείου αφορά σε ταξιδιώτες και μαθητές¹⁷⁶ δικαιολογεί επίσης την ανάγκη να προβληθούν όσο το δυνατόν περισσότερα δείγματα του ελληνικού πολιτισμού. Το Μουσείο έχει κατά βάση κρατήσει για τον εαυτό του έναν εκπαιδευτικό και διδακτικό χαρακτήρα με πρόθεση να δείξει όσο το δυνατόν περισσότερα και αντιπροσωπευτικότερα δείγματα του ελληνικού πολιτισμού τόσο στους ξένους επισκέπτες, όσο και στους Έλληνες μαθητές. Είναι πραγματικότητα πως το Μουσείο δεν έχει ασχοληθεί πραγματικά με τη γνωριμία του κοινού του. Πέρα από το γεγονός πως πρόκειται για ταξιδιώτες και μαθητές, το Μουσείο δεν έχει κάνει καμία άλλη κίνηση για να έρθει πιο κοντά και να γνωρίσει αυτό το κοινό. Για την επίτευξη της ουσιαστικής γνωριμίας και επαφής με το κοινό του Μουσείου και τις διάφορες ομάδες που το συναποτελούν, χρειάζονται εμπειριστωμένες έρευνες που θα βοηθήσουν στη συλλογή, την ανάλυση και την εκτίμηση διαφόρων ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων. Το ΕΑΜ χρειάζεται να γνωρίσει ποιοι είναι οι επισκέπτες του, τι σκέφτονται για αυτό και τη μουσειακή τους εμπειρία. Χρειάζεται λοιπόν να γίνουν εκείνες οι δημογραφικές έρευνες καθώς και μια ευρύτερη διερεύνηση της παιδευτικής διαδικασίας που συντελείται μέσα στο Μουσείο, όχι μόνο για να φανεί κατά πόσο ήταν επιτυχημένη η έκθεση του Μουσείου αλλά και για το μετέπειτα προγραμματισμό των μελλοντικών προγραμμάτων του Μουσείου. Οι έρευνες κοινού και οι μέθοδοι αξιολόγησης θα έδιναν τη δυνατότητα προσέγγισης των ατόμων εκείνων, που για τον ένα ή τον άλλο λόγο, δεν επισκέπτονται το μουσείο, ενώ θα διευκόλυναν επίσης την διερεύνηση των λόγων που τους κρατούν μακριά, καθώς και των στρατηγικών που πιθανώς βοηθήσουν στην αλλαγή της παρούσας κατάστασης.

Ένα πολύ θετικό και δυνατό σημείο του Μουσείου είναι η ύπαρξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Δε θα μπορούσε άλλωστε το Μουσείο να αγνοήσει την ύπαρξη τους από τη στιγμή που η μεγαλύτερη μερίδα των επισκεπτών του είναι μαθητές. Τα προγράμματα που διαθέτει δίνουν τη δυνατότητα στους μαθητές να δουν το Μουσείο με μια διαφορετική ματιά και

¹⁷⁶ Τα στοιχεία αυτά προέκυψαν με βάση στατιστικές αναλύσεις που διαθέτει το ίδιο το ΕΑΜ.

να μάθουν διασκεδάζοντας. Δίνεται πραγματικά η δυνατότητα να συμμετάσχουν ενεργά και να δημιουργήσουν. Με αυτά τα εκπαιδευτικά προγράμματα δημιουργείται ένα πραγματικά ευχάριστο κλίμα και οι μαθητές φεύγουν με τις καλύτερες των εντυπώσεων από το χώρο του Μουσείου, έχοντας πραγματοποιήσει μια διασκεδαστική και εποικοδομητική μουσειακή επίσκεψη. Οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να ανακαλύψουν και να αναζητήσουν τους συσχετισμούς που υπάρχουν ανάμεσα στα αντικείμενα, ενώ αποκτούν μια γνωστική εμπειρία που ενισχύεται από την ικανοποίηση για την ανακάλυψη αθέατων πτυχών των αντικειμένων και των ιστοριών της έκθεσης. Ιδιαίτερα στο πρόγραμμα *Ζωντανεύοντας τα Αρχαία*, οι μαθητές καλούνται να προσωποποιηθούν οι ίδιοι το ρόλο κάποιο γλυπτού αγάλματος και με αυτόν τον τρόπο η εμπειρία τους γίνεται πιο έντονη και πιο διασκεδαστική. Μόνο στο εν λόγω πρόγραμμα δίνονται ερωτηματολόγια στους μικρούς μαθητές τα οποία θα απαντήσουν στο χώρο του σχολείου τους, με τη βοήθεια της δασκάλας τους και θα σταλούν στη συνέχεια ταχυδρομικά πίσω στο Μουσείο. Πρόκειται για τη μοναδική μέθοδο αξιολόγησης που χρησιμοποιείται μέχρι στιγμής. Ιδιαίτερα τα παιδιά αποτελούν μια πολύ ιδιαίτερη ομάδα κοινού και η ικανοποίησή τους κρίνεται ως αρκετά δύσκολη υπόθεση. Θεατρικό παιχνίδι και η δραματοποίηση δεν υπάρχει δίνεται όμως η δυνατότητα στα παιδιά να υποδυθούν το ρόλο του αγάλματος και να κατανοήσουν βιωματικά την ιστορία του. Η δυνατότητα να ζωγραφίσουν και να σχεδιάσουν είναι κάποιες από τις δραστηριότητες που τα ικανοποιούν και που στο ΕΑΜ μέσα από τα εκπαιδευτικά του προγράμματα προσφέρονται.

Κάτι που θα βοηθούσε και τα ίδια τα εκπαιδευτικά προγράμματα, αλλά και όλη τη διαδικασία της μουσειακής εμπειρίας είναι η χρήση των νέων τεχνολογιών στο χώρο της έκθεσης. Ιδιαίτερα τα παιδιά είναι πλέον εξοικειωμένα με τη χρήση των νέων τεχνολογιών, ενώ η ευρύτερη χρήση τους ενθαρρύνει τη συμμετοχική και όχι απλώς παθητική περιήγηση και εμπειρία της έκθεσης. Με τη χρήση των νέων τεχνολογιών και γενικότερα των λοιπών ερμηνευτικών μέσων, υποστηρίζονται οι διαδικασίες της μάθησης και της κατανόησης των νοημάτων της έκθεσης, οπότε και θεωρείται πως το μουσείο έχει επιτύχει τον εκπαιδευτικό του στόχο. Δεν είναι όμως χρήσιμη μόνο για το Μουσείο η χρήση τέτοιων μέσων, αλλά είναι πλέον ζητούμενο και των ίδιων των επισκεπτών, οι οποίοι γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικοί, σε σχέση με την επίσκεψή τους σε ένα μουσείο. Είναι δυσάρεστο που στο Μουσείο τα ερμηνευτικά μέσα που χρησιμοποιούνται περιορίζονται στις λεζάντες και στις εισαγωγικές πινακίδες. Η χρήση προγραμμάτων εικονικής πραγματικότητας (virtual reality)¹⁷⁷ θα ήταν μεν δαπανηρή αλλά θα μπορούσε να προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες στον επισκέπτη, από

¹⁷⁷ Στη χώρα μας τέτοια προγράμματα υπάρχουν στο Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού και πρόκειται για την «Κιβωτό» και τη «Μαγική Οθόνη».

το να συναρμολογήσει ένα σπασμένο αγγείο, μέχρι το να περπατήσει σε μια πόλη που δεν υπάρχει πια. Όπως είδαμε (σελ. 69), στο Μουσείο υπάρχουν ακουστικοί οδηγοί αυτόματης ξενάγησης, όμως στην πράξη η λειτουργία τους αποδεικνύεται προβληματική. Τέτοιοι οδηγοί μπορεί να αποδειχθούν εξαιρετικά χρήσιμοι, καθώς μπορούν να προσφέρουν πολλές και ικανοποιητικές δυνατότητες εναλλακτικής ενημέρωσης σε άτομα με μειωμένη όραση, που δε μπορούν να διαβάσουν συμβατικού τύπου μουσειακά κείμενα.

Στο ΕΑΜ, μετά την επανέκθεση και μόνο, προβλέφθηκε σχεδιασμός μέσα στο χώρο της έκθεσης για άτομα με κινητικά προβλήματα. Υπάρχει αναβατόριο για την κατακόρυφη κίνηση των αναπηρικών αμαξιδίων, ανελκυστήρες, ειδικά διαμορφωμένα WC, ενώ τα εκθέματα και οι λεζάντες είναι τοποθετημένα σε χαμηλό ύψος. Δυστυχώς δεν έχει γίνει καμία άλλη πρόβλεψη για Αμεα, όπως για άτομα περιορισμένη όρασης, καθώς δεν υπάρχει η δυνατότητα ψηλάφησης των εκθεμάτων. Υπάρχει ωστόσο οργανωμένη εκπαιδευτική δραστηριότητα για άτομα με προβλήματα ακοής (Το Μάτι Ακούει), που τους δίνει τη δυνατότητα να συμμετάσχουν ενεργά στις εκθέσεις και να παρακολουθήσουν μια ξενάγηση στην ελληνική νοηματική.

Από τα μεγαλύτερα προβλήματα του ΕΑΜ κρίνεται η έλλειψη πολιτικής για την προβολή του Μουσείου καθώς δεν προβάλλει τον εαυτό του όσο θα έπρεπε. Η σελίδα του στο διαδίκτυο, που θα μπορούσε να λειτουργήσει πραγματικά ως μέσο διαφήμισης, είναι αδύναμη και με πολλές ελλείψεις. Ακόμη και στο ωράριο λειτουργίας του Μουσείου παρατηρούνται κάποιες ανακρίβειες. Το Μουσείο δε μπορεί να στηριχτεί σε ιδιωτικές χορηγίες, καθότι δημόσιο ίδρυμα, οπότε και στηρίζεται εξ ολοκλήρου στην κρατική επιχορήγηση. Ο μοναδικός χορηγός επικοινωνίας τον οποίο διαθέτει είναι η Ελληνική Τηλεόραση και διαφημίζεται μέσω αυτής. Από τη στιγμή που το μουσείο έχει βάλει τον εαυτό του σε μια διαδικασία ανταγωνισμού με την υπόλοιπη πολιτιστική βιομηχανία, σκόπιμο θα ήταν να βρει και εκείνους τους τρόπους που θα το βοηθούσαν να ανταγωνιστεί επί ίσοις όροις. Ο σχεδιασμός ενός σχεδίου δράσης (forward planning), θεωρείται πλέον επιτακτική ανάγκη. Βάση αυτού το Μουσείο θα καταφέρει να θέσει τους στόχους του αλλά και να εντοπίσει τους τρόπους σύμφωνα με τους οποίους θα καταφέρει να φτάσει στους προκαθορισμένους του στόχους.

Τελειώνοντας αυτό το οποίο μπορεί κάποιος να παρατηρήσει σχετικά με το ΕΑΜ είναι, μια κατά κάποιο τρόπο, εσωστρέφεια που το διακρίνει. Όπως ήδη είπαμε, το Μουσείο δε διαφημίζεται αρκετά και ούτε καταβάλει προσπάθειες για κάτι τέτοιο. Θα έλεγε κανείς πως στηρίζεται περισσότερο στο όνομα του, τις συλλογές και το κύρος, που ήδη διαθέτει, προκειμένου να προσελκύσει το κοινό. Πράγματι τα παραπάνω είναι πολύ σημαντικά, πρόκειται εξάλλου για το μεγαλύτερο μουσείο της χώρας με συλλογές πραγματικά ανεκτίμητες,

παρόλα αυτά δεν αρκούν. Όμως δε γίνεται καμία προσπάθεια προσέλκυσης ενός διαφορετικού κοινού από αυτό που ήδη διαθέτει. Δεν υπάρχει κανένα πρόγραμμα προσέγγισης νέων ομάδων που δεν έχουν επισκεφτεί ποτέ ή δε σκοπεύουν να επισκεφτούν το Μουσείο. Δεδομένου πως πλέον η Αθήνα είναι μια πολυπολιτισμική πρωτεύουσα θα έπρεπε να υπάρχουν προγράμματα που θα ενίσχυαν το ρόλο της ως τέτοια. Δε φαίνεται να γίνεται καμία προσπάθεια να προσεγγιστούν ομάδες απομονωμένες ή ομάδες μεταναστών. Πρόκειται για ένα πρόβλημα το οποίο κατ' όπως φαίνεται διαπίστωσαν οι υπεύθυνοι του Μουσείου και σκοπεύουν, μέσα στο 2007 να ξεκινήσουν προγράμματα διαπολιτισμικής εκπαίδευσης για ομάδες προσφύγων και μεταναστών.

Φαίνεται λοιπόν πως το ΕΑΜ σιγά σιγά αρχίζει να αναλαμβάνει νέους ρόλους και να δραστηριοποιείται και σε άλλους τομείς. Μη ξεχνώντας τον εκπαιδευτικό του χαρακτήρα, προσπαθεί να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της εποχής και να δεχτεί τη σύγχρονη πραγματικότητα. Μοιάζει πραγματικά να φοβάται να έρθει πιο κοντά στο κοινό του να αναλάβει νέες δράσεις. Έστω και καθυστερημένα πάντως φαίνεται πως κατάλαβε τις αλλαγές και τις εξελίξεις στο μουσειακό χώρο και θέλησε και αυτό να εντάξει κάποιες από αυτές στους κόλπους του και να ενστερνιστεί τις νέες απόψεις. Μπορεί αυτά τα βήματα να γίνονται δειλά όμως αυτό που μετράει τελικά είναι η προσπάθεια που καταβάλει να προσαρμοστεί. Ο ρόλος του ως εθνικό μουσείο της χώρας το γεμίζει πραγματικά με ευθύνες όμως του δίνει το κύρος και την ώθηση να αναλάβει το νέο του ρόλου, αυτό του ενεργού συμμετόχου στα κοινωνικά και πολιτιστικά δρώμενα της χώρας. Αρκεί να κάνει ένα νέο άνοιγμα προς το κοινό του και να προσπαθήσει να ενσωματωθεί στα δρώμενα της εποχής. Χωρίς να χάσει την αίγλη του παρελθόντος του να προσπαθήσει να γίνει μέρος της καθημερινότητας των επισκεπτών του και να διώξει από πάνω του, έστω και καθυστερημένα, την απόμακρη φυσιογνωμία των μουσείων του παρελθόντος, που τα ήθελε σκονισμένα και νεκρά ιδρύματα.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΕΔΙΩΝ

- Σχ. 1. Σχέδια του Klenze για το Αρχαιολογικό Μουσείο. 1836. (παράρτημα 1)
- Σχ. 2. Τα σχέδια του Lange για το Εθνικό Μουσείο. 1860. (παράρτημα 1)
- Σχ. 3. Η πρόταση του Hansen για την οικοδόμηση του Μουσείου στη νότια πλευρά της Ακρόπολης, 1887. (παράρτημα 1)
- Σχ. 4. Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο όπως τελείωσε στα 1889, ύστερα από τις αλλαγές του Ziller. (παράρτημα 1)
- Σχ. 5. Η κάτοψη του Μουσείου ύστερα από την προσθήκη της ανατολικής πτέρυγας, 1903-1906. (παράρτημα 1)
- Σχ. 6 Η κάτοψη του Μουσείου, μετά την επέκταση του 1932-1939 και τις νεώτερες αλλαγές στο παλιό κτήριο. (παράρτημα 1)
- Σχ. 7. Θεωρίες γνώσης (σελ. 35)
- Σχ. 8. Θεωρίες μάθησης (σελ. 36)
- Σχ.9. Εκπαιδευτικές θεωρίες (σελ.9)
- Σχ. 10. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon και Weaver (σελ.40)
- Σχ. 11. Το απλό μοντέλο επικοινωνίας με τροφοδότηση πληροφορίας (σελ.41)
- Σχ. 12. Συνεχής τροφοδότηση πληροφορίας η οποία τελικά αναδιαμορφώνει το αρχικό μήνυμα και ουσιαστικά αλλάζει την επικοινωνιακή διαδικασία από γραμμική σε κυκλική. (σελ.41)
- Σχ.13 Το απλό μοντέλο επικοινωνίας (σελ.42)
- Σχ. 14 Το απλό μοντέλο επικοινωνίας προσαρμοσμένο για να εξηγήσει τη διαδικασία προετοιμασίας-μιας-έκθεσης. (σελ.42)
- Σχ.15 Το μοντέλο των Shannon και Weaver προσαρμοσμένο για μουσειακές εκθέσεις. (σελ.43)
- Σχ. 16. Το νέο επικοινωνιακό μοντέλο για τα μουσεία. (σελ.44)
- Σχ. 17. Ολιστικό μοντέλο επικοινωνίας. (σελ.48)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Belcher, M., 1991, *Museum Exhibitions*, Leicester, Leicester University Press.
- Bitgood, St., 1992, "Visitor orientation and circulation: Some general principals" στο Durbin, 1996 G. (επιμ.) *Developing Exhibitions for Lifelong Learning*. London, The Stationery Office.
- Βουδούρη, Δ. 2001, *Κράτος και Μουσεία: Το Θεσμικό Πλαίσιο των Αρχαιολογικών Μουσείων*, Αθήνα, Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Burcaw, G. E., 1983, *Introduction to Museum Work*, American Association for State and Local History.
- Cameron, D., 1968, "A view point: the museum as a communications system and implications for museum education", *Curator* 11, 33-40.
- Γραμματικάκη-Αλεξίου, Α., 2002, *Διεθνής Διακίνηση Πολιτιστικών Αγαθών και Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Γκαζή, Α. 1999α «Από τις Μούσες στο Μουσείο. Η ιστορία ενός θεσμού δια μέσου των αιώνων», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 70, 39-46.
- Γκαζή, Α., 1999β, «Η έκθεση των αρχαιοτήτων στην Ελλάδα (1829-1909). Ιδεολογικές αφετηρίες-Πρακτικές προσεγγίσεις», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 73, 45-53.
- Γκαζή, Α. 2004, «Μουσεία για τον 21^ο αιώνα», *Τετράδια Μουσειολογίας* 1, 3-12, Αθήνα, Μεταίχμιο.
- Γκαζή, Α. και Νικηφορίδου, Α. και Μουσούρη, Θ., 2004, Μια έκθεση για τα αρχαία ελληνικά μαθηματικά. Πλαίσιο ανάπτυξης και μουσειολογικός σχεδιασμός. *Μουσειολογία* 1, on-line στη διεύθυνση: www.aegean.gr/culturaltec/museology (τελευταία ενημέρωση 10/1/2005).
- Durbin, G., 1996, (επιμ.), *Developing Museums Exhibitions for Lifelong Learning, Group for education in museums*, London, The Stationery Office.
- Dean, D., 1994, *Museum Exhibition. Theory and Practice*, London, Routledge.
- Economou, M., 1996. "Interactive Multimedia for the Public Presentation of Archaeology: The Eusperides Project" στο Higgins, T., Main, P., και Lang, J. (επιμ.) *Imaging the Past: Electroning Imaging and Computer Graphics in Museums and Archaeology* (conf. Proceedings, November 1994, London: The British Museum Occasional Paper 127-139).

- ο Duncan, C. 1995. *Civilizing Rituals. Inside Public Art Museums*. London, Routledge.
- ο Falk, J. και Dierking, L., 1992, *The Museum Experience*, Washington DC. Whalesback Books, 1-7.
- ο Falk, J. και Dierking, L., 1995, 'Introduction: a case of conducting long – term learning research in museums στο Falk, J. και Dierking, L., *Public Institutions for Personal Learning: Establishing a Research Agenda*, AAM, Washington, DC, 9-14
- ο Gardner, H., 1983, *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligence*, NY, USA, Basic Books.
- ο Giddens, A., 1990, *The Consequences of Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- ο Hall, M., 1987, *On Display. A Design Grammar for Museum Exhibitions*, London, Lund Humphries.
- ο Hein, G. 1991, "Constructivist learning theory: The Museum and the needs of people", Icom/Ceca Annual Conference, Jerusalem, Israel.
- ο Hein, G. 1998, *Learning in the Museum*, London, Routledge
- Hill. E. και O' Sullivan- O'Sullivan, T., 1996, *Creative Arts Marketing.*, London, Butterworth- Heinemann.
- ο Hodge, R. & Souza, W., 1979, "The museum as a communicator: a semiotic analysis of the Western Australian Museum Aboriginal Gallery, Perth στο Hooper-Greenhill, E. (επιμ.) *The Educational Role of the Museum*, London, Routledge, 53-63.
- ο Hooper-Greenhill, E, 1999a, 'Education, communication and interpretation: towards a critical pedagogy in museums', στο Hooper-Greenhill, E, *The Educational Role of the Museum*, London, Routledge, 3-27.
- ο Hooper-Greenhill, E. 1999b, «Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 72, 47-49.
- ο Hooper-Greenhill, E., 1999c, "Communication in theory and practice" στο Hooper-Greenhill, E. (επιμ.) *The Educational Role of the Museum*, London, Routledge, 28-53.
- ο Hooper-Greenhill, E. 1996, *Improving Museum Learning*, London, Routledge.
- ο Hooper-Greenhill, E. και Moussouri, T., 2000, "Researching Learning in Museums and Galleries 1990-1999: A Bibliographic Review", Leicester. Research Center for Museums and Galleries.
- ο Καυταντζόγλου, P. - Τουνταςάκη, E. και Φρυδάκης, M. 2005, «Ιστορία, δομή και λειτουργία των εθνικών μουσείων της Αθήνας: Εθνικό Αρχαιολογικό, Βυζαντινό και

Χριστιανικό, Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης. Μια έρευνα κοινού», *Τετράδια Μουσειολογίας* 2, 71-73, Αθήνα, Μεταίχμιο.

- ο Καλεσοπούλου, Δ., 1999, «Ανοιχτός διάλογος με την κοινότητα: Μια ελληνική πρόταση», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 73, 69-74.
- ο Klenze von L., 1838, *Aphoristische Bemerkungen Gesammelt auf Seiner Reise nach Griecheland*. Berlin: G. Reimer.
- ο Κόκκου Α., 1977, *Η μέριμνα για τις αρχαιότητες στην Ελλάδα και τα πρώτα μουσεία*, Ερμής, Αθήνα.
- ο Kotler, N. και Kotler, Ph., 1998, *Museums Strategy and Marketing. Designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. San Fransisco, Jossey-Bash Publishers.
- ο Κούτσικα, Γ. Τζ. Σελίδες σημειώσεων από μαθήματα της για την εκπαίδευση στα μουσεία στο Chritie's Hellas, 2000.
- ο Lord, B. και Lord, G. D., 2002, *The Manual of Museums Exhibitions*, Altamira Press, Walnut Creek.
- ο MacDonald, S. 2003, "Museums, national, Postnational and Transcultural Identities", *Museum & Society* 1 (March), on-line στη διεύθυνση: <http://www.le.ac/museumstudies/m&s/mands1.pdf> (τελευταία ενημέρωση 20/10/2004).
- ο Maslow, A. H., 1954, *Motivation and Personality*, New York, Harper
- ο Μέννεγκα, Ι. 2004, «Περί πωλητηρίων (museum shops) και πωλητέων», 34-36 *Τετράδια Μουσειολογίας* 1, Αθήνα, Μεταίχμιο.
- ο Merriman, N., 1999, «Ανοίγοντας τα μουσεία στο κοινό», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 72, 43-46.
- ο Miles, R., 1985, "Exhibitions: management for a change", στο Cossons, N., 1985 (επιμ.), *The Management of Change in Museums*, London: National Maritime Museum, 31.
- ο Μούλιου, Μ. και Μπούνια, Α., 1999α, «Μουσειακές εκ-θέσεις. Ερμηνευτικές προσεγγίσεις στη μουσειακή θεωρία και πρακτική», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 70, 53-58, Αθήνα.
- ο Μούλιου, Μ. και Μπούνια, Α., 1999β, «Μουσείο και Επικοινωνία» *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 72, 42.
- ο Μουσούρη, Θ., 1999α, «Μουσεία για όλους; Προγράμματα προσέγγισης στο διεθνή χώρο», *Αρχαιολογία και τέχνες* 73, 65-69, Αθήνα.

- ο Μουσούρη, Θ., 1999β, « Έρευνα κοινού και αξιολόγηση στα μουσεία», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 72, 56-61.
- ο Νάκου, Ε., 2001, *Μουσεία: Εμείς τα Πράγματα και ο Πολιτισμός*, Αθήνα, Νήσος.
- ο Οικονόμου, Μ., 1999, «Μουσεία για τους ανθρώπους ή για τα αντικείμενα;» *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 71, 50-55.
- ο Οικονόμου, Μ., 2003, *Μουσείο: Αποθήκη ή Ζωντανός Οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*, Αθήνα, Κριτική.
- ο Παπαδόπουλος Σ., 1999, Ο ρόλος του μουσειολόγου: Μεταξύ «κοινώ τόπων και «ουτοπίας», *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 70, 44-47.
- ο Pearce, S. (ed.), 1990, *Objects of Knowledge, New Research in Museum Studies, An International Series*, No.1, London, Athlone Press.
- ο Ραγκαβής, Ρίζος Α. , 1930, *Απομνημονεύματα, Α'-Δ'*, Αθήναι 1894-1930.
- ο Robins, K. 1999, "Tradition and Translation: National Culture in its Global Context", στο (επιμ.) Boswell, D. Evans, J. 1999, *Representing the Nation: A Reader. Histories, Heritage and Museums*, London, Routledge.
- ο Ρούσσου, Μ. 2004, «Η παρουσία των μουσείων στο διαδίκτυο», *Τετράδια Μουσειολογίας* 2, 59-60, Αθήνα, μεταίχμιο.
- ο Serrell, B., 1996, *Exhibit Labels. An Interpretive Approach*. Walnut Creek: Altamira Press.
- ο Σκαλτσά, Μ. 1999, «Οι πελάτες των Μουσείων: Τακτικές για την προσέλκυση τους» στο Σκαλτσά Μ., 1999, *Για τη Μουσειολογία και τον πολιτισμό*. Θεσσαλονίκη, Εντευκτήριο, 117-28.
- ο The Brooklyn Children's Museum, 1989, *Doing it Right. A Workbook for Improving-Exhibit Labels*. Brroklyn, New York .
- ο Smith, M. K., 2002, "Howard Gardner and multiple intelligences: the encyclopedia of informal education", on-line στη διεύθυνση www.infed.org/thinkers/gardner.htm (τελευταία ενημέρωση: 15/3/2005).
- ο Thieme U. και Becker, F., *Allgemeines Lexikon derbildenden Kunstler*, Athen 62-73, 75-90
- ο Τσιπούρη, Α. 2005, «Καθολική πρόσβαση των ατόμων με αναπηρία σε χώρους πολιτισμού: Πραγματικότητα ή Ουτοπία;», *Τετράδια Μουσειολογίας* 2, 37-42.
- ο Walsh, K. 1995, *The Representation of the Past, Museums and Heritage in the post-modern world*, London.

- ο Χουρμουζιάδης, Γ. 1984 «Σχόλια στην Ελληνική Μουσειολογία», *Επιστημονική Σκέψη*, 18-20.

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- ο Resource (2002): Inspiring Learning for All: a Framework for Museums, Archives and Libraries, p. 3 , on line <http://www.resource.gov.uk> , (τελευταία ενημέρωση 8/1/2005)
www.culture.gr (τελευταία ενημέρωση 20/3/2005)

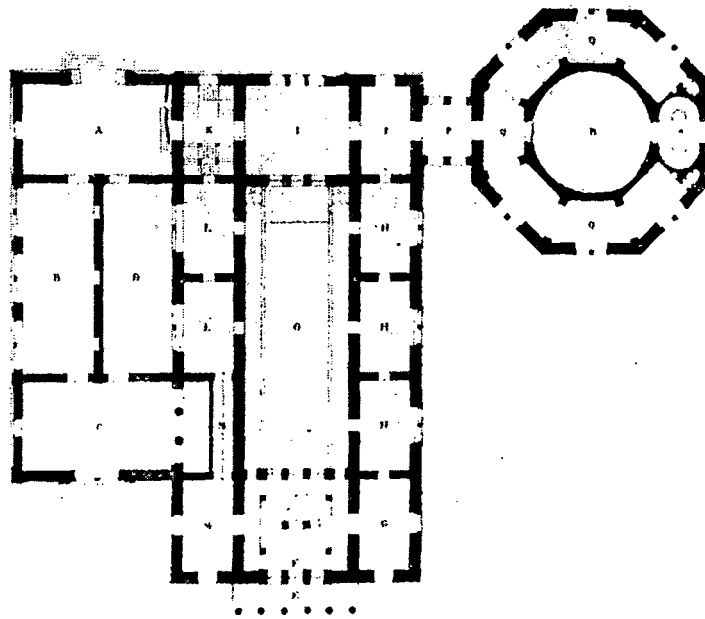
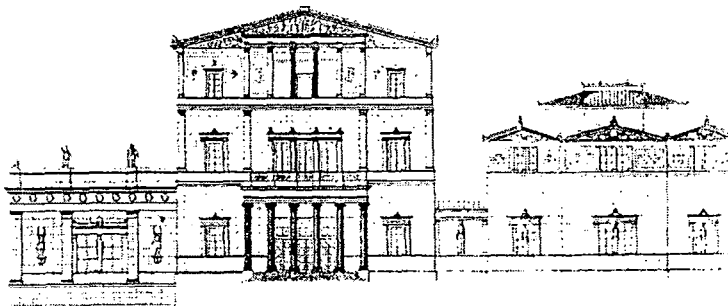
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

- Σχέδια του Μουσείου από το 1836 (σχ.1-6) μέχρι την κάτοψη του Μουσείου σήμερα.

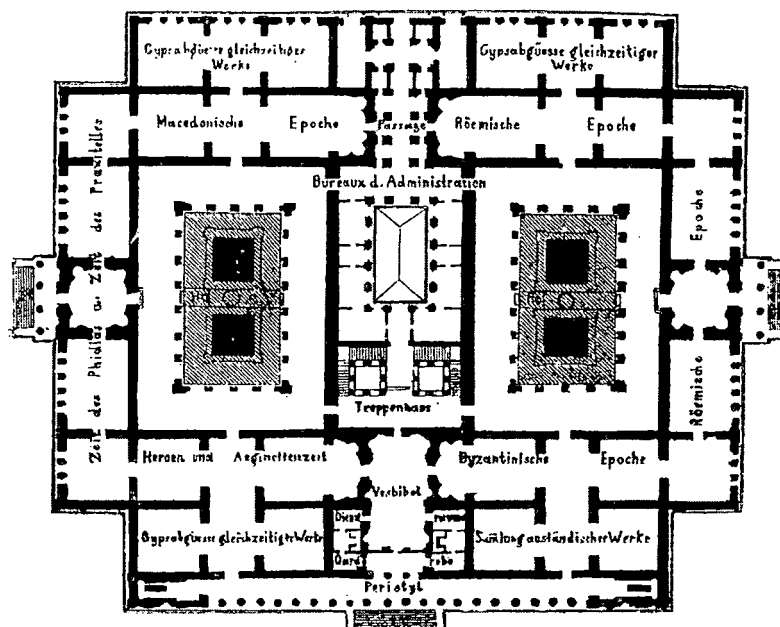
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

- Κοινοποίηση αρχιτεκτόνων για την ανάγκη επανέκθεσης του Μουσείου και απάντηση του Υπουργού Πολιτισμού.

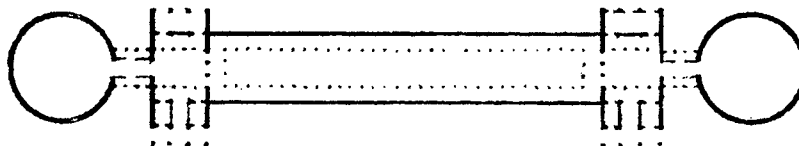
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι



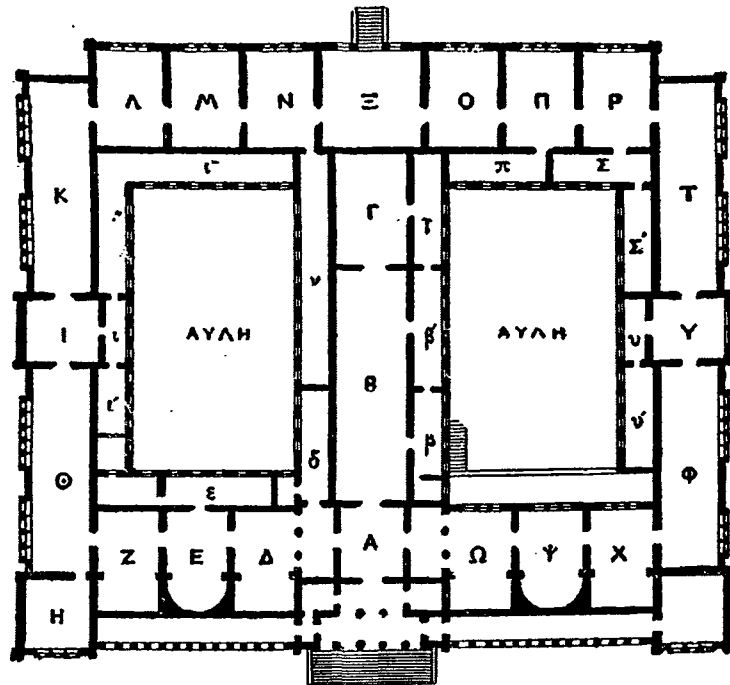
ΣΧ. 1 Σχέδια Klenze για το Αρχαιολογικό Μουσείο(Κόκκου 1977,205)



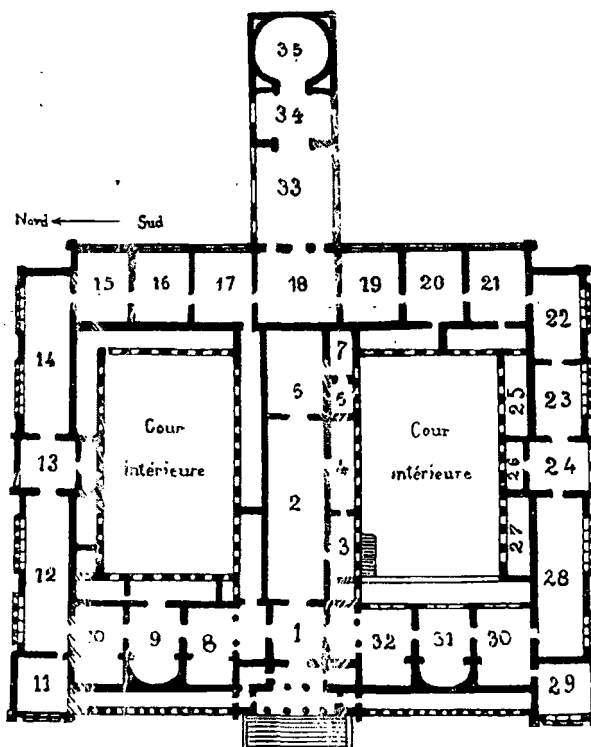
ΣΧ.2 Τα σχέδια του Lange για το Εθνικό Μουσείο. (Κόκκου 1977, 224).



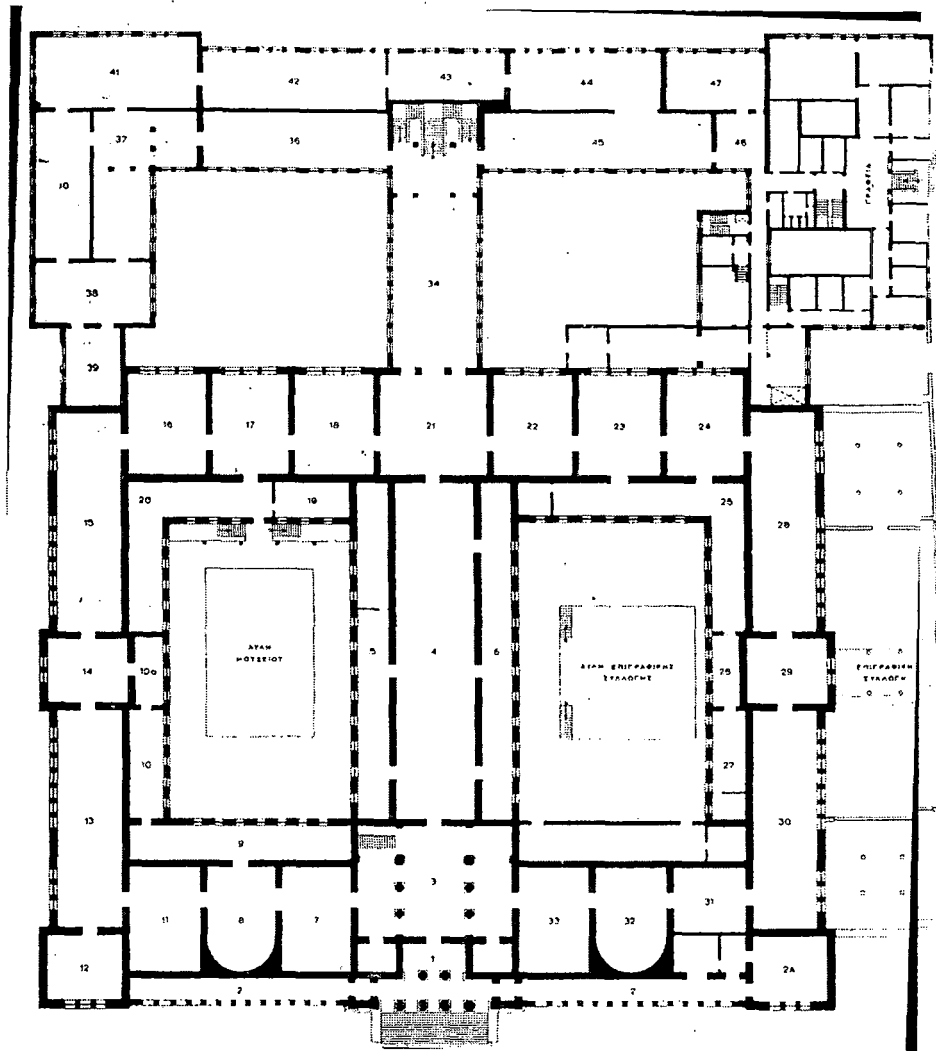
Σχ. 3. Η πρόταση του Hansen για την οικοδόμηση του Μουσείου στη νότια πλευρά της Ακρόπολης. (Κόκκου 1977, 241.)



Σχ.4. Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο όπως τελείωσε στα 1889. ύστερα από τις αλλαγές του Ziller.(Κόκκου 1977, 245).



Σχ.5 Η κάτοψη του μουσείου ύστερα από την προσθήκη της ανατολικής πτέρυγας σε σχέδια του Α. Μεταξά. 1903-1906. (Κόκκου 1977, 253).



Σχ. 6. Η κάτοψη του μουσείου ύστερα από την επέκταση του 1932-1939. (Κόκκου 1977, 255)

ΙΣΟΓΕΙΟ, ΑΙΘΟΥΣΕΣ 3-45

ΠΡΟΪΣΤΟΡΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ

3. Μυκηναϊκά ευρήματα από τη Στερεά Ελλάδα, τη Θεσσαλία και τη Σκόπελο. 15ος-11ος αι. π.Χ.
4. Ευρήματα από μυκηναϊκά κέντρα και νεκροταφεία της Πελοποννήσου. 16ος-12ος αι. π.Χ.
5. Αντικείμενα της νεολιθικής και της πρώιμης και μέσης εποχής του Χαλκού από τη Στερεά Ελλάδα, τη Θεσσαλία, τη Λήμνο και την Τροία. 5η-2η χιλιετία π.Χ.
6. Αντικείμενα της πρωτοκυκλαδικής και της μεσοκυκλαδικής εποχής από τις Κυκλάδες. 3η και 2η χιλιετία π.Χ.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΓΛΥΠΤΩΝ

- 7-13. Αρχαϊκή πλαστική. 8ος-6ος αι. π.Χ.
- 14-15. Υστεροαρχαϊκή και πρώιμη κλασική πλαστική. 5ος αι. π.Χ.
- 16, 18. Κλασική πλαστική. Επιτάφια ανάγλυφα 5ου αι. π.Χ.
17. Κλασική πλαστική. Αναθηματικά ανάγλυφα και αρχιτεκτονικά γλυπτά.
- 19-20. Κλασική πλαστική. Αγάλματα 5ου και 4ου αι. π.Χ. και αντίγραφα κλασικών προτύπων.
21. Αγάλματα και ανάγλυφα κλασικών και ελληνιστικών χρόνων.
22. Κλασική πλαστική. Γλυπτά από τα μνημεία του ιερού του Ασκληπιού στην Επίδαυρο.
- 23-24. Επιτάφια γλυπτά 4ου αι. π.Χ.
- 25-27. Ψηφισματικά και αναθηματικά ανάγλυφα και αγάλματα 5ου-4ου αι. π.Χ.
28. Επιτάφια γλυπτά 4ου αι. π.Χ.
- 29-30. Ελληνιστική πλαστική. 3ος-1ος αι. π.Χ.
31. Έργα ελληνικών εργαστηρίων των ρωμαϊκών χρόνων. 1ος αι. μ.Χ.
- 31α. Πορτραίτα κοσμητών. 2ος-3ος αι. μ.Χ.
- 32-33. Έργα ελληνικών εργαστηρίων των ρωμαϊκών χρόνων. 2ος-5ος αι. μ.Χ.
- 34-35. Γλυπτά διαφόρων εποχών, επιτάφια και αναθηματικά.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΧΑΛΚΩΝ

ΣΥΛΛΟΓΗ ΧΑΛΚΩΝ

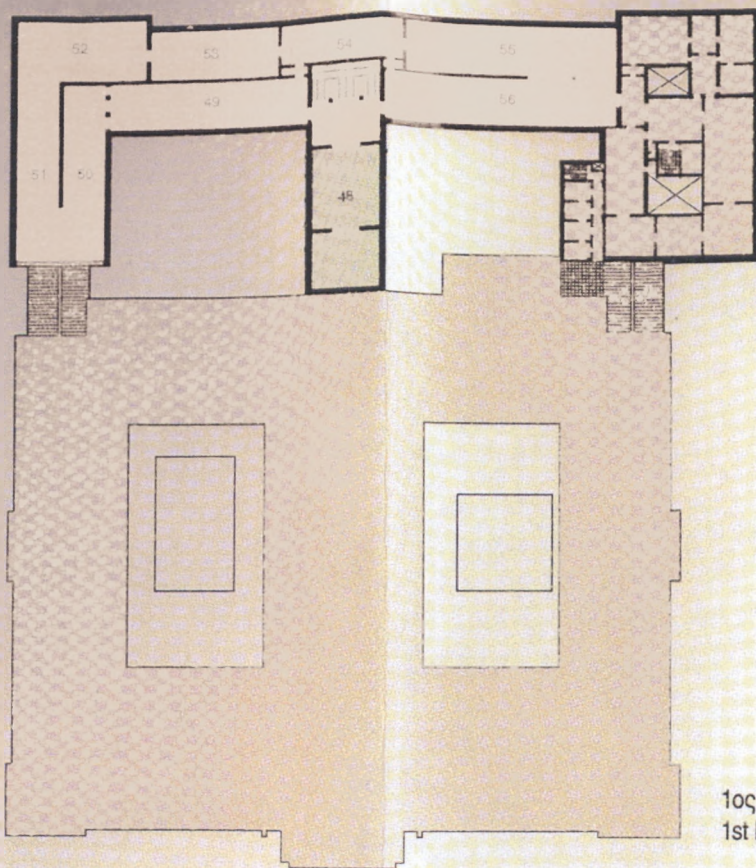
36. Ευρήματα από το ιερό του Διός στη Δωδώνη (Συλλογή Κ. Καραπάνου). 8ος αι. π.Χ.-3ος αι. μ.Χ.
37. Ευρήματα διαφόρων προελεύσεων. 8ος-4ος αι. π.Χ.
- 37α, 38-39. Προσωρινά κλειστές.

ΑΙΓΥΠΤΙΑΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ

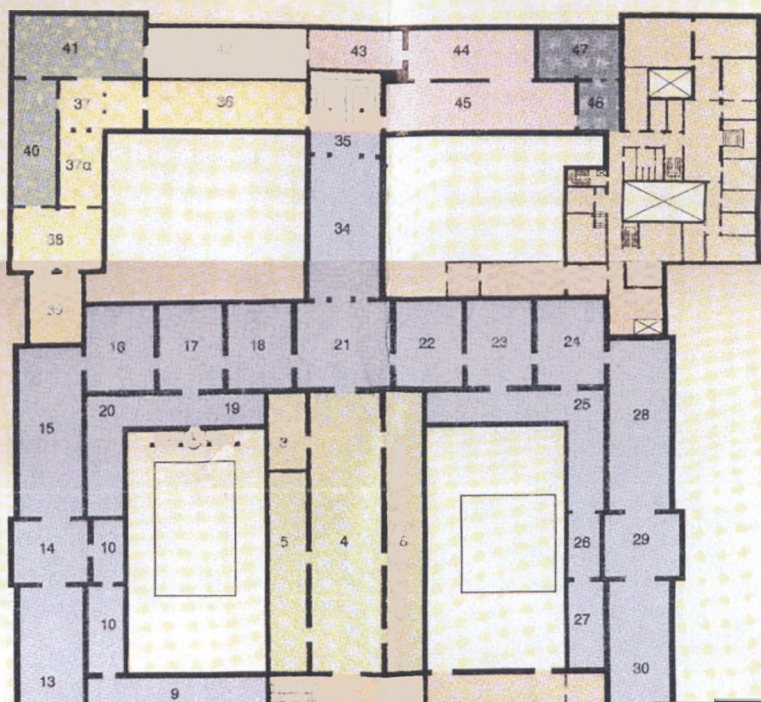
- 40-41. Αιγυπτιακές αρχαιότητες από την προδυναστική έως και την πτολεμαϊκή περίοδο. 5η χιλιετία-1ος αι. π.Χ.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΑΓΓΕΙΩΝ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΧΝΙΑΣ

42. Συλλογή Σταθάτου. Χρυσά κοσμήματα, σκεύη και μικροτεχνία.



1ος ΟΡΟΦΟΣ
1st FLOOR

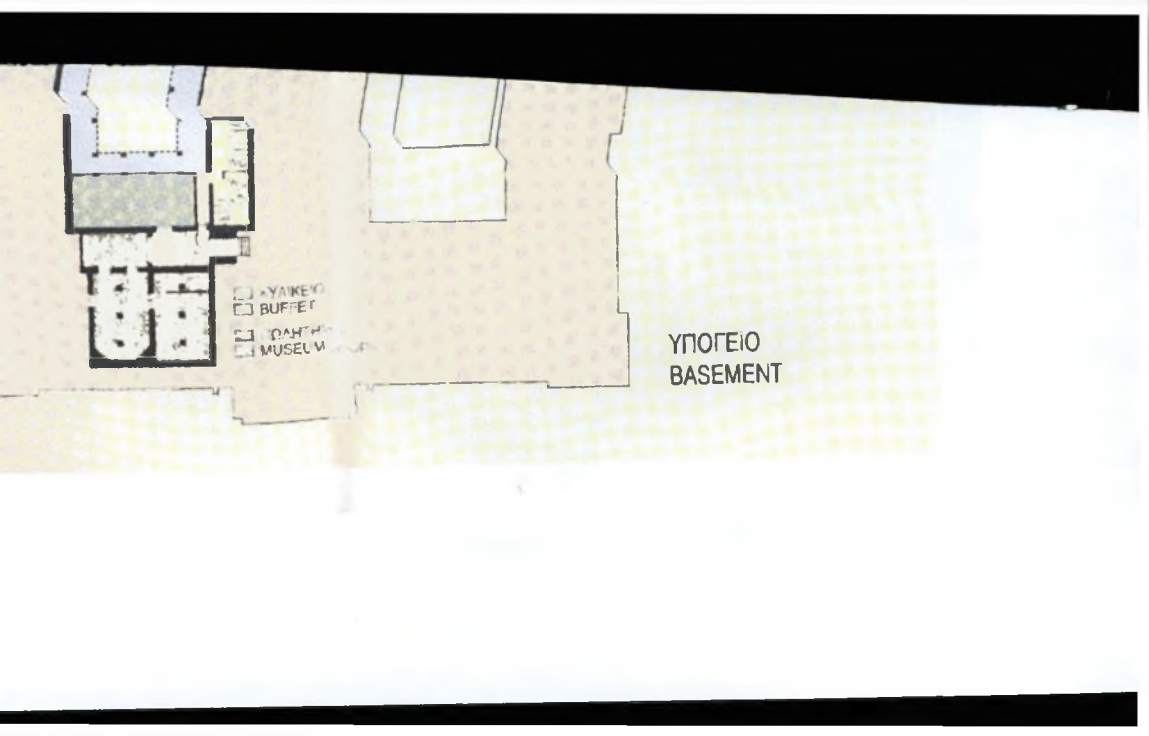


55. Αττικές λευκές λήκυθοι και ερυθρόμορφος
ρυθμός. 5ος αι. π.Χ.
56. Αττικά, κορινθιακά, βοιωτικά εργαστήρια. 4ος αι. π.Χ.

ΥΠΟΓΕΙΟ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΚΗΠΟΣ

Γλυπτά από το ναυάγιο των Αντικυθήρων.
Γλυπτά διαφόρων εποχών.



Architectural floor plan of a basement level. The plan shows a large rectangular area with a grid pattern, likely representing a floor slab. On the left side, there is a complex structure with several rooms and corridors. A legend in the center-left identifies three specific areas: a square labeled 'ΑΥΛΗΚΕΙΟ' (Aulic), a square labeled 'BUFFET', and a square labeled 'ΠΑΝΤΗ ΜΟΥΣΕΙΟΝ' (Pantheion Museum). To the right of the main grid area, the text 'ΥΠΟΓΕΙΟ' (Basement) and 'BASEMENT' is written.

ΑΥΛΗΚΕΙΟ
BUFFET
ΠΑΝΤΗ ΜΟΥΣΕΙΟΝ

ΥΠΟΓΕΙΟ
BASEMENT

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



Επεμβάσεις στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο Αθηνών

Α.Π. 30788, Αθήνα 11 Σεπτεμβρίου 2003

λικό
υσείο

Αρχαιολογικό

Προς
τον Υπουργό Πολιτισμού
κ. Ευάγγελο Βενιζέλο

Μπουμπουλίνας 20-22
10680 Αθήνα

Κοινοποίηση:

1. Γεν. Γραμματέα ΥΠΠΟ κ. Στ. Μενδώνη
2. Γενική Διεύθυνση Μελετών Μουσείων
3. Διεύθυνση Λαϊκού Πολιτισμού ΥΠΠΟ
4. Α' Εφορεία Νεωτέρων Μνημείων
5. Μ.Μ.Ε. - Εφημερίδες
6. Ενημερωτικό Δελτίο Τ.Ε.Ε.

Θέμα: Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο Αθηνών

Το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο Αθηνών, ένα από τα σημαντικότερα μουσεία σε διεθνές επίπεδο, κατασκευάστηκε την περίοδο 1860-1889 πάνω σε σχέδια του L. Lange, τα οποία τροποποιήθηκαν και συμπληρώθηκαν από τον E. Ziller.

Η έκθεση έγινε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο από τον μεγάλο αρχαιολόγο Χρήστο Καρούζο (τότε διευθυντή του μουσείου), την σύζυγό του Σέμνη Καρούζου και τους συνεργάτες τους. Το μουσείο είναι διεθνώς γνωστό για τον απέριττο τρόπο παρουσίασης των έργων καθώς και για την ορθή χρήση του φυσικού φωτισμού.

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων εκτιμά ως ιδιαίτερα σημαντικές τις επικείμενες εργασίες επισκευής και αποκατάστασης του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών, καθώς προβλέπεται:

εκτεταμένη χρήση ψευδοροφών στους εκθεσιακούς χώρους του μουσείου μετά την εγκατάσταση συστήματος κλιματισμού.

αισθητή μείωση του φυσικού φωτισμού των εκθεσιακών χώρων με αντίστοιχη σημαντική αύξηση του τεχνητού φωτισμού.

πιθανή αποξήλωση των δαπέδων.

αντικατάσταση των παλαιών δρύινων προθηκών με ταυτόχρονη αλλαγή του τρόπου έκθεσης.

Επειδή το κτίριο του Αρχαιολογικού Μουσείου αποτελεί προστατευόμενο μνημείο και ένα από τα σημαντικότερα κτίρια της πόλης των Αθηνών, χαρακτηρισμένο ήδη από το 1952 με την πρώτη πράξη χαρακτηρισμού κτιρίων, (υπουργική απόφαση αριθ.21980/250 ΦΕΚ 54/05.03.1952), θεωρούμε ότι οι όποιες αποφάσεις για πιθανές επεμβάσεις οφείλουν να γίνουν με την μέγιστη δυνατή προσοχή.

Το Διοικητικό Συμβούλιο του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων:

Α. Εκτιμά ως μη δόκιμο τον συγκεκριμένο τρόπο επέμβασης στο κτίριο και ως εκ τούτου ζητά την άμεση αλλαγή της μελέτης εγκατάστασης κλιματισμού, ώστε να μην αλλοιώνεται ο χαρακτήρας των εκθεσιακών χώρων του μουσείου, ως αποτέλεσμα της

σημαντικής μείωσης του ύψους των αιθουσών. Αυτό άλλωστε ακολουθείται σε αντίστοιχα ιστορικά κτίρια διεθνώς στα οποία τοποθετήθηκε εκ των υστέρων σύστημα κλιματισμού.

Β. Η οποιαδήποτε επέμβαση στις επιφάνειες φυσικού φωτισμού και στα σιδηρά κουφώματα των εκθεσιακών χώρων μας βρίσκει τελείως αντίθετους, καθώς μια μείωση του φυσικού φωτισμού θα ανέτρεπε ένα από τα κύρια στοιχεία της λογικής αυτού του κτιρίου που το έχουν άλλωστε καταστήσει διεθνώς κορυφαίο παράδειγμα τρόπου έκθεσης αρχαιολογικών συλλογών και κυρίως γλυπτών που ως γνωστόν απαιτούν φυσικό φωτισμό.

Γ. Τυχόν αποξήλωση των δαπέδων επιβάλλεται να αποκλεισθεί ως αδόκιμη επέμβαση στο κτίριο. Επισημαίνουμε ότι αντίστοιχο δάπεδο υπάρχει στο μουσείο Γκούγκενχάιμ της Βενετίας που βεβαίως δεν έχει αντικατασταθεί.

Δ. Η έκθεση των συλλογών του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών, που έγινε από τον Χρήστο και τη Σέμνη Καρούζου, έχει καταξιωθεί διεθνώς και θεωρείται παραδειγματική ως προς τον άμεσο και λιτό τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων.

Θεωρούμε ότι η διατήρηση των παλαιών δρύινων προθηκών ενισχύει τη λογική του τρόπου έκθεσης που ακολουθεί το αρχαιολογικό μουσείο. Είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι η πρόσφατη επανέκθεση των ελληνορωμαϊκών συλλογών του Μητροπολιτικού Μουσείου της Νέας Υόρκης (1999), βασίστηκε στον τρόπο έκθεσης του Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών κατά δήλωση της εφόρου του εκεί μουσείου Τζόαν Μέρτενς.

Συνεπώς εκτιμούμε ότι παρόλο το επείγον της υποθέσεως, το θέμα του αρχαιολογικού μουσείου θα πρέπει άμεσα να αντιμετωπιστεί κατά προτεραιότητα με τρόπο που να εξασφαλίζει τα αυτονόητα, την αποφυγή δηλαδή μη αναστρέψιμων επεμβάσεων και κυρίως την ουσιαστική προστασία και ανάδειξη ενός τόσο σημαντικού κτιρίου.

Κύριε Υπουργέ,

επειδή το Διοικητικό Συμβούλιο του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων έχει για μεγάλο διάστημα προσπαθήσει να έρθει σε επαφή με τις αρμόδιες διευθύνσεις του Υπουργείου σας για τη συνεργασία πάνω στο καίριο αυτό θέμα, κάτι που όμως δεν έγινε δυνατό, ζητάμε την άμεση παρέμβασή σας ώστε να αποτραπεί μια ανεπανόρθωτη βλάβη στο ιστορικό αυτό μνημείο.

Για το Διοικ. Συμβούλιο

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ
Τ. ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ

Ο ΓΕΝ. ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
Θ. ΠΑΠΠΑΣ

Ι.Βενιζέλος

αθώς το κτίριο θα ανακαινίζεται, για να είναι έτοιμο πριν την έναρξη των Ολυμπιακών Αγώνων, πρέπει να υντελεστεί εδώ μια εργώδης προσπάθεια επιστημονικής μελέτης, προκειμένου και οι εκθέσεις του μουσείου στην υνέχεια, ανακαινισμένες και αυτές, να ανοίξουν ξανά τις πύλες τους και να προκαλέσουν και πάλι το ενδιαφέρον υν ευρύτερου δυνατού διεθνούς κοινού. Βέβαια αυτό δεν γίνεται μόνο με τις μόνιμες συλλογές, γίνεται και μέσα πό την διαρκή προετοιμασία γοητευτικών και προκλητικών περιοδικών εκθέσεων, ένας τομέας στον οποίο το υουσείο έχει αποδείξει ως τώρα τις δυνατότητές του και νομίζω ότι στο μέλλον θα τις αποδείξει ακόμη περισσότερο.

αυτόχρονα, θα αξιοποιηθεί το διάστημα αυτό με την καλύτερη οργάνωση αυτού του τεράστιου υλικού, που απαιτεί αρκώς μια ανασκαφή μες' το μουσείο και μια διαρκή ανακάλυψη του μουσείου που κρύβεται μέσα στο μουσείο. πίσης, το χρονικό αυτό διάστημα θα αξιοποιηθεί μελετητικά για το σχέδιο της υπόγειας επέκτασης στην ομώνυμη λαιτρία του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου.

να σχέδιο που έχει καλά ετοιμαστεί από νομικής πλευράς και μελετητικά είναι ενταγμένο στο Γ' Κοινοτικό λαισίο Στήριξης. Αρα ανοίγεται μπροστά μας ένα διάστημα πολύ μεγάλης δουλειάς και σημαντικών προκλήσεων,

Αλλά νομίζω ότι έτσι διαμορφώνεται και η μεγάλη ευκαιρία για την ανακαίνιση του μουσείου με την πλήρη έννοια της λέξης αυτής. Και έτσι το επιστημονικό και λοιπό προσωπικό του έχει την ευκαιρία να αποδείξει τις ικανότητές του και να δουλέψει σε βάθος, διαμορφώνοντας την δική του παρακαταθήκη, γιατί ως τώρα το μουσείο μένει πιστό σε μία παράδοση, η οποία έχει σχηματιστεί σταδιακά, η οποία είναι πολύτιμη, η οποία όμως από μόνη της δεν αρκεί, προκειμένου το μουσείο να προκαλεί το ευρύτερο κοινωνικό ενδιαφέρον, με ό,τι σημαίνει πια στις μέρες μας η έννοια του μουσείου.



ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Τηλ. 210 - 92 01 001

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

29 ΜΑΡ. 2011		
12 ΑΠΡ. 2011		

ΠΑΝΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ



002000096891