

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ
ΜΟΥΣΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ:
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ: ΑΛΕΞΑΤΟΥ ΑΦΡΟΔΙΤΗ
ΒΛΑΣΤΑΡΗ ΑΝΝΟΥΣΙΩ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΣΗΜΑΚΗΣ ΚΟΥΤΣΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ- 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα μουσεία ξεκίνησαν ως ιδιωτικές συλλογές για να φτάσουν σήμερα σε ένα θεσμό δημόσιου χαρακτήρα. Η μορφή ενός μουσείου μεταβάλλεται συνεχώς, ανάλογα με τις ιστορικές, κοινωνικές, πολιτικές, πολιτισμικές και οικονομικές συνθήκες της εκάστοτε εποχής. Στην παρούσα εργασία παρουσιάζεται μια συνοπτική ιστορία του θεσμού του μουσείου και της σχέσης του με το κοινό. Θα επιχειρήσουμε, δηλαδή, να εξηγήσουμε πως το μουσείο προσπαθεί να προσελκύσει επισκέπτες και να τους φέρει σε επαφή με τα εκθέματα. Τις τελευταίες δεκαετίες τα μουσεία διεξάγουν ορισμένες έρευνες κοινού, ώστε να κατανοήσουν τις προσδοκίες που έχουν οι θεατές από τα πολιτιστικά ιδρύματα. Η αξιολόγηση του κοινού βοηθά τους οργανωτές των εκθέσεων να σχεδιάζουν καλύτερα τις εκθέσεις και να αποφεύγουν να επαναλάβουν τυχόν προβλήματα που εντόπισαν οι θεατές. Εμείς στην εργασία αυτή κάνουμε μια επισκόπηση αυτών των ερευνών με αναφορά στις μεθόδους και στα προβλήματα αξιολόγησης. Στο τέλος, εξετάζουμε μια περίπτωση έκθεσης του Βρετανικού Μουσείου, «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλαμ», και την αξιολόγησή της. Μέσα από τη μελέτη της παρουσίασης της έκθεσης, των ερωτημάτων και των απαντήσεων της αξιολόγησης κατανοήσαμε το στόχο του Μουσείου, τις απαιτήσεις και τα κίνητρα των θεατών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ..... 2

ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

1. Επισκόπηση της ιστορικής πορείας του θεσμού του Μουσείου.....6

2. Σύγχρονο Μουσείο και βασικές λειτουργίες του.....9

3. Το Μουσείο ως μέσο επικοινωνίας.....12

4. Μέθοδοι προσέλκυσης και εξοικείωσης των επισκεπτών στα Μουσεία.....15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟ

1. Το κοινό των Μουσείων.....18

2. Έρευνες κοινού στο μουσειακό περιβάλλον και η αναγκαιότητά τους.....20

3. Παρουσίαση των μεθόδων αξιολόγησης.....21

4. Προβλήματα και δυσκολίες αναφορικά με την αξιολόγηση και την έρευνα κοινού στο μουσειακό περιβάλλον.....26

5. Έρευνες κοινού σε Ευρωπαϊκά και Ελληνικά Μουσεία.....28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Η ΕΚΘΕΣΗ "ΤΟ ΧΑΤΖ- ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΗΝ ΚΑΡΔΙΑ ΤΟΥ ΙΣΛΑΜ" ΣΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

1. Παρουσίαση του Βρετανικού Μουσείου.....35

2. Παρουσίαση της έκθεσης «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ».....39

3. Παρουσίαση και κριτική επισκόπηση της αναφοράς αξιολόγησης και της έκθεσης.....43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΖΗΤΗΣΗ- ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....49

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....51

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Φωτογραφίες του Βρετανικού Μουσείου.....54

Φωτογραφίες από την Έκθεση «Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ».....62

Πίνακες δεδομένων από την αξιολόγηση της έκθεσης.....70

Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό του Διεθνούς Συμβουλίου των Μουσείων (ICOM- International Council of Museums), μουσείο είναι «ένα μόνιμο ίδρυμα, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξης και εξέλιξης της, ανοικτό στο κοινό, που έχει ως έργο του τη συλλογή, τη μελέτη, τη διατήρηση, τη γνωστοποίηση και την έκθεση τεκμηρίων του ανθρώπινου πολιτισμού και περιβάλλοντος, με στόχο τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».¹

Με βάση αυτόν τον ορισμό, αντιλαμβάνεται κανείς πως το Μουσείο είναι ένας χώρος που σκοπό έχει να διαφυλάξει την πολιτιστική κληρονομιά και να αναδείξει καλλιτεχνικά έργα. Μέσα σε αυτό ο επισκέπτης μπορεί να ανακαλύψει διάφορες συλλογές και να μελετήσει έτσι το παρελθόν και το παρόν ενός τόπου αλλά και να ψυχαγωγηθεί.

Ετυμολογικά η λέξη «Μουσείο» προέρχεται από τις Μούσες, τις κόρες του Δία και της Μνημοσύνης, προστάτιδες των Τεχνών. Σύμφωνα με τη μυθολογία οι Μούσες ήταν οι πηγές έμπνευσης για κάθε πνευματική εργασία. Γι' αυτό το λόγο, το μουσείο στην αρχαιότητα ήταν ο χώρος, όπου καλλιεργούνταν τα γράμματα και οι τέχνες και ήταν αφιερωμένος στη λατρεία των Μουσών. Ο όρος «Μουσείο» (Museum) χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 15^ο αιώνα στη Φλωρεντία και συνδέεται με τη συλλογή του Λαυρεντίου του Μεγαλοπρεπούς, όπως θα δούμε στο πρώτο κεφάλαιο. Την ίδια εποχή εμφανίζονται και δύο ακόμη λέξεις που περιγράφουν την έννοια του μουσείου: πρόκειται για τη λέξη *galleria* και *gabinetto*. Η πρώτη αφορά μια μεγάλη και μακρόστενη αίθουσα που φωτίζεται από το πλάι. Σήμερα χρησιμοποιείται για να περιγράψει τους χώρους που στεγάζουν εκθέσεις ζωγραφικής και γλυπτικής. Το *gabinetto* συνήθως είναι ένα τετράγωνος χώρος με ταριχευμένα ζώα ή συλλογές φυτών και μικροτεχνιών.²

Από την αρχαιότητα έως τη σύγχρονη εποχή, όπως θα δούμε και στη συνέχεια, το μουσείο εξελίσσεται και διαμορφώνεται ανάλογα με τις κοινωνικές και ιστορικές συνθήκες και τις ανάγκες της εκάστοτε εποχής. Ένα, όμως, είναι σίγουρο, πως κάθε μουσείο κρύβει ένα θησαυρό γνώσεων που περιμένει τον επισκέπτη να τον αξιοποιήσει.

Η εργασία αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο γίνεται μια ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του θεσμού των μουσείων. Θα αναφερθούμε στα πιο σημαντικά σημεία της πορείας των μουσείων, για να διακρίνουμε τις διαφοροποιήσεις

¹ ICOM- International Council of Museums <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> (ανάκτηση 17.11.2015).

² Γκαζή, Α. 1999. «Από τις Μούσες στο Μουσείο: Η Ιστορία ενός θεσμού δια μέσου των Αιώνων» *Αρχαιολογία και Τέχνες* 70, σ. 40-41.

τους ως προς τη φυσιογνωμία, τη λειτουργία και το ρόλο τους. Στη συνέχεια θα κάνουμε ειδική αναφορά σε μια από τις λειτουργίες του μουσείου, την επικοινωνία, και θα εξετάσουμε τους τρόπους με τους οποίους ένας τέτοιος θεσμός προσελκύει επισκέπτες.

Κεντρικό ζήτημα του δευτέρου κεφαλαίου είναι το κοινό των μουσείων. Αρχικά εξετάζουμε την έννοια του επισκέπτη και τη σχέση που αυτός αναπτύσσει με το μουσείο. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στις έρευνες κοινού, που διεξάγονται από τα μουσεία για να βελτιωθεί η λειτουργία και η οργάνωσή τους, στη μεθοδολογία, την αναγκαιότητα αλλά και τις δυσκολίες κατά τη διεξαγωγή της έρευνας. Στο τέλος του κεφαλαίου υπάρχει μια περιληπτική αναφορά σε έρευνες κοινού που έγιναν σε μουσεία της Ευρώπης και της Ελλάδας. Μέσα από αυτή τη σύντομη ανασκόπηση μπορεί κανείς να διακρίνει τους τομείς που ένα μουσείο θα ήθελε να βελτιώσει και γι' αυτό θέλει τη γνώμη και την αξιολόγηση του κοινού. Στη συνέχεια, ακολουθεί η μελέτη περίπτωσης αυτής της εργασίας, η έκθεση «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ» που παρουσιάστηκε το 2012 στο Βρετανικό Μουσείο. Συγκεκριμένα, σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε την ιστορία του Μουσείου και έπειτα θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε το στήσιμο και την οργάνωση της έκθεσης. Τέλος, θα αναφερθούμε στην έρευνα αξιολόγησης που διεξήγαγε το Μουσείο, για να δούμε τις συνέπειες που είχε η έκθεση στο κοινό. Ωστόσο, η έρευνα που κάναμε γύρω από την έκθεση νομίζουμε πως ήταν πλήρης και πιστεύουμε πως καταφέραμε να δώσουμε μια ολοκληρωμένη εικόνα της έκθεσης.

Χάρη σε αυτήν την εργασία μπορέσαμε να ταξιδέψουμε κι εμείς στους κόλπους της ισλαμικής τέχνης αλλά κυρίως σε έναν κόσμο πνευματικό μακριά από εθνικά και θρησκευτικά σύνορα. Προτού περάσουμε, όμως στο Χατζ, ας κάνουμε, στο κεφάλαιο που ακολουθεί, μια ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη του θεσμού του μουσείου και θα εξετάσουμε τον τρόπο λειτουργίας του ως μέσο επικοινωνίας.

Κεφάλαιο Πρώτο

Μουσείο και επικοινωνία

1. Η ιστορική πορεία του Μουσείου

Το πρώτο «Μουσείο» ιδρύθηκε κατά τους ελληνοιστικούς χρόνους (290 π.Χ) στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου από τον Πτολεμαίο τον Α΄. Το μουσείο αυτό περιελάμβανε γλυπτά, εργαλεία, αστρονομικά όργανα αλλά και ένα χώρο με φυτά και ζώα. Ανήκε στο συγκρότημα των ανακτόρων των Πτολεμαίων και συνδεόταν με τη Βιβλιοθήκη της Αλεξάνδρειας. Επρόκειτο για ένα χώρο που συγκέντρωνε εκθέματα από διάφορα επιστημονικά πεδία και προοριζόταν ως αίθουσα μελέτης για τους ιστορικούς, τους μαθηματικούς, τους φιλοσόφους, τους γεωγράφους, γενικότερα για τους επιστήμονες της εποχής. Η ύπαρξη αυτών των κτιρίων αύξησε το κύρος των Πτολεμαίων και αναδείκνυε τη διαφορά τους από τα άλλα βασίλεια που αποτελούσαν τον κύριο αντίπαλο της δυναστείας τους. Το μουσείο αυτό καταστράφηκε τον 3^ο αιώνα μ.Χ.³

Κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους το μουσείο παίρνει το όνομα *Museum*. Για τους Ρωμαίους αυτός ήταν ένας χώρος φιλοσοφικών συζητήσεων αλλά και συγκέντρωσης αντικειμένων. Ήταν η εποχή κατά την οποία μεταφέρθηκαν στη Ρώμη πάρα πολλά έργα τέχνης ως πολεμικά λάφυρα των κατεκτημένων περιοχών.⁴ Η συγκέντρωση αντικειμένων και η δημόσια έκθεσή τους συνεχίστηκε και στα χρόνια του Μεσαίωνα. Μάλιστα εκείνη την περίοδο, προτιμούνταν τα αντικείμενα θρησκευτικού χαρακτήρα (εικόνες και διάφορα τελετουργικά αντικείμενα), τα οποία εκτίνονταν κυρίως σε μοναστήρια και εκκλησίες.

Παράλληλα, η ύπαρξη ιδιωτικών συλλογών με έργα τέχνης κατά τον 15^ο αιώνα συνέβαλε στη δημιουργία του πυρήνα των αντικειμένων των ευρωπαϊκών μουσείων. Μια τέτοια χαρακτηριστική συλλογή ήταν του Λαυρεντίου των Μεδίκων στη Φλωρεντία. Μέσα στο παλάτι των Μεδίκων υπήρχε και το Μουσείο, το οποίο αποτέλεσε πρότυπο για τα ιδιωτικά μουσεία που ιδρύθηκαν την εποχή εκείνη στην Ευρώπη.⁵ Την περίοδο της Αναγέννησης κάνει την εμφάνισή της μια νέα κατηγορία

³ Νάκου Ε. 2001. *Μουσεία: Εμείς, τα Πράγματα και ο Πολιτισμός: Από τη Σκοπιά της Θεωρίας του Υλικού Πολιτισμού, της Μουσειολογίας και της Μουσειοπαιδαγωγικής*, Αθήνα: Νήσος, σ. 113.

⁴ Γκαζή, ό.π., σ. 40-41.

⁵ Νάκου, ό.π. σ. 114.

μουσείων, τα *cabinets of curiosités* (ντουλάπια της περιέργειας). Σε αυτά φυλάσσονταν αντικείμενα ιδιωτικών συλλογών που περιελάμβαναν διάφορα περίεργα και σπάνια αντικείμενα (αρχαιοελληνικά και ρωμαϊκά αγάλματα) που έδιναν κύρος σε όσους τα είχαν στην κατοχή τους. Η κατοχή και ο έλεγχος της γνώσης, εκείνη την εποχή, ήταν σημαντικό προνόμιο, καθώς η κατανόηση του κόσμου στηριζόταν στο αποτέλεσμα των πραγμάτων. Άρα, όσοι είχαν στην κατοχή τους μουσειακά αντικείμενα, μετατρέπονταν συμβολικά σε κυρίαρχους της γνώσης.⁶ Επιπλέον, οι συλλογές αυτές άνηκαν στον κόσμο και διέφεραν από τις συλλογές των μοναστηριών που περιοριζόνταν στη συγκέντρωση εκκλησιαστικών κειμηλίων και αντικειμένων.⁷

Τα αντικείμενα, όπως αναφέραμε παραπάνω ανήκαν σε ιδιωτικές συλλογές και η θέασή τους ήταν προνόμιο ενός μικρού αριθμού ατόμων, που προέρχονταν από την τάξη των ευγενών και των διανοούμενων.⁸ Ωστόσο, αυτή η συνήθεια αρχίζει να αλλάζει κατά τον 17^ο αιώνα, όταν το μουσείο παίρνει μια δημόσια διάσταση. Πολλές ιδιωτικές συλλογές δωρίζονται ή πωλούνται σε πανεπιστήμια και πνευματικά ιδρύματα, ώστε να εκτεθούν στο ευρύ κοινό. Μια τέτοια δωρεά έγινε από τον λόρδο Ashmole⁹, ο οποίος προσέφερε τη συλλογή του στο Πανεπιστήμιο της Οξφόρδης το 1686, ενώ λίγα χρόνια νωρίτερα, το 1671, είχε ιδρυθεί το πρώτο μουσείο στη Βασιλεία.¹⁰ Σκοπός των νέων μουσείων ήταν όχι μόνο να διαφυλάξουν διάφορα καλλιτεχνικά δημιουργήματα και δείγματα ζώων και φυτών αλλά κυρίως να εκπαιδεύσουν τους επισκέπτες τους.

Οι εξελίξεις κατά το 18^ο και 19^ο αιώνα, με τη Γαλλική Επανάσταση, την εκβιομηχάνιση της κοινωνίας, τη δημιουργία νέων εθνικών κρατών και την άνοδο της αστικής τάξης και κουλτούρας, συνέβαλαν ώστε το Μουσείο να αλλάξει χαρακτήρα και να πάρει τα χαρακτηριστικά που έχει σήμερα. Η έκθεση των συλλογών δεν αφορούσε πια μια μικρή ομάδα αλλά έγινε δημόσια. Επιπλέον, κατά το 18^ο αιώνα, ο όρος μουσείο άρχισε να αφορά το κτήριο που στέγαζε τις συλλογές και όχι αυτές τις ίδιες. Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, πως το 1793, κατά τη διάρκεια της Γαλλικής Επανάστασης, το ανάκτορο του Λούβρου μετατράπηκε σε Μουσείο της Γαλλικής Δημοκρατίας με εκθέματα αντικείμενα από τις βασιλικές συλλογές. Τα εκθέματα

⁶ Hooper-Greenhill E. 1992. *Museum and Shaping of Knowledge*, Λονδίνο και Νέα Υόρκη: Routledge, σ. 12 και Νάκου, *ό.π.* σ. 114- 115.

⁷ Νάκου, *ό.π.* σ. 114.

⁸ Καλοφορίδης, 2012. «Ο Εκπαιδευτικός Ρόλος του Μουσείου στο Σύγχρονο Κοινωνικό και Πολιτισμικό Περιβάλλον» *Science & Technology* 5 (7), σ. 70. (ανάκτηση από τον ιστότοπο: http://e-jst.teiath.gr/issue_28/Kaloforidis_28.pdf)

⁹ Ο Elias Ashmole ήταν αγγελιοφόρος, αστρολόγος και συλλέκτης. Κατάφερε να μπει στην υπηρεσία του Καρόλου II και δημιούργησε μια μεγάλη συλλογή ακολουθώντας τον βασιλιά σε μακρινές αποστολές. Παράλληλα, συνδέθηκε φιλικά με τον John Tradescant, ο οποίος ήταν κηπουρός στη βασιλική αυλή και επίσης συνέλεγε διάφορα είδη φυτών από τα ταξίδια του. Όταν ο Tradescant πέθανε, οι συλλογές του πέρασαν στον Ashmole, ο οποίος τις δώρισε στο πανεπιστήμιο (Καλοφορίδης, *ό.π.* σ. 70).

¹⁰ Καλοφορίδης, *ό.π.* σ. 70.

γίνονται κτήμα του λαού, σε μια περίοδο, που επικρατεί ο Ρομαντισμός και ο εθνικισμός παρακινεί τα κράτη να στρέψουν την προσοχή τους στην ιστορία και τον πολιτισμό τους για να βρουν την εθνική τους ταυτότητα.¹¹ Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, παρατηρείται μια αύξηση των μουσείων που στόχο είχαν να ενισχύσουν την εθνική ταυτότητα των λαών. Συνεπώς, τα μουσεία του 19^{ου} είναι μουσεία εθνικά και αναδεικνύουν την εθνική κληρονομιά και καλλιεργούν την εθνική μνήμη και ιστορία. Ο νέος χαρακτήρας των μουσείων επέβαλε τη δημιουργία νέων μεγαλύτερων χώρων που θα συμβόλιζαν την δόξα του κάθε έθνους. Πλέον, τα μουσειακά αντικείμενα θεωρούνταν αντικείμενα εθνικής κληρονομιάς και η συλλογή και προστασία τους ήταν ζήτημα εθνικού χρέους.¹² Η ολοένα και μεγαλύτερη συγκέντρωση αντικειμένων στα μουσεία επέφερε αλλαγές και στον τρόπο έκθεσής τους. Τα αντικείμενα καταγράφονταν και αποθηκεύονταν και υπήρχε ταξινόμηση σε αυτά που επιλέγονταν να εκτεθούν στον χώρο της έκθεσης.

Το πέρασμα στον 20^ο αιώνα αποτέλεσε σημαντικό σημείο στην εξέλιξη των μουσείων. Νέοι τύποι μουσείων άρχισαν να εμφανίζονται με διαφορετική φιλοσοφία σε σχέση με τα προηγούμενα, καθώς στο κέντρο τους τοποθετούσαν τον επισκέπτη αναδεικνύοντας έτσι την επικοινωνία του μουσείου ως κυρία λειτουργία του.¹³ Η Νάκου διακρίνει τρεις κατηγορίες μουσείων στη σύγχρονη εποχή: τα παραδοσιακά (object oriented), τα μοντέρνα (object and people oriented) και τα μεταμοντέρνα (people oriented). Τα παραδοσιακά, παρουσιάζουν τα αντικείμενα μονοδιάστατα και συνήθως τα εκθέματα αφορούν την αναπαράσταση, την εθνική ταυτότητα και ιστορία ενός τόπου. Η τοποθέτησή τους γίνεται με χρονολογική σειρά και σε μια γραμμική διάταξη. Τα μοντέρνα μουσεία έχουν στο κέντρο του ενδιαφέροντός τους το κοινό, με αποτέλεσμα να οργανώνουν τις εκθέσεις έχοντας εντάξει τα αντικείμενα στο κοινωνικό πλαίσιο απ' όπου προέρχονται. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι θεατές να αντιλαμβάνονται καλύτερα το ρόλο που είχαν τα αντικείμενα αυτά στην εποχή χρήσης του. Τέλος, τα μεταμοντέρνα μουσεία σχεδιάζουν τις εκθέσεις τους με σκοπό να αφήσουν την ερμηνεία των αντικειμένων στο κοινό. Ταυτόχρονα, χρησιμοποιεί και διάφορα τεχνολογικά μέσα (ηλεκτρονικούς υπολογιστές, αρχεία ήχου, τρισδιάστατες εικόνες).¹⁴ Παράλληλα, παρατηρείται και μια νέα τάση: η παρουσίαση ειδικών προσωρινών εκθέσεων με συγκεκριμένες θεματικές, όπως αυτή που θα εξετάσουμε στο τρίτο μέρος της εργασίας.

Στην Ελλάδα, η πορεία του θεσμού των μουσείων ξεκίνησε με την ίδρυση του νέου ελληνικού κράτους και συνδέθηκε με το αρχαιοελληνικό παρελθόν. Σύμφωνα με

¹¹ Τζιφάκη, Σ. 2005. *Το Σύγχρονο Μουσείο στην Ελληνική Εκπαίδευση Μέσα από το Παράδειγμα των Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων*, Θεσσαλονίκη: Αφοί Κυριακίδη, σ. 17 και Νάκου 2001 *ό.π.* σ. 111-117.

¹² Νάκου, *ό.π.* σ. 118.

¹³ Γκαζή, Α. *ό.π.* σ. 42.

¹⁴ Νάκου, *ό.π.* σ. 131-145.

τη Βουδούρη, ο Αδαμάντιος Κοραΐς εξοργισμένος από την αρπαγή χειρογράφων της Πάτμου από κάποιον ξένο περιηγητή έστειλε υπόμνημα στο Οικουμενικό Πατριαρχείο ζητώντας την ίδρυση «Ελληνικού Μουσείου».¹⁵ Το νέο κράτος αντιμετώπιζε τα μνημεία και τα έργα της αρχαιότητας ως κομμάτι της εθνικής του ταυτότητας και η προστασία τους ήταν κύριο μέλημα. Σε αυτό το πλαίσιο, το 1829 ο Καποδίστριας ίδρυσε το πρώτο μουσείο στο Ορφανοτροφείο της Αίγινας. Το 1834 ψηφίστηκε ο πρώτος αρχαιολογικός νόμος που προσδιόριζε τη δημιουργία μουσείων στις πόλεις της επαρχίας. Ωστόσο, οι οικονομικές και οι πολιτικοκοινωνικές συνθήκες δεν ευνοούσαν την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων και όσα αντικείμενα συλλέγονταν ή ανακαλύπτονταν με τις ανασκαφές τοποθετούνταν σε αποθήκες εκκλησιών ή σχολείων. Αυτά τα αντικείμενα αποτέλεσαν το κυρίως υλικό των μετέπειτα μουσείων.¹⁶

Η συγκέντρωση αντικειμένων ήταν προσανατολισμένη σε όσα προέρχονταν από την κλασική περίοδο, μέσα στο κλίμα του νεοκλασικισμού που επικρατούσε στην Ευρώπη. Στην Ελλάδα, η εμμονή στην κλασική αρχαιότητα μπορούσε να εξηγηθεί ως προσπάθεια απόδειξης της ιστορικής συνέχειας του ελληνισμού που συνέδεε τη σύγχρονη Ελλάδα με τη δόξα των αρχαίων προγόνων. Μέσα σε αυτό το κλίμα, η βυζαντινή περίοδος είχε αγνοηθεί σε μεγάλο βαθμό μέχρι τα τέλη του 19^{ου} αιώνα. Στις αρχές του 20ού δημιουργήθηκε η Εθνική Πινακοθήκη (1900), το Βυζαντινό Μουσείο (1914), το Λαογραφικό Μουσείο (1918) και το Εθνικό Μουσείο (1926). Η πολιτιστική αυτή δραστηριότητα διακόπηκε κατά τη διάρκεια της Κατοχής, όπου έγινε μεγάλη προσπάθεια να κρυφτούν τα αρχαιολογικά εκθέματα των πόλεων. Μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου ξεκίνησε μια νέα περίοδος στην ιστορία των μουσείων με τη δημιουργία νέων σε όλη τη χώρα.¹⁷

2. Σύγχρονο Μουσείο και οι βασικές λειτουργίες του

Στη σύγχρονη εποχή το μουσείο έχει αλλάξει προοπτική και προσέγγιση και από χώρος φύλαξης αντικειμένων έχει αποκτήσει έναν πιο ενεργητικό κοινωνικό ρόλο. Τα αντικείμενα συνοδεύονται από έναν πλούτο πληροφοριών σχετικά με το είδος του μουσείου ή της έκθεσης και των αντικειμένων. Επιπλέον, στα μουσεία υπάρχουν χώροι για προβολές ταινιών, δυνατότητα παροχής οπτικοακουστικών μέσων στο κοινό καθώς χώροι αναψυχής (καφετέριες, εστιατόρια αλλά και καταστήματα δώρων κα). Τα μουσεία, πλέον, επιτελούν επιμορφωτικό όσο και

¹⁵ Βουδούρη, Δ. 2003. *Κράτος και Μουσεία: Το Θεσμικό Πλαίσιο των Αρχαιολογικών Μουσείων*, Αθήνα: Σάκκουλας, σ. 9.

¹⁶ Βουδούρη, ό.π. 7-17 και Γκαζή ό.π. σ. 43.

¹⁷ Οικονόμου, Β. 2003. *Μουσείο: Αποθήκη ή Ζωντανός Οργανισμός: Μουσειολογικοί Προβληματισμοί και Ζητήματα*, Αθήνα: Κριτική, σ. 53-54.

ψυχαγωγικό σκοπό μέσα στο πλαίσιο ανταγωνισμού με άλλους πολιτιστικούς φορείς.¹⁸ Με άλλα λόγια, ένα σύγχρονο μουσείο επιτελεί αρκετές λειτουργίες.

Μια πρώτη και κύρια λειτουργία ενός μουσείου είναι η έκθεση των αντικειμένων. Όπως αναφέρθηκε και στην αρχή του κεφαλαίου, οι πρώτες ιδιωτικές συλλογές (σπάνιων φυτών και περιέργων πραγμάτων) προβάλλονταν σε ένα μικρό και συγκεκριμένο κοινό της εποχής. Σταδιακά, και ειδικότερα από το 19^ο αιώνα, το κοινό αυξανόταν όπως και ο ρόλος της έκθεσης, που αποτελούσε πλέον ένα ταξίδι στο παρελθόν που έφτανε ως τη σύγχρονη εποχή. Αυτή η πορεία στο χρόνο είχε σκοπό να προβάλει εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την εθνική ταυτότητα ενός έθνους. Σε μια τέτοια έκθεση η οργάνωση και η κατάταξη των αντικειμένων γινόταν με χρονολογική σειρά. Από το σύνολο των εκθεμάτων επιλέγονταν τα πιο χαρακτηριστικά στην κάθε κατηγορία, τα οποία αναδεικνύονταν και πλαισιώνονταν από τα υπόλοιπα αντικείμενα.¹⁹ Στις μέρες μας αυτό το σύστημα οργάνωσης θεωρείται παρωχημένο και δεν επιλέγεται, καθώς παρέχει στο θεατή «έτοιμη γνώση» και μια ήδη διαμορφωμένη ερμηνεία της ιστορίας και δεν αφήνει το περιθώριο ώστε ο ίδιος να σχηματίσει τη δική του γνώμη για τα αντικείμενα. Από το 1970 ο τρόπος οργάνωσης αλλάζει και οι εκθέσεις στήνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνεται η πρωτοβουλία στους θεατές να ερμηνεύουν εκείνοι όσα βλέπουν.

Δύο βασικές λειτουργίες του μουσείου, που ωστόσο, δε γίνονται εύκολα αντιληπτές από το κοινό, είναι η συντήρηση και η τεκμηρίωση των αντικειμένων. Οι λειτουργίες αυτές αφορούν το αντικείμενο από τη στιγμή της απόκτησής του από το μουσείο. Ένα μουσείο αποκτά αντικείμενα προσπαθώντας να δημιουργήσει μια ολοκληρωμένη εικόνα της συλλογής του (καθώς τα περισσότερα μουσεία εξειδικεύονται σε μια ιστορική περίοδο ή σε έναν τόπο). Αμέσως μετά την απόκτησή τους τα αντικείμενα καταγράφονται με λεπτομέρεια στον κατάλογο του μουσείου, έτσι ώστε να γνωρίζει κανείς όλα τα χαρακτηριστικά του στοιχείου.²⁰ Τα περισσότερα μουσεία διαθέτουν ειδικό πρόγραμμα στον υπολογιστή (όπως η βάση δεδομένων) στο οποίο καταγράφουν όλα τα δεδομένα σχετικά με το αντικείμενο έτσι ώστε να διευκολύνεται το προσωπικό του μουσείου ή κάποιος ερευνητής που θα ζητήσει σχετικές πληροφορίες.²¹

¹⁸ Merriman, N. 1999. «Ανοίγοντας τα Μουσεία στο Κοινό» *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, σ. 44-45.

¹⁹ Τζιαφέρη *ό.π.* σ. 18.

²⁰ Ορφανίδη Λ. 2006. «Εισαγωγή στη Μουσειολογία», Ορφανίδη Λ. και Ι. Λυριτζής (επιμ.), *Εισαγωγή στη Μουσειολογία και στην Προληπτική Συντήρηση*, Αθήνα: Καρδαμίτσα, σ. 58.

²¹ Οικονόμου *ο.π.* σ.127-129.

Απαραίτητο στοιχείο για την εύρυθμη λειτουργία ενός μουσείου είναι η ασφάλεια και η σωστή συντήρηση των εκθεμάτων.²² Η συντήρηση εξαρτάται καταρχήν από την κατάσταση στην οποία βρίσκεται το έκθεμα. Αρχική μέριμνα είναι η τοποθέτησή του σε ειδικό χώρο (προθήκες) με κατάλληλες συνθήκες (φωτισμό, θερμοκρασία και υγρασία) ώστε να μην επιβαρυνθεί περισσότερο. Στη συνέχεια, το αντικείμενο καθαρίζεται, για να απομακρυνθούν από αυτό σκόνη, χώμα ή άλλα διαβρωτικά στοιχεία. Σκοπός της συντήρησης είναι να επαναφέρει το αντικείμενο σε μια κατάσταση όσο το δυνατόν πιο κοντά στην αρχική του.²³

Ένα μουσείο μπορεί να λειτουργήσει, επίσης, και ως χώρος μάθησης. Το προσωπικό των μουσείων παρακολουθεί ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης ώστε να μπορεί να κάνει ξεναγήσεις σε σχολεία και να οργανώνει διάφορες εκπαιδευτικές δραστηριότητες καθώς και να διανέμει στους μαθητές διδακτικό υλικό σχετικό με τα εκθέματα.²⁴ Ο τομέας της μουσειοπαιδαγωγικής που έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια στηρίζεται σε νέες παιδαγωγικές θεωρίες κατά τις οποίες αναδύκνεται η βιωματική μάθηση, σε αντίθεση με τα δασκαλοκεντρικά μοντέλα μάθησης παλαιότερων εποχών. Το μοντέλο της ξεναγήσης με έναν υπεύθυνο ξεναγό που εξηγούσε στους μαθητές τι βλέπουν αντικαθίσταται από διαδραστικά εκπαιδευτικά προγράμματα στα οποία οι μαθητές συμμετέχουν στη διαδικασία.²⁵

Τέλος, αξίζει να αναφερθούν δύο ακόμη λειτουργίες του μουσείου, η οικονομική και η επικοινωνιακή. Τα περιορισμένα κρατικά κονδύλια αναγκάζουν τα μουσεία να αναζητούν έσοδα από άλλες πηγές (χορηγίες, δωρεές). Στην προσπάθειά τους τα μουσεία να προσελκύσουν νέους οικονομικούς πόρους, επιχειρούν να γίνουν πόλος έλξης τουριστών. Για το λόγο αυτό, δημιουργούνται ολοένα και περισσότερα μουσεία με μια εξειδίκευση (σε μια θεματική όπως π.χ το μουσείο του λαδιού, του καπνού, του αθλητισμού, των Βαλκανικών Πολέμων κ). Αυτά τα μουσεία επιδιώκουν να αποτελέσουν σημεία αναφοράς της θεματικής στην οποία αναφέρονται και να προσελκύσουν στοχευμένα ένα συγκεκριμένο κοινό. Παράλληλα, στα μουσεία, τα τελευταία χρόνια λειτουργούν κυλικεία και χώροι πώλησης αντικείμενων με στόχο την αύξηση των εσόδων του μουσείου.²⁶ Ωστόσο, υπάρχει και η άποψη ότι τα μουσεία

²² Να σημειωθεί εδώ πως η άρνηση του Βρετανικού Μουσείου να επιστρέψει τα γλυπτά του Παρθενώνα στηρίζονταν, μέχρι πρότινος, στον ισχυρισμό πως δεν υπήρχε κατάλληλος χώρος για τη συντήρηση και φύλαξη των μνημείων.

²³ Ορφανίδη, *ό.π.* σ. 69-70.

²⁴ Κουβέλη Α. 2000. *Η Σχέση των Μαθητών με το Μουσείο. Θεωρητική Προσέγγιση, Έρευνα στην Αθήνα και την Ικαρία. Εκπαιδευτικά Προγράμματα*, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, σ. 30-34.

²⁵ Τζιαφέρη, *ό.π.* σ. 44-45.

²⁶ Οικονόμου, *ό.π.* σ. 98-103.

έχουν γίνει καταναλωτικά προϊόντα και πως κινδυνεύουν να χάσουν τον εκπαιδευτικό τους χαρακτήρα.²⁷

Η αύξηση των εσόδων μπορεί να επιτευχθεί και με τη σωστή επικοινωνιακή πολιτική. Με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλίσει περισσότερο κοινό και προβολή. Για να το πετύχουν αυτό τα σύγχρονα μουσεία έχουν προβλέψει τη δημιουργία χώρων μέσα στους οποίους διοργανώνονται εκπαιδευτικά προγράμματα και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες (που είτε σχετίζονται με τις εκθέσεις και τις συλλογές του μουσείου είτε όχι). Έτσι, το μουσείο φιλοδοξεί να κερδίσει όχι μόνο άμεσα έσοδα, αλλά κυρίως προβολή που θα του αυξήσει μακροπρόθεσμα την επισκεψιμότητα. Τέλος, στη σημερινή εποχή που το διαδίκτυο τείνει να γίνει ένας από τους κύριους τρόπους ενημέρωσης, ένα μουσείο μπορεί να επωφεληθεί από το λειτουργικό στήσιμο της ιστοσελίδας του. Σε αυτήν μπορεί κανείς να βρει πληροφορίες για τα εκθέματα, αλλά και άλλα χρήσιμα στοιχεία σχετικά με την ιστορία του μουσείου. Ορισμένα από αυτά μάλιστα προσφέρουν τη δυνατότητα εικονικής περιήγησης σε κάποιες από τις συλλογές.²⁸

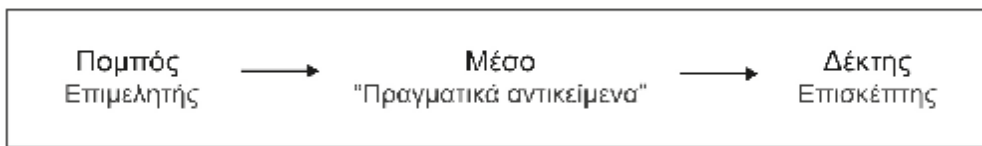
3. Το Μουσείο ως μέσο επικοινωνίας

Η επικοινωνία είναι, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μια από τις βασικές λειτουργίες ενός μουσείου που συνδέεται σχεδόν με όλες τις υπόλοιπες. Επιπλέον, αυτή είναι που προσδιορίζει σε μεγάλο βαθμό την εικόνα που προβάλλει το μουσείο προς τα έξω. Το μουσείο ανάλογα με την επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθεί προσπαθεί να αξιοποιήσει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ώστε να προβάλλει τις δράσεις του και να αυξήσει τους επισκέπτες του. Η επιτυχία ενός μουσείου οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη σχέση που θα αναπτύξει με το κοινό, το οποίο βρίσκεται στο κέντρο κάθε επικοινωνιακής στρατηγικής. Αυτή διαμορφώνεται ανάλογα με τις περιστάσεις της κάθε εποχής, τις απαιτήσεις, τις ανάγκες και τους στόχους του μουσείου. Για το λόγο αυτό δημιουργούνται διάφορα μοντέλα επικοινωνίας.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθούμε σε ορισμένα από αυτά τα μοντέλα. Το 1968 ο Cameron είχε προτείνει ένα γραμμικό μοντέλο, σύμφωνα με το οποίο ο επιμελητής (πομπός) ήταν αυτό που μετέφερε το μέσο (τη γνώση) στο δέκτη (επισκέπτη) (εικ.1). Με βάση αυτό το μοντέλο, οι επισκέπτες έχουν παθητικό ρόλο και η επικοινωνία γίνεται μόνο από τον επιμελητή. Η πρόταση του Cameron δέχτηκε κριτική καθώς επρόκειτο για ένα μοντέλο που θεωρούσε την επικοινωνία ως μια απλή μεταβίβαση μηνυμάτων χωρίς την ανάλογη διάδραση (interaction) από τη μεριά του δέκτη.

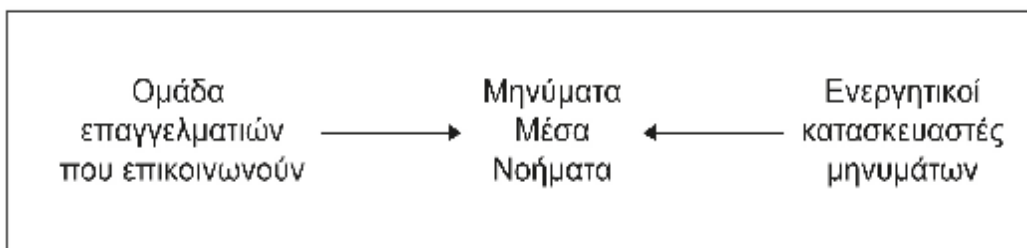
²⁷ Κουναλάκη Ξ. 2001 «Το 'λάιφ στάιλ' Εισβάλλει στα Μουσεία, *Καθημερινή* 17.06.2001 (ανακτήθηκε <http://www.kathimerini.gr/94189/article/epikairothta/kosmos/to-laif-stail-eisvallei-sta-moyseia> 26/11/2015).

²⁸ Γκαζή, Α. 2004. «Μουσεία για τον 21^ο αιώνα», *Τετράδια Μουσειολογίας*, σ.7



Εικόνα 1 Το μοντέλο επικοινωνίας του Cameron 1968

Η Hooper-Greenhill απορρίπτει αυτό το μοντέλο αυτό και προτείνει ένα άλλο στο οποίο η επικοινωνία είναι μια πολύπλοκη διαδικασία (εικ.2). Ο επιμελητής δεν είναι ένα μόνο άτομο, αλλά μια ομάδα (ο επιμελητής, ο μουσειοπαιδαγωγός, ο συντηρητής), η οποία δεν στέλνει μόνο μηνύματα στο κοινό, αλλά επικοινωνεί και μεταξύ της. Αλλά και το κοινό δε μένει αμέτοχο· διαμορφώνει τη σκέψη του με βάση τις γνώσεις του. Το μέσο του προηγούμενου διαγράμματος σε αυτό το μοντέλο δεν είναι ένα πράγμα· ως μέσο ορίζεται ο κύριος χώρος ανάμεσα στον πομπό και το δέκτη αλλά και όλοι οι τρόποι επικοινωνίας του μουσείου με το κοινό (δηλαδή οι υπάλληλοι, τα αντικείμενα, τα καταστήματα, τα ψηφιακά μέσα, κά). Ανάμεσά τους διαμορφώνονται και μεταφέρονται διαφόρων ειδών μηνύματα που επιδρούν στο πως αντιλαμβάνονται οι θεατές τα εκθέματα και τη συνολική εικόνα του μουσείου.²⁹

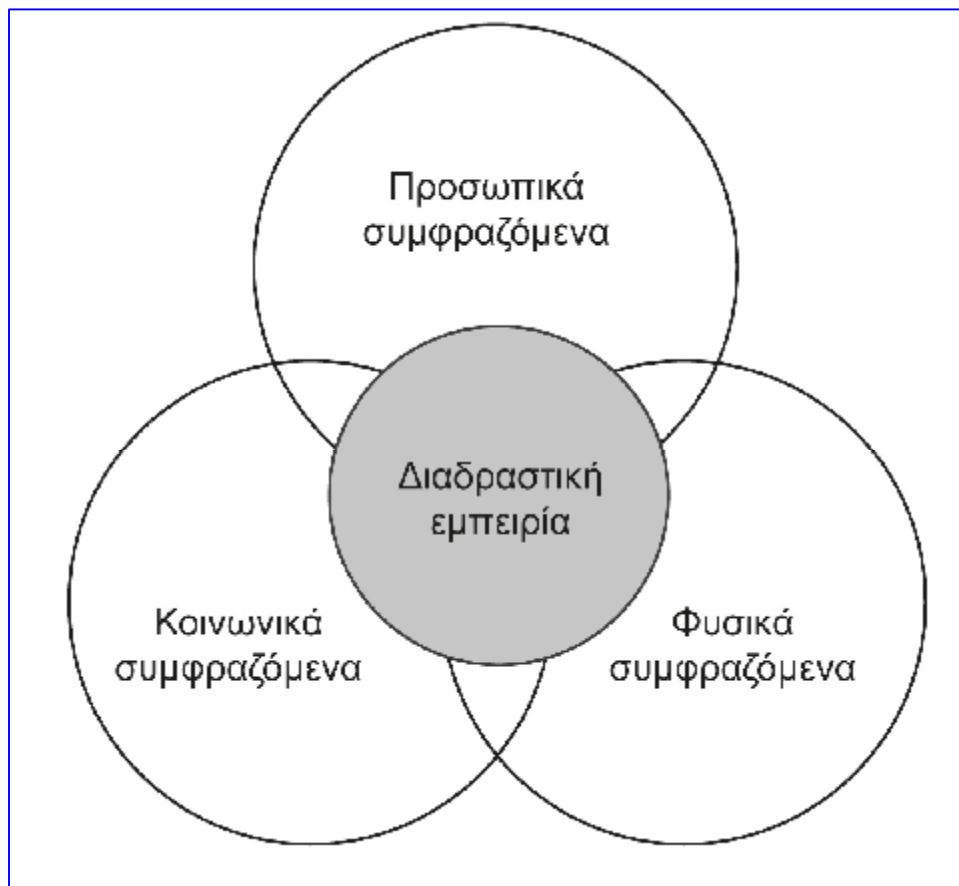


Εικόνα 2 Το μοντέλο Hooper-Greenhill 1991

Ένα ακόμη μοντέλο επικοινωνίας είναι αυτό της διάδρασης των Falk και Dierking (εικ.3), που περιλαμβάνει την προσωπική διάσταση, τη φυσική, την κοινωνική καθώς και τη μεταξύ τους σχέση και αλληλεπίδραση. Σύμφωνα με αυτούς, η επίσκεψη σε ένα μουσείο πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ένα σύνολο δράσεων, ένα *gestalt*, που ξεκινά από τη στιγμή που κάποιος αποφασίζει να πάει στο μουσείο και περιλαμβάνει όλα τα στάδια της επίσκεψης, ακόμη και την αγορά αντικειμένων από το κατάστημα του μουσείου. Η προσωπική διάσταση περιλαμβάνει τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών· η κοινωνική περιλαμβάνει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες πραγματοποιείται η επίσκεψη, ενώ η φυσική περιλαμβάνει το ίδιο το κτήριο, την αρχιτεκτονική του και τη διάταξή του. Και τα τρία στοιχεία αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τον τρόπο που θα κατανοήσει και θα βιώσει

²⁹ Οικονόμου, ό.π. σ. 81-82.

ο επισκέπτης το μουσείο.³⁰ Άλλωστε, όπως έγραψε και ο Hobsbawm «κολυμπάμε μέσα στο παρελθόν σαν τα ψάρια στο νερό και δεν μπορούμε να ξεφύγουμε από αυτό. Το πώς, όμως, ζούμε και κινούμαστε μέσα σ' αυτό το περιβάλλον, χρειάζεται ανάλυση και συζήτηση».³¹ Με άλλα λόγια, τα αντικείμενα μετατρέπονται σε γνώση μέσα από την ανάλυση και την ερμηνεία.



Εικόνα 3 Το μοντέλο των Falk and Dierking, 1992

Αξίζει να αναφερθεί και η άποψη του Καλοφορίδη, ο οποίος υποστηρίζει πως ένα μουσείο πρέπει να ακολουθεί μια ευρύτερη προσέγγιση (και όχι διάφορες μονοδιάστατες και ακανόνιστες προσεγγίσεις), καθώς το μουσείο επικοινωνεί με το κοινό του μέσω όλων των εμπλεκόμενων του. «Συνεπώς το μήνυμα δεν απορρέει αποκλειστικά από τα αντικείμενα αλλά και από την εκφρασμένη θέση των συντελεστών της έκθεσης».³²

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πως το μουσείο δεν επικοινωνεί με το κοινό μόνο με τα εκθέματα, αλλά με κάθε στοιχείο του (το κτήριο, τους υπαλλήλους του, τις δραστηριότητες που αναλαμβάνει). Η σχέση του μουσείου με το κοινό του δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά αμφίδρομη καθώς και οι θεατές ανάλογα με το μορφωτικό και κοινωνικό τους υπόβαθρο ερμηνεύουν την εμπειρία τους στο μουσείο.

³⁰ Οικονόμου, ό.π. σ. 83.

³¹ Hobsbawm E. 1998. *Για την Ιστορία*, μφρ: Π. Ματάλας, Αθήνα: Θεμέλιο, σ. 41.

³² Καλοφορίδης, Β. ό.π. σ. 73.

Στη συνέχεια της εργασίας θα εξετάσουμε πώς προσελκύει ένα μουσείο το κοινό του και πώς το φέρνει σε επαφή με τα εκθέματα.

4. Μέθοδοι προσέλκυσης και εξοικείωσης των επισκεπτών στα Μουσεία

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η επικοινωνία είναι ένας βασικός τομέας στη λειτουργία των μουσείων. Ένας από τους κύριους σκοπούς της επικοινωνιακής πολιτικής είναι να προσελκύσει επισκέπτες. Για να το πετύχουν αυτό, τα τελευταία χρόνια τα μουσεία διεξάγουν ορισμένες έρευνες κοινού (όπως θα δούμε στη συνέχεια της εργασίας), βάσει των οποίων καταγράφουν τα κίνητρα, τις απαιτήσεις και τις προσδοκίες των επισκεπτών και στη συνέχεια φροντίζουν να βελτιώνουν τις παροχές τους, έτσι ώστε να διευρύνει το κοινό του και να το ικανοποιήσει.

Μία πρώτη κίνηση επικοινωνιακής στρατηγικής είναι να αρχίσει το μουσείο να εξελίσσεται. Αρχικά μπορεί να οργανώσει ορισμένες εκδηλώσεις (διαλέξεις, εικαστικά δρώμενα ή ακόμη και προσωρινές εκθέσεις) σε χώρους εκτός μουσείου (εμπορικά κέντρα) ενημερώνοντας τον κόσμο για τις συλλογές που το μουσείο διαθέτει και για τις δραστηριότητες που έχουν ήδη ή πρόκειται να πραγματοποιηθούν εκεί. Στη ίδια λογική εντάσσεται και η σκέψη να τοιχοκολληθούν αφίσες και να μοιραστεί ενημερωτικό υλικό (φυλλάδια) για τις συλλογές και τις δράσεις του μουσείου σε πολυσύχναστα μέρη (λεωφορεία, σχολεία, δημόσιες υπηρεσίες, στάσεις λεωφορείων). Επίσης, ένα σημαντικό κίνητρο προσέλκυσης επισκεπτών είναι η θέσπιση ενός χαμηλού εισιτηρίου για ορισμένες κοινωνικές ομάδες (ανέργους, μονογονεϊκές οικογένειες, άτομα με προβλήματα υγείας, ηλικιωμένους) ή και δημιουργία ειδικών τιμών και προσφορών σε ομαδικές επισκέψεις.

Εκτός από την πληροφόρηση σχετικά με τα εκθέματα και τις εκδηλώσεις, ένα μουσείο μπορεί να προκαλέσει το κοινό να βιώσει νέες εμπειρίες. Μπορεί, δηλαδή, να οργανώσει εργαστήρια κατά τη διάρκεια των οποίων οι επισκέπτες θα μπορούν να «πιάσουν» κάποια από τα αντικείμενα ή θα παρακολουθήσουν σεμινάρια πχ ζωγραφικής/ κεραμικής και θα προσπαθήσουν να κατασκευάσουν κι αυτοί ένα αντίγραφο ενός εκθέματος.³³ Με αυτόν τον τρόπο η επίσκεψη στο μουσείο αποκτά έναν περισσότερο βιωματικό χαρακτήρα και εξοικειώνει τους θεατές με τα εκθέματα. Επιπλέον, ορισμένα μουσεία επιτρέπουν ορισμένες μέρες την ξενάγηση των θεατών σε χώρους που παραδοσιακά είναι κλειστοί για το κοινό, όπως οι αποθήκες. Με την είσοδό του στους χώρους φύλαξης των εκθεμάτων, μπορεί το κοινό να ενημερωθεί για τους τρόπους συντήρησης των αντικειμένων και τις λειτουργίες του μουσείου.

Παράλληλα, ένα σύγχρονο μουσείο οφείλει να εξοπλιστεί με ψηφιακές οπτικοακουστικές συσκευές και προγράμματα που σκοπό έχουν να υποστηρίξουν τις

³³ Merriman, *ό.π.* σ. 45-46.

εκθέσεις. Σε ειδικές αίθουσες θα προβάλλονται βίντεο, slides, ή φωτογραφίες με υλικό σχετιζόμενο με τη θεματική του μουσείου. Ακόμη, σε διάφορα σημεία του μουσείου θα υπάρχουν ηλεκτρονικοί υπολογιστές, οθόνες αφής, εφαρμογές τρισδιάστατης απεικόνισης (three-dimensional applications) και διαδραστικά παιχνίδια (interactive games). Όλα αυτά θα παρέχουν πληροφορίες για το μουσείο (την ιστορία του, το υλικό του, τις λειτουργίες του, το ωράριό του, τα νέα, τις υπηρεσίες του, το προσωπικό του). Παράλληλα, μέσα από τις εφαρμογές εικόνας και ήχου οι επισκέπτες θα μπορούν να κάνουν «εικονικές βόλτες» στις αίθουσες του μουσείου και θα μπορούν να βλέπουν σε μεγέθυνση τα αντικείμενα, ενώ παράλληλα θα ακούν χρήσιμα στοιχεία για το εκάστοτε έκθεμα.³⁴ Μέσα σε αυτό το πλαίσιο πολλά μουσεία ψηφιοποιούν τις συλλογές τους και τις αναρτούν στις ιστοσελίδες τους σε μια προσπάθεια να «ανοιχτούν» στην κοινωνία και να διευρύνουν την πρόσβαση στο υλικό τους με έναν «ευχάριστο» τρόπο.

Τέλος, είναι σημαντικό για ένα μουσείο να κάνει τους επισκέπτες του να αισθάνονται άνετα. Για αυτό το λόγο υπάρχει η πρόβλεψη να τοποθετούνται καθίσματα στους διαδρόμους και στις αίθουσες όπως και ψύκτες με νερό. Σχεδόν σε όλα τα μουσεία υπάρχουν αναψυκτήρια ή εστιατόρια. Έτσι, οι επισκέπτες μπορούν να διακόψουν για λίγο την περιήγησή τους στο μουσείο, να ξεκουραστούν τρώγοντας ή πίνοντας κάτι και στη συνέχεια να συνεχίσουν την ξενάγησή τους στις αίθουσες. Ασφαλώς, για να ξέρει το κοινό που βρίσκεται και τι βλέπει στον κάθε χώρο πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη ώστε να έχουν τοποθετηθεί πινακίδες που να αναγράφουν τον αριθμό της αίθουσας και να εξηγούν με σαφήνεια τι περιλαμβάνει αυτή. Είναι σημαντικό, επίσης, να προσφέρεται εύκολη πρόσβαση και σε άτομα με αναπηρία. Να υπάρχει δηλαδή, ειδική ράμπα και διάδρομος για τα αναπηρικά αμαξίδια, αλλά φυλλάδια με κείμενα γραμμένα σε μορφή braille ή ηχητικά αρχεία για όσους έχουν πρόβλημα με την όρασή τους.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν τρόπους που μπορεί ένα μουσείο να διαφημιστεί αλλά και να συμβάλει στην εξοικείωση του κοινού με τα εκθέματα ενός μουσείου και στην εκπλήρωση των προσδοκιών του. Η οργανωμένη με επιμέλεια παρουσίαση των

³⁴ Πιτσιάβα Ε.-Μ., 2010. *Έρευνα για τη Χρήση Οπτικοακουστικών Εφαρμογών σε Ελληνικά Μουσεία Τέχνης*. Διπλωματική Εργασία στο Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο Πολιτικών και Κοινωνικών Επιστημών, σ. 24. (ανάκτηση 28/11/2015 https://www.academia.edu/9167400/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%8D_%CE%B3%CE%B9%CE%B1_%CF%84%CE%B7_%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B7_%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%BF%CF%80%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD_%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CF%8E%CE%BD_%CF%83%CE%B5_%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CF%84%CE%AD%CF%87%CE%BD%CE%B7%CF%82)

εκθεμάτων συνδυασμένη με το στοιχείο της ψυχαγωγίας συμβάλουν ώστε οι επισκέπτες να αισθανθούν άνετα και οικεία σε αυτόν τον χώρο.

Κεφάλαιο 2: Μουσείο και Κοινό

Στο προηγούμενο κεφάλαιο έγινε μια σύντομη παρουσίαση της εξέλιξης των μουσείων διαχρονικά, ώστε να γίνει κατανοητός ο ρόλος ενός μουσείου σε μια κοινωνία. Στη συνέχεια, εξετάσαμε τις λειτουργίες του καθώς και τους τρόπους με τους οποίους προσελκύει και επικοινωνεί με το κοινό του. Σε αυτό το κεφάλαιο, το ενδιαφέρον μας στρέφεται στους επισκέπτες των μουσείων. Όμως, πριν κάνουμε μια κριτική επισκόπηση στις έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί κατά καιρούς χρειάζεται να ορίσουμε την έννοια του επισκέπτη.

1. Το κοινό των Μουσείων

Σύμφωνα με όσα είδαμε στο πρώτο κεφάλαιο για την εξέλιξη των μουσείων, οι πρώτες συλλογές ήταν ιδιωτικές και η προβολή του γινόταν σε ένα μικρό και συγκεκριμένο κοινό. Αλλά και στη συνέχεια, όταν δημιουργήθηκαν τα πρώτα ανοιχτά μουσεία στο ευρύ κοινό, κύρια μέριμνά τους ήταν η προβολή των αντικειμένων παρά η επικοινωνία με το κοινό. Αυτή η τακτική άρχισε να αλλάζει τις τρεις τελευταίες δεκαετίες, όταν και δόθηκε μεγάλη προσοχή στην επικοινωνία του μουσείου με τους θεατές. Αυτό που ενδιαφέρει πλέον τα μουσεία είναι ο τρόπος επικοινωνίας τους με τους επισκέπτες. Αλλά και οι θεατές με τη σειρά τους δεν είναι απλοί, παθητικοί δέκτες, ερμηνεύουν τα εκθέματα με βάση τις προσδοκίες και τα ενδιαφέροντα τους. Με άλλα λόγια, οι επισκέπτες δε «γεμίζουν» απλώς με γνώσεις· «φτιάχνουν τις νοητικές δομές πάνω στις οποίες κτίζουν τη γνώση».³⁵

Ωστόσο, στο σημείο αυτό θα πρέπει να ορίσουμε ποιο είναι αυτό το κοινό που επισκέπτεται ένα μουσείο. Όπως επισημαίνει και η Μουσούρη, ο όρος «κοινό» μας παραπλανά, γιατί καλύπτει το εύρος των κοινωνικών ομάδων που συγκροτούν την έννοια αυτή. Ένας πρώτος διαχωρισμός γίνεται με βάση τη συχνότητα επισκεψιμότητας των μουσείων. Έτσι χωρίζεται το κοινό σε επισκέπτες και μη επισκέπτες.³⁶ Αρχικά, οι επισκέπτες ταξινομούνται σε μόνιμους (πρόκειται για ένα κοινό με εξειδικευμένες μουσειακές γνώσεις), τακτικούς (είναι ένα κοινό που

³⁵ Μουσούρη Θ. 1999. «Έρευνα Κοινού και Αξιολόγηση στα Μουσεία», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, σ.57.

³⁶ Με βάση την κατηγοριοποίηση που κάνει η Zahava Doering οι επισκέπτες των μουσείων ταξινομούνται ως πελάτες, καλεσμένους και ξένους. Εκείνο το μουσείο που αντιμετωπίζει το κοινό του ως ξένους έχει στο κέντρο της επικοινωνιακής του πολιτικής τα αντικείμενα και τις συλλογές και όχι τους επισκέπτες. Από την άλλη πλευρά, το μουσείο που έχει επισκέπτες-καλεσμένους, οργανώνει τις εκθέσεις του με σκοπό την επιμόρφωση του κοινού του. Τέλος, εκείνα τα μουσεία που ονομάζουν το κοινό τους «πελάτες» έχουν τοποθετήσει τους επισκέπτες στο κέντρο της επικοινωνιακής τους πολιτικής φροντίζοντας να ικανοποιούν τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των επισκεπτών (Doering 1999).

ενημερώνεται για τις διάφορες εκθέσεις και επισκέπτεται αρκετές) και περιστασιακούς. Από την άλλη πλευρά, οι μη επισκέπτες είναι αδιάφοροι προς τέτοιου είδους εκδηλώσεις. Στην ίδια ομάδα ανήκουν και όσοι αναγκάζονται να επισκεφθούν ένα μουσείο κάτω από ιδιαίτερες περιστάσεις και για συγκεκριμένο λόγο (πχ λόγω επαγγέλματος ή από την προβολή του μουσείου στα μέσα μαζικής ενημέρωσης παρακινούνται να το επισκεφτούν).³⁷

Αλλά και όσοι επισκέπτονται τελικά ένα μουσείο αποτελούν ένα διαφορετικό κοινό, το οποίο χωρίζεται σε κατηγορίες βάσει ορισμένων όμοιων χαρακτηριστικών τους. Ο κάθε «τύπος», δηλαδή, επισκέπτη έχει διαφορετικό τρόπο προσέγγισης του μουσείου και διαφορετική συμπεριφορά, που καθορίζεται με βάση ορισμένα κριτήρια. Αυτά τα κριτήρια είναι κοινωνικά (δημογραφικά στοιχεία), πολιτισμικά (μειονότητες, τοπικές κοινότητες, κτλ) ατομικά (σκοπός επίσκεψης, ειδικά ενδιαφέροντα). Με βάση αυτές τις κατηγορίες οι επισκέπτες χωρίζονται σε «ειδικές ομάδες» (πχ σχολικές ομάδες, οικογένειες, άτομα με αναπηρίες, ερευνητές, επαγγελματικές ομάδες ή ακόμη ευρύτερες όπως οι εθνοτικές). Η κάθε ομάδα έχει διαφορετικές μαθησιακές δυνατότητες και διαφορετικές ανάγκες. Αλλά και μέσα στην κάθε ομάδα υπάρχουν κι άλλες διαφοροποιήσεις. Για παράδειγμα μια σχολική ομάδα διακρίνεται με βάση τη βαθμίδα της εκπαίδευσης (νηπιαγωγείο, δημοτικό, γυμνάσιο, λύκειο) αλλά και τις μαθησιακές ικανότητες των παιδιών.³⁸ Παράλληλα, κάθε επισκέπτης μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από μια ομάδες σε διαφορετικές ή ακόμα και στην ίδια (δηλαδή κάποιος μπορεί να είναι δάσκαλος, γονιός και ερευνητής και να έχει διαφορετικούς λόγους επίσκεψης κάθε φορά). Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό πως η επίσκεψη σε ένα μουσείο είναι περισσότερο περίπλοκο φαινόμενο απ' όσο μπορεί κανείς να φανταστεί.³⁹

Όλα τα παραπάνω στοιχεία καθορίζουν το χρόνο παραμονής σε ένα μουσείο, το βαθμό ενδιαφέροντος κάθε ομάδας για τις εκθέσεις και το βαθμό εμπλοκής του κοινού στις δραστηριότητες του μουσείου. Ανάλογα, λοιπόν, με την κάθε ομάδα, το μουσείο προσαρμόζει τις δραστηριότητές του, έτσι ώστε να ανταποκριθεί στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του κοινού. Σημαντικότερος σκοπός, φυσικά, είναι να ικανοποιηθούν οι επισκέπτες και να επισκεφτούν ξανά το μουσείο.

Πέρα από το ενδιαφέρον (εκπαιδευτικό, ερευνητικό) που μπορεί να έχει κάποιος για να επισκεφτεί ένα μουσείο, τα κύρια κίνητρα των περισσότερων επισκεπτών είναι τα εξής: Η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων, η αίσθηση της συμμετοχής σε μια συλλογική δραστηριότητα και η ανάγκη διαπροσωπικής επαφής και συναναστροφής με άλλα άτομα, η απόκτηση καινούριων εμπειριών ακόμη και η

³⁷ Cheney, T. 1992. "The Visitor Rainbow", *Visitor Studies*, 4 (1): 32-35.

³⁸ Ambrose T. & Paine C. 1993. *Museum Basics*, Νέα Υόρκη: Routledge, 30-32, 52.

³⁹ Οικονόμου, ό.π. σ. 57.

ικανοποίηση της περιέργειας.⁴⁰ Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως η επίσκεψη σε ένα μουσείο έχει κυρίως κοινωνικό χαρακτήρα και πραγματοποιείται συνήθως στον ελεύθερο χρόνο.

Μάλιστα το ενδιαφέρον των μουσείων για το κοινό είναι τέτοιο που διεξάγουν έρευνες και καλούν το κοινό να αναλάβουν πιο ενεργό ρόλο στη διαδικασία ανάπτυξης και υλοποίησης των εκθέσεων και άλλων δραστηριοτήτων.⁴¹

2. Έρευνες Κοινού στα Μουσεία και η Αναγκαιότητά τους

Οι παραπάνω ταξινομήσεις των επισκεπτών έχουν δημιουργηθεί βάσει ορισμένων ερευνών που διεξήγαγαν τα τελευταία χρόνια τα μουσεία. Οι έρευνες κοινού, όπως ονομάζονται, εστιάζουν στα χαρακτηριστικά των επισκεπτών, τις συνήθειές τους, τις ανάγκες τους και τις προσδοκίες τους και σκοπό έχουν να συμβάλουν στην επιτυχημένη λειτουργία των μουσείων. Τέτοιου είδους έρευνες παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες για τη βελτίωση των υπηρεσιών και των εκδηλώσεων που οργανώνει ένα μουσείο. Τις τελευταίες δεκαετίες, μάλιστα, όλα τα πολιτισμικά ιδρύματα και οργανισμοί παροτρύνονται να στραφούν και να εκμεταλλευτούν όλα τα μέσα της σύγχρονης τεχνολογίας. Γι' αυτό το λόγο κρίνεται αναγκαία η εξέταση των υπηρεσιών, όπως η μελέτη των επισκεπτών, ώστε τα μουσεία να βελτιώσουν τη λειτουργία και τις παροχές τους.⁴²

Επιπλέον, όπως υποστηρίζει η Οικονόμου, ένας εξίσου σημαντικός λόγος για τη διεξαγωγή τέτοιων ερευνών είναι η αναζήτηση οικονομικών πόρων από τα μουσεία. Όσοι οργανισμοί και ιδρύματα χρηματοδοτούν εκθέσεις και πολιτιστικά προγράμματα ζητούν από τα μουσεία να συμπεριλάβουν στις αναφορές τους και οι εκθέσεις από τις μελέτες αξιολόγησης του κοινού.⁴³

Μέσα από τις απαντήσεις των επισκεπτών ένα μουσείο μπορεί να μάθει τα παράπονα, αλλά και τις ιδέες των επισκεπτών (ή και των μη επισκεπτών σε μια πιο διευρυμένη έρευνα) για την οργάνωση των εκθέσεων, τη διαμόρφωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων κτλ. Ο σχεδιασμός ενός μουσείου απαιτεί μεγάλα κονδύλια και επίπονη εργασία. Θα ήταν λάθος, κατά την Οικονόμου, στο στόχο αυτό να αγνοηθεί η άποψη του κοινού, για το οποίο, άλλωστε, έχουν δημιουργηθεί τα μουσεία.⁴⁴ Πρέπει, βέβαια, να σημειωθεί πως όλες οι έρευνες κοινού των μουσείων δεν είναι ίδιες: ο σχεδιασμός τους ποικίλει, ανάλογα με το είδος του κάθε μουσείου,

⁴⁰ Hooper-Greenhill E. 1994. *Museum and their Visitors*, Νέα Υόρκη: Routledge.

⁴¹ Μουσούρη, ό.π. σ. 57.

⁴² Οικονόμου, ό.π. σ. 104

⁴³ Οικονόμου, ό.π. σ. 104

⁴⁴ Οικονόμου, ό.π. σ. 104.

τη φιλοσοφία του, τις απαιτήσεις των χρηματοδοτών και την ικανότητα των αξιολογητών.⁴⁵

Σύμφωνα με την Hooper-Greenhill οι έρευνες κοινού έχουν διαφοροποιηθεί κατά τη διάρκεια του χρόνου ως προς την αντιμετώπιση των επισκεπτών από τους ερευνητές, τους στόχους της έρευνας και τις μεθόδους έρευνας. Η εμφάνιση νέων τύπων μουσείων, οι πειραματισμοί στο σχεδιασμό των εκθέσεων και το στήσιμο των μουσείων σηματοδοτεί και μια αλλαγή στη θεώρηση του κοινού· αυτό δεν αντιμετωπίζεται πια, όπως είδαμε προηγουμένως, ως ένα ενιαίο κι αδιαίρετο σύνολο αλλά ως ξεχωριστές προσωπικότητες που έχουν ενεργό ρόλο στη λειτουργία του μουσείου.⁴⁶

Για να έχουν, ωστόσο, αποτέλεσμα αυτές οι έρευνες και να μη μένουν ξεχασμένες σελίδες σε ένα διευθυντικό συρτάρι, θα πρέπει η αξιολόγηση να είναι κομμάτι της γενικής λειτουργίας ενός μουσείου και όχι μια ολοκληρωτική διαδικασία.

3. Παρουσίαση των μεθόδων αξιολόγησης

Αφού ολοκληρωθεί το στάδιο της έρευνας και συγκεντρωθεί ένα πλήθος πληροφοριών αναφορικά με τους επισκέπτες και τις δραστηριότητες του μουσείου, ακολουθεί η αξιολόγηση των δεδομένων. Κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης, καθορίζονται οι δραστηριότητες και οι δυνατότητες του μουσείου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των επισκεπτών.

Η αξιολόγηση ως διαδικασία ακολουθεί πρότυπα που χρησιμοποιούνται κυρίως στον τομέα της εκπαίδευσης, στις κοινωνικές επιστήμες και στη διοίκηση επιχειρήσεων. Τα στάδια της αξιολόγησης σχετίζονται άμεσα με το χρόνο διεξαγωγής της και την κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι εκθέσεις του μουσείου (στη σύλληψη, το στήσιμο, την παρουσίαση στο κοινό). Συνήθως υπάρχουν τρεις φάσεις: η προκαταρτική, η διαμορφωτική και η ολική- διορθωτική, χωρίς, ωστόσο, να είναι απαραίτητη η ύπαρξη και των τριών σταδίων και χωρίς να ακολουθείται πάντα πιστά η σειρά τους.⁴⁷

Η προκαταρτική αξιολόγηση (ή αλλιώς front-end evaluation) είναι το πρωταρχικό στάδιο· συμβαίνει, δηλαδή, στην αρχική φάση μιας εκδήλωσης (στη σύλληψη ή στο σχεδιασμό μιας ιδέας). Σε αυτή τη φάση ελέγχονται οι υποθέσεις που έχουν γίνει (είτε για τις γνώσεις και τις ελλείψεις του κοινού, είτε για την αντιληπτική του ικανότητα και τις επιθυμίες του). Σε αυτό το πρωταρχικό στάδιο μπορούν οι

⁴⁵ McManus, P. M. 2009. «Σκέψεις για την αξιολόγηση στα Μουσεία», *Τετράδια Μουσειολογίας* 6.

⁴⁶ Hooper-Greenhill E, 1994. *Museum and their Visitors*.

⁴⁷ Οικονόμου, ό.π. σ. 107.

αξιολογητές να μετρήσουν την απήχηση που θα έχει στο κοινό μια συγκεκριμένη έκθεση (ο τίτλος του, το υλικό, ο σχεδιασμός του χώρου ακόμη και τα μέσα - προγράμματα πολυμέσων) που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένα μουσείο στην προσπάθειά του να εξοικειώσει το κοινό του και να ικανοποιήσει τις προσδοκίες του.⁴⁸ Η αξιολόγηση σε αυτή τη φάση μπορεί φροντίζει να ελέγξει αν αυτά τα εκθέματα ή αυτά τα πολυμέσα είναι τα καταλληλότερα για την επίτευξη των συγκεκριμένων στόχων του μουσείου.⁴⁹

Επιπλέον, μια έρευνα στο αρχικό στάδιο της έκθεσης μπορεί και να προφυλάξει το μουσείο από τυχόν εσφαλμένες ερμηνείες και αρνητικά σχόλια. Για παράδειγμα, είναι πιθανό η ομάδα εργασίας να εντοπίσει κενά στον τρόπο που παρουσιάζονται και ερμηνεύονται τα εκθέματα, γεγονός που μπορεί να κάνει ορισμένους θεατές να νιώσουν προσβεβλημένοι. Τέτοιου είδους περιστατικά μπορούν να βλάψουν την εικόνα του μουσείου και να προκαλέσουν αντιδράσεις από μια μερίδα επισκεπτών. Αυτά τα προβλήματα μπορούν να αποφευχθούν αν ένα μουσείο κάνει μια έρευνα αξιολόγησης στην αρχή της έκθεσης.⁵⁰

Σε αυτό το στάδιο η γνώμη του κοινού μπορεί να συνδυαστεί με τις εμπνεύσεις των μελών της οργανωτικής ομάδας του μουσείου. Το αποτέλεσμα μιας τέτοιας δημιουργικής σύνθεσης θα δικαιώσει την ομάδα εργασίας αλλά και τα στελέχη του μουσείου που επένδυσαν στον τομέα της αξιολόγησης από τα πρώτα στάδια.

Το προκαταρτικό στάδιο της αξιολόγησης βοήθησε, όπως είδαμε, τους σχεδιαστές του μουσείου να λάβουν ορισμένες αποφάσεις σχετικά με την έκθεση που πρόκειται να γίνει. Στη συνέχεια, ακολουθεί το δεύτερο στάδιο, αυτό της διαμορφωτικής αξιολόγησης (*formative evaluation*). Αυτό πραγματοποιείται όταν η έκθεση έχει αρχίσει να διαμορφώνεται· όταν, δηλαδή, έχουν αρχίσει να επιλέγονται εκείνα τα αντικείμενα που μπορούν να παρουσιάσουν την ιστορία ή το μήνυμα που θέλει να περάσει το μουσείο ή η έκθεση. Σε αυτό το σημείο η αξιολόγηση στόχο έχει να εντοπίσει διάφορα προβλήματα στη χρήση ή την κατανόηση των εκθεμάτων (τη γλώσσα και το ύφος των συνοδευτικών κειμένων, το γραφικό σχεδιασμό). Η ομάδα έρευνας μπορεί να ανατρέξει και πάλι στους επισκέπτες ώστε να διορθώσει τα τυχόν προβλήματα και να βρει τον καταλληλότερο τρόπο για να στηθεί μια έκθεση.⁵¹ Συνήθως αξιολογούνται ξεχωριστά εκθέματα ή τμήματα από μια ενότητα της

⁴⁸ Μορτάκη Σ. και Σημανδράκη, Χρ. 2014. «Εκπαίδευση και Πολιτισμός: Έρευνα Προκαταρκτικής Αξιολόγησης μιας Εικονικής Έκθεσης» *Εκπ @ιδευτικός Κύκλος* 2 (1) : 176- 177.

⁴⁹ Η Οικονόμου αναφέρει πως μια τέτοια προκαταρκτική αξιολόγηση είχε θετική συνεισφορά στο στήσιμο μιας έκθεσης με θέμα τη μικροβιολογία που ετοίμαζε η Αίθουσα των Επιστημών της Νέας Υόρκης. Ο απολογισμός της έκθεσης έδωσε στους οργανωτές χρήσιμα στοιχεία για τις γνώσεις και τα ενδιαφέροντα όσων είχαν εκδηλώσει ενδιαφέρον για παρακολούθησόν την έκθεση. Με αυτόν τον τρόπο οι σχεδιαστές της έκθεσης ήταν προϊδεασμένοι για τους επισκέπτες της και έστησαν την εκδήλωση με βάση τις πληροφορίες της αξιολόγησης. Οικονόμου, *ό.π.* σ. 107

⁵⁰ Μουσουύρη, *ό.π.* σ. 58.

⁵¹ Μουσουύρη, *ό.π.* σ. 58.

έκθεσης. Οι επισκέπτες βλέπουν και αξιολογούν κάποιες μακέτες και στη συνέχεια εκθέτουν την άποψή τους ή αναφέρουν οποιοδήποτε πρόβλημα στην κατανόηση των εκθεμάτων. Πρόκειται, ίσως, για το πιο δημιουργικό στάδιο, καθώς η ομάδα εργασίας εξετάζει διάφορες ιδέες και πειραματίζεται αρκετά ανατρέχοντας κάθε φορά στο κοινό, ώστε να βρει τα κατάλληλα εκθέματα και τον καλύτερο τρόπο οργάνωσης και προβολής τους.⁵²

Αυτό το στάδιο της έρευνας είναι απαραίτητο όταν χρησιμοποιούνται διαδραστικά εκθέματα και εφαρμογές πολυμέσων, τα οποία συνήθως κοστίζουν αρκετά χρήματα και μπορεί να είναι δύσχρηστα και να μην καταφέρουν να επικοινωνήσουν με το κοινό. Η αξιολόγηση μπορεί να αποτρέψει τους υπεύθυνους του μουσείου από μια ανώφελη σπατάλη και από δυσάρεστες εκπλήξεις στο άνοιγμα της έκθεσης.⁵³

Η αξιολόγηση ολοκληρώνεται με το συνολικό στάδιο (summative evaluation). Αυτή η φάση της έρευνας πραγματοποιείται μετά τα εγκαίνια του μουσείου ή της έκθεσης. Οι πληροφορίες που συγκεντρώνονται τότε αφορούν τη συμπεριφορά του κοινού στο μουσείο, την αλληλεπίδρασή τους με τα εκθέματα καθώς και με τους άλλους επισκέπτες και το προσωπικό. Με βάση αυτά τα στοιχεία θα κριθεί αν το μουσείο ή η έκθεση πέτυχε το στόχο της. Επιπλέον, οι κριτικές του κοινού μπορούν να φανούν χρήσιμες και για το σχεδιασμό μελλοντικών εκθέσεων. Αν εντοπιστούν προβλήματα κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου αξιολόγησης, το περιθώριο διορθωτικών αλλαγών είναι μικρότερο σε σχέση με τα προηγούμενα δύο.⁵⁴

Σημαντικό ρόλο για την επιτυχία μιας αξιολόγησης παίζουν και τα εργαλεία και η μεθοδολογία που θα ακολουθηθούν σε όλα τα στάδια. Οι μέθοδοι, βέβαια, που χρησιμοποιούνται, προσαρμόζονται στις απαιτήσεις της κάθε έρευνας και του εκάστοτε μουσείου.

Η πιο δημοφιλής μέθοδος αξιολόγησης που χρησιμοποιούν τα μουσεία είναι τα ερωτηματολόγια. Αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε σε μια κατά πρόσωπο συνέντευξη είτε σε τηλεφωνική είτε ακόμη και σε ταχυδρομική. Συνήθως οι ερωτήσεις είναι διαμορφωμένες έτσι ώστε να ακολουθείται η ίδια σειρά ερωτήσεων με την ίδια διατύπωση. Βέβαια, σημαντικό ρόλο έχει και η εμπειρία και η ικανότητα του ερευνητή. Οφείλει να είναι φιλικός με μια ουδέτερη χροιά στη φωνή, ώστε να καταφέρει ακόμη και τους πιο επιφυλακτικούς να εξωτερικεύσουν την άποψή τους, χωρίς, ωστόσο, να επηρεάσει τη γνώμη τους.

⁵² Μουσούρη, ό.π. σ. 58.

⁵³ Μουσούρη, ό.π. σ. 58 και Οικονόμου ό.π. 108.

⁵⁴ Οικονόμου ό.π. 109-110.

Ο ρόλος του ερευνητή είναι καθοριστικός στις προσωπικές συνεντεύξεις. Σε αυτήν την περίπτωση ο ερευνητής δεν ακολουθεί πιστά το ερωτηματολόγιο, αλλά το προσαρμόζει ανάλογα με τον άνθρωπο που έχει απέναντί του, στην προσπάθεια του να πάρει απαντήσεις σε θέματα που θα απέφευγε κάποιος να απαντήσει σε διαφορετική περίπτωση. Ωστόσο, τέτοιους είδους έρευνες είναι χρονοβόρες και πολυέξοδες.⁵⁵ Πολλές φορές οι ερωτώμενοι δε δίνουν ειλικρινείς απαντήσεις, αλλά λένε εκείνο που πιστεύουν πως ο ερευνητής θέλει να ακούσει. Η Οικονόμου αναφέρει πως οι Ιάπωνες επισκέπτες ενός μουσείου δεν εκφράζονται αρνητικά για μια έκθεση ακόμη κι αν αυτή ήταν κατώτερη των προσδοκιών τους.⁵⁶

Μια άλλη μέθοδος αξιολόγησης είναι η παρατήρηση. Για παράδειγμα, ορισμένοι εθελοντές ή ερευνητές παρακολουθούν τη διαδρομή που κάνουν οι επισκέπτες του μουσείου ή ο χρόνος που αφιερώνουν στα εκθέματα. Σε ειδικά φύλλα αναφοράς σημειώνουν αυτά που παρατήρησαν αλλά και τις δικές τους προσωπικές εκτιμήσεις. Μάλιστα, πολλές φορές ακολουθείται η ανθρωπολογική μέθοδος της συμμετοχικής παρατήρησης (participant observation), κατά την οποία ο ερευνητής συμμετέχει μαζί με τους υπόλοιπους επισκέπτες του μουσείου ως μέρος του κοινού. Σε αυτό το στάδιο είναι δυνατή και η ηχογράφηση ή μαγνητοσκόπηση των συζητήσεων των επισκεπτών, που μπορεί να προσφέρουν γόνιμες πληροφορίες για τα εκθέματα και το ίδιο το μουσείο. Εντούτοις, η ανάλυση αυτού του υλικού απαιτεί χρόνο. Επιπλέον, τέτοιου είδους μέθοδοι προβάλλουν ηθικά ζητήματα καθώς θεωρούνται παράνομες καταγραφές των προσωπικών δεδομένων των θεατών.⁵⁷

Ένας συνδυασμός συνέντευξης και παρατήρησης είναι η μέθοδος «σκέψου φωναχτά». Σε αυτήν ο ερευνητής συνομιλεί με τους επισκέπτες στο χώρο του μουσείου και τους παρακινεί να διατυπώσουν ό,τι ακριβώς σκέφτονται βλέποντας τα εκθέματα, ενώ ο ίδιος σημειώνει τις αντιδράσεις τους. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται κυρίως κατά το δεύτερο στάδιο, το διαμορφωτικό, της αξιολόγησης.⁵⁸

Επιπρόσθετα, να αναφέρουμε και τη μέθοδο των συζητήσεων με μικρές ομάδες επισκεπτών (focus group discussions) που ακολουθείται στο προκαταρτικό και το διαμορφωτικό στάδιο. Πρόκειται για συζητήσεις με μικρές ομάδες (των δέκα ή δώδεκα ατόμων) στις οποίες τα άτομα ανταλλάσσουν γνώμες και επιχειρήματα πάνω σε ένα συγκεκριμένο ζήτημα ή για κάποιο πρόβλημα. Αυτή η μέθοδος αξιολόγησης είναι κατάλληλη κατά το σχεδιασμό μιας έκθεσης, κατά τον οποίο οι ερωτηθέντες εκφράζουν τη γνώμη τους, ώστε οι απαντήσεις τους να ληφθούν υπόψη στην οργάνωση της έκθεσης. Μάλιστα, πολλές φορές οι συζητήσεις τέτοιου τύπου

⁵⁵ Οικονόμου ό.π. 111-112.

⁵⁶ Οικονόμου ό.π. 112.

⁵⁷ Οικονόμου ό.π. 112.

⁵⁸ Οικονόμου ό.π. 112.

βοηθούν ώστε να οργανωθούν τα ερωτηματολόγια των συνεντεύξεων. Γενικότερα συμβάλουν στην καλύτερη κατανόηση της θέσης και των συναισθημάτων που έχει ο κάθε επισκέπτης. Μια τέτοια έρευνα έγινε από το μουσείο Kelvingrove της Γλασκώβης, το οποίο οργάνωσε συζητήσεις με επισκέπτες και μη και των δύο φύλων (εφήβους, ενήλικες άνω των πενήντα και οικογένειες) θέλοντας να μάθει πως έβλεπε η κάθε ομάδα το μουσείο και πως αντιμετώπιζε ο καθένας τους μια επίσκεψη σε αυτό. Στα πλάνα του μουσείου ήταν να επεκτείνει την έρευνά του και σε μειονοτικές ομάδες που ζουν εκεί και που, όμως, δεν επισκέπτονται το μουσείο.⁵⁹

Τέλος, υπάρχει και η μέθοδος της ταχυδρομικής έρευνας, κατά την οποία στέλνονται τα ερωτηματολόγια μέσω του ταχυδρομείου. Σε αυτήν την περίπτωση δεν υπάρχει ερευνητής και περιορίζεται έτσι η πιθανότητα επιρροής ή καθοδήγησης των απαντήσεων. Το κοινό μπορεί ελεύθερα και χωρίς να νιώθει την πίεση του χρόνου να απαντήσει αυτό που πιστεύει. Βέβαια, σε μια ταχυδρομική έρευνα δεν υπάρχει η δυνατότητα διευκρίνισης των ερωτήσεων, αλλά ούτε και ελέγχου αναφορικά με το ποιος απαντά στις ερωτήσεις. Οι ταχυδρομικές έρευνες δεν προτιμούνται γιατί είναι μεγάλο το ποσοστό εκείνων που δεν απαντούν. Γίνονται προσπάθειες ώστε να αλλάξει αυτή η νοοτροπία με διάφορες τεχνικές, όπως την αποστολή φακέλων με γραμματόσημο και μια συνοδευτική επιστολή που εξηγεί τους λόγους που είναι αναγκαία η συμμετοχή ή ακόμα και με τη θέσπιση κάποιου βραβείου ως ανταμοιβή.⁶⁰

Βέβαια, να σημειωθεί πως εκτός από τη μεθοδολογία εξίσου σημαντικό τμήμα της αξιολόγησης είναι και το δείγμα των επισκεπτών που θα ελεγχθεί. Πάνω σε αυτό θα στηριχτούν τα αποτελέσματα όλης της έρευνας. Η επιλογή του τυχαίου δείγματος δείχνει πως ο κάθε επισκέπτης έχει τις ίδιες πιθανότητες να επιλεγεί ως πληροφορητής της έρευνας. Ακόμη κι αν πρόκειται για έρευνα ποιοτική (δηλαδή για συνεντεύξεις και συζητήσεις με ανοιχτού τύπου ερωτήματα), η προσεκτική επιλογή του δείγματος θα συμβάλει στον εντοπισμό και τον έλεγχο των προκαταλήψεων που ενδεχομένως έχει ο ερευνητής. Ένα αρκετά μεγάλο δείγμα έρευνας έχει λιγότερες πιθανότητες να βγάλει εσφαλμένα συμπεράσματα. Μάλιστα, όταν εξετάζονται υποκατηγορίες επισκεπτών, τότε το δείγμα της καθεμιάς πρέπει να είναι μεγάλο. Φυσικά, το μέγεθος του δείγματος, η μεθοδολογία και ο χρόνος ανάλυσης των δεδομένων εξαρτάται από το στόχο της κάθε έρευνας.⁶¹

Για να έχει αποτέλεσμα μια αξιολόγηση δε θα πρέπει να αποτελεί μια μεμονωμένη πράξη, αλλά να είναι μέρος της στρατηγικής του μουσείου και κομμάτι της λειτουργίας του.

⁵⁹ Οικονόμου ό.π. 112- 113.

⁶⁰ Οικονόμου ό.π. 113- 114.

⁶¹ Οικονόμου ό.π. 114.

4. Προβλήματα και δυσκολίες αναφορικά με την αξιολόγηση και την έρευνα κοινού στο μουσειακό περιβάλλον

Οι έρευνες αξιολόγησης πολιτιστικών ιδρυμάτων που έχουν δημοσιευτεί⁶² είναι περιορισμένες (στην Ελλάδα είναι ακόμη λιγότερες). Αλλά και όσες βλέπουν, τελικά, το φως της δημοσιότητας εστιάζουν στα θετικά συμπεράσματα. Τα περισσότερα μουσεία δεν επιθυμούν να δημοσιοποιήσουν μια αρνητική αξιολόγηση. Μάλιστα αυτό συμβαίνει κυρίως στις πρώτες προσπάθειες και στις πρώτες εκθέσεις, όταν δεν υπάρχει η προϋπάρχουσα πείρα στο στήσιμο μιας τέτοιας εκδήλωσης και στην αξιολόγηση αναφέρονται αρκετά προβλήματα, τα οποία η διεύθυνση του μουσείου δεν επιθυμεί να προβάλει δημόσια.⁶³ Βέβαια, οι δυσκολίες και τα αρνητικά σχόλια μπορούν να διορθωθούν μετά από την κατάλληλη έρευνα και αξιολόγηση.

Οι έρευνες, ωστόσο, αν και γίνονται για να προλάβουν προβλήματα, αντιμετωπίζουν και οι ίδιες ορισμένες δυσκολίες στα διάφορα στάδια. Καταρχήν, για να έχει αποτέλεσμα μια αξιολόγηση, πρέπει να έχουν δοθεί σαφείς οδηγίες στους ερευνητές για το σκοπό της έρευνας, ώστε να γίνει ο σχεδιασμός και η εκτέλεσή της με βάση τις εντολές του μουσείου. Επιπλέον, η ομάδα που θα εκτελέσει την έρευνα θα πρέπει να διαθέτει πείρα στη συλλογή δεδομένων από προηγούμενες παρόμοιες έρευνες και τις αντίστοιχες μεθοδολογικές γνώσεις, ώστε να μπορέσει να χειριστούν την επικοινωνία με το κοινό. Σε αντίθετη περίπτωση, ένας άπειρος ερευνητής, ενδεχομένως, δε θα έχει την ικανότητα να εκτιμήσει σωστά τις πληροφορίες που θα έχουν συγκεντρωθεί (είτε με τα ερωτηματολόγια είτε μέσω συνεντεύξεων και συζητήσεων).⁶⁴

Ένα βασικό ζήτημα που προκύπτει κατά τη διάρκεια της έρευνας είναι το ζήτημα της εμπιστοσύνης. Το γεγονός πως οι έρευνες αυτές είναι ανώνυμες, αν και σκοπό έχει να «απελευθερώσει» τον πληροφορητή από το βάρος της επώνυμης δήλωσης και να τον διαβεβαιώσει για τον εμπιστευτικό χαρακτήρα της έρευνας, ορισμένες φορές έχει τα αντίθετα αποτελέσματα. Δηλαδή οι ερωτηθέντες δεν απαντούν με ειλικρίνεια στις ερωτήσεις είτε γιατί είναι καχύποπτοι ως προς τους στόχους της έρευνας είτε γιατί θεωρούν πως είναι αστείο να «σαμποτάρουν» τα δεδομένα και τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων. Για να αποφευχθεί μια τέτοια πιθανότητα και να εξασφαλιστεί η εμπιστοσύνη και η εγκυρότητα της έρευνας, είναι ανάγκη να ληφθούν ορισμένα μέτρα κατά το σχεδιασμό της έρευνας και του ερωτηματολογίου. Με άλλα λόγια, η ερευνητική ομάδα πρέπει να δημιουργεί ομάδες

⁶² Ιδιαίτερη αναφορά στις έρευνες κοινού που έχουν γίνει στα ευρωπαϊκά και ελληνικά μουσεία θα κάνουμε στο επόμενο υποκεφάλαιο.

⁶³ Οικονόμου ό.π. 105.

⁶⁴ Μουσουρή, ό.π. σ. 60.

ερωτήσεων με το ίδιο περίπου περιεχόμενο αλλά με διαφορετική διατύπωση, για να ελέγχεται η αξιοπιστία των απαντήσεων και να εντοπίζονται οι αντιφάσεις.

Επιπλέον, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, για να ολοκληρωθεί η αξιολόγηση απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα ώστε να αναλυθούν τα δεδομένα. Αυτό απαιτεί και την απασχόληση έμπειρων ερευνητών, γεγονός που ανεβάζει το χρηματικό κόστος. Φυσικά, η αξιολόγηση, ως διαδικασία, έχει μακροπρόθεσμα οφέλη, καθώς σκοπό έχει να προλάβει μελλοντικά προβλήματα των εκθέσεων (και των μουσείων γενικότερα), αλλά πολλές φορές οι διευθυντές τέτοιων ιδρυμάτων ενδιαφέρονται για τα βραχυπρόθεσμα και όχι τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα.⁶⁵

Συνήθως, τα αποτελέσματα της αξιολόγησης επισημαίνουν τις αδυναμίες και συνιστούν αλλαγές στον τρόπο που έχει στηθεί η έκθεση ή στη λειτουργία του μουσείου, γεγονός που προκαλεί τη δυσaréσκεια του προσωπικού του μουσείου. Οι υπάλληλοι αισθάνονται πως από την αξιολόγηση θα κριθεί η δουλειά τους και το μέλλον τους σε αυτή τη θέση. Αντιμετωπίζουν τους αξιολογητές ως «απειλή» και δε κατανοούν την επιδίωξη των ερευνητών για βελτίωση της συγκεκριμένης κατάστασης στο μουσείο. Το αίσθημα του φόβου επεκτείνεται κυρίως όταν δεν έχει ζητηθεί από τους υπαλλήλους η συμμετοχή τους στο σχεδιασμό της αξιολόγησης και η γενικότερη συνδρομή τους στην έρευνα.⁶⁶

Επιφυλάξεις ως προς τα αποτελέσματα αλλά και τη μεθοδολογία μιας αξιολόγησης εκφράζουν και ορισμένοι μελετητές των μουσείων. Η Οικονόμου αναφέρει πως για τον Kenneth Hudson, Άγγλου ειδήμονα στον τομέα των μουσείων, η αξιολόγησή τους είναι μια διαδικασία χωρίς κάποιο ουσιαστικό νόημα. Κατά τον Hudson, οι μελέτες αξιολόγησης μπορούν να καταγράψουν στοιχεία, τα οποία μπορούν να ταξινομηθούν σε κατηγορίες, ωστόσο, η ίδια η εμπειρία ενός επισκέπτη, το πώς βιώνει κανείς την περιήγησή του στο μουσείο και τι αισθάνεται εκεί κανείς δεν γνωρίζει. Πρόκειται, δηλαδή, για μια εμπειρία απόλυτα προσωπική και ξεχωριστή. Όπως ο ίδιος αναφέρει: «Ένα υψηλό ποσοστό από τις έρευνες του κοινού είναι άχρηστες, άσχετες και χάσιμο χρημάτων».⁶⁷

Στο ίδιο μήκος κύματος οι ειδικοί των αξιολογήσεων των μουσείων ισχυρίζονται πως οι αξιολογήσεις στοχεύουν στο να καταγράψουν γενικές τυποποιημένες απαντήσεις. Αυτή η διαδικασία, όμως, δεν ταιριάζει στον πολιτιστικό τομέα, που χαρακτηρίζεται από έναν περίπλοκο τρόπο απόκτησης της γνώσης και απαιτεί συνδυασμό της παιδείας, της κοινωνικής μόρφωσης και των προηγούμενων βιωμένων εμπειριών. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά παίζουν σημαντικό ρόλο και διαμορφώνουν τον κάθε επισκέπτη, ωστόσο, είναι δύσκολο να τα εντοπίσει κανείς

⁶⁵ Μουσούρη, *ό.π.* σ. 60.

⁶⁶ Οικονόμου *ό.π.* 105.

⁶⁷ Οικονόμου *ό.π.* 106.

και ακόμη πιο δύσκολο να τα καταγράψει. Αν λάβουμε, μάλιστα, υπόψη μας, πως το κοινό των μουσείων είναι σε μεγάλο βαθμό ανομοιογενές, η συστηματική καταγραφή και ανάλυση της βιωματικών αντιλήψεων του κοινού δε γίνεται με τη μεθοδική ανάλυση ερωτηματολογίων.⁶⁸

Τέλος, οι αξιολογήσεις αφορούν την έρευνα και τη μελέτη ενός μόνο τμήματος του πληθυσμού. Το αποτέλεσμα συντάσσεται με βάση τις απαντήσεις που έδωσαν εκείνη τη στιγμή οι επισκέπτες του μουσείου. Θα ήταν λάθος αν έβγαζε κανείς μια γενικευτική εικόνα στηριζόμενος σε μια συγκεκριμένη έρευνα. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το κοινό των μουσείων είναι ετερογενές και οι έρευνες που γίνονται στα αρχικά στάδια βασίζονται κυρίως σε ένα υποθετικό κοινό, χωρίς βέβαια να είναι σίγουρος ο αριθμός των επισκεπτών αλλά και τα χαρακτηριστικά τους. Συνήθως, οι έρευνες που διαρκούν πολύ και συνδυάζουν ορισμένες από τις μεθόδους που εξετάσαμε προηγουμένως είναι εκείνες που προσφέρουν αποτελέσματα και μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση της λειτουργίας ενός μουσείου.⁶⁹

Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα εξετάσουμε μερικές έρευνες κοινού που πραγματοποιήθηκαν σε ελληνικά και διεθνή μουσεία, ώστε να κατανοήσουμε καλύτερα πως εφαρμόζεται η μεθοδολογία της αξιολόγησης και πως ξεπερνιούνται οι δυσκολίες που προκύπτουν.

5. Έρευνες κοινού σε Ευρωπαϊκά και Ελληνικά Μουσεία

Ελάχιστες είναι οι έρευνες κοινού που είχαν πραγματοποιηθεί στις αρχές του 20ού αιώνα στα μουσεία της Ευρώπης και των ΗΠΑ. Οι πρώτες έρευνες στηρίζονταν στην αντίληψη πως το μουσείο είναι χώρος εκπαίδευσης των επισκεπτών και γι' αυτό εστίασαν στην παρατήρηση του κοινού για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την εκπαιδευτική ικανότητα των μουσείων. Η μεθοδολογία αυτή αλλάζει μετά τη δεκαετία του 1940, όταν το κοινό ενθαρρύνεται να γράψει τη γνώμη του και την εμπειρία του στο μουσείο. Χάρη σε αυτές τις έρευνες, άρχισε να συγκεντρώνεται ένας μεγάλος αριθμός πληροφοριών, που συντέλεσε στην καλύτερη κατανόηση των επισκεπτών.⁷⁰ Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα αναφερθούμε σε ορισμένες από τις έρευνες κοινού που έγιναν σε ευρωπαϊκά και ελληνικά μουσεία. Στόχος του κεφαλαίου δεν είναι να γίνει μια συστηματική επισκόπηση των ερευνών, αλλά να παρουσιαστούν ορισμένες από αυτές, ώστε να γίνει κατανοητή η πορεία της έρευνας κοινού.

⁶⁸ Οικονόμου ό.π. 106.

⁶⁹ Οικονόμου ό.π. 115.

⁷⁰ Οικονόμου, ό.π. 100.

Πρώιμα δείγματα είχαμε το 1932 με την έρευνα του C. M. Murray “How to estimate a museum’s value” και το 1956 με το κείμενο των J. A. Brooks and P. E. Vernon “A study of children’s interests and comprehension of a science museum”.⁷¹ Ο Murray ενδιαφερόταν να καταλάβει την επιρροή που ασκούσαν τα εκθέματα στους επισκέπτες και τι αποκόμιζαν αυτοί από την επίσκεψή τους στο μουσείο. Καθώς οι επισκέπτες δεν μπορούσαν με σαφήνεια να εκφράσουν την εμπειρία τους στο μουσείο, ο Murray έστρεψε την έρευνά του στο χρόνο που περνούσε το κοινό μπροστά στα εκθέματα. Ο χρόνος μπορούσε, κατά τον Murray, να συμβάλει στην έρευνα για το αν τα αντικείμενα του μουσείου τραβούσαν την προσοχή των θεατών ή όχι.⁷² Από την άλλη πλευρά οι Books και Vernon τοποθέτησαν στο κέντρο της έρευνάς τους τη συμπεριφορά των παιδιών στο Children’s Gallery in the Science Museum του Λονδίνου. Κατά τη διάρκεια της έρευνάς τους αντιλήφθηκαν πως ορισμένα παιδιά ελκύνονταν από εκθέματα που είχαν κάποιο είδος κίνησης και όχι από τα στατικά αντικείμενα, ενώ σχεδόν όλα χαρακτήρισαν τη γκαλερί ως «κατάστημα παιχνιδιών» (“amusement arcade”). Κατέληξαν, λοιπόν, οι ερευνητές στο συμπέρασμα πως οι εκθέσεις που προορίζονται για παιδιά πρέπει να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους την παιδική αντίδραση και τη διάθεσή τους για παιχνίδι.⁷³

Οι παραπάνω έρευνες ήταν από τις πρώτες προσπάθειες να μελετηθεί το κοινό των μουσείων. Συστηματικότερες δουλειές έγιναν τη δεκαετία του 1970 και του 1980 με πιο σημαντική την έρευνα του Μουσείου Φυσικής Ιστορίας στο Λονδίνο. Το πρωτοποριακό στοιχείο της ήταν πως για πρώτη φορά χρησιμοποιήθηκαν εσωτερικοί αξιολογητές και όχι εξωτερικοί, όπως συνηθιζόταν μέχρι τότε. Το ίδιο διάστημα πραγματοποιήθηκαν δημογραφικές μελέτες αξιολόγησης του κοινού που συνέβαλαν στην καλύτερη οργάνωση των εκθέσεων και στην εξέλιξη της μεθοδολογίας στις έρευνες κοινού.⁷⁴

Τα τελευταία είκοσι χρόνια στο κέντρο του ενδιαφέροντος των μελετητών είναι η κοινωνική διάσταση του μουσείου (πχ οι κοινωνικές συνθήκες της επίσκεψης). Αυτές οι προσεγγίσεις στηρίζονται σε ποιοτικά δεδομένα και χρησιμοποιούνται οι μέθοδοι της συνέντευξης, της παρατήρησης, της συζήτησης σε μικρών ομάδων. Αλλά και ο αξιολογητής παίρνει μέρος ως συμμετέχων και δε μένει απλός παρατηρητής.⁷⁵

Μια ενδιαφέρουσα μελέτη που εκδόθηκε το 1994 ήταν της Hooper-Greenhill, η οποία επιχείρησε μια ανασκόπηση των μέχρι τότε ερευνών στα ευρωπαϊκά μουσεία (κυρίως της Μεγάλης Βρετανίας και των ΗΠΑ). Αυτό που συμπέρανε η Hooper-

⁷¹ Οικονόμου, ό.π. 100.

⁷² Studart, D. C. 2000. *The Perceptions and Behaviour of Children and their Families in Child-Orientated Museum Exhibitions*. PhD thesis in Museum Studies. Museum and Heritage Studies, University College of London, σ. 88. (<http://discovery.ucl.ac.uk/1318009/1/313336.pdf> ανακτήθηκε 19/12/2015).

⁷³ Studart, ό.π. σ. 88-89.

⁷⁴ Οικονόμου, ό.π. 100.

⁷⁵ Οικονόμου, ό.π. σ. 101-102.

Greenhill ήταν πως το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών των μουσείων είναι φοιτητές και άτομα της ανώτερης κοινωνικής και οικονομικής τάξης, σε αντίθεση με τους άνεργους, τους χαμηλόμισθους και τους συνταξιούχους που πηγαίνουν σε τέτοιους χώρους λιγότερο συχνά. Μάλιστα, όταν τα μουσεία εξειδικεύονται (πχ. ένα μουσείο τέχνης), τότε το κοινό του είναι και αυτό πιο «ειδικό», δηλαδή αποτελείται από άτομα με υψηλή μόρφωση και οικονομική άνεση. Επιπλέον, η ίδια περιέγραψε πως το κοινό των μουσείων ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 25- 44 ετών με την οικογένεια να αποτελεί την πιο συνηθισμένη ομάδα επισκεπτών, ενώ το κοινό των μουσείων τέχνης καλύπτει όλες τις ηλικιακές βαθμίδες και δεν απευθύνεται μόνο στις οικογένειες. Τέλος, ως προς τις προτιμήσεις κατά φύλο, η Hooper-Greenhill εντόπισε πως οι γυναίκες προτιμούν τις γκαλερί και τα μουσεία τέχνης σε μεγαλύτερο ποσοστό από τους άντρες.⁷⁶

Στις περισσότερες από τις έρευνες που διεξήχθησαν σε ευρωπαϊκά μουσεία παρατηρήθηκε πως το κοινό τους ήταν νεαρής σχετικά ηλικίας, πνευματικά καλλιεργημένο και με υψηλό εισόδημα. Μια από τις πιο σημαντικές ήταν η έρευνα του Bourdieu. Πραγματοποιήθηκε προς το τέλος της δεκαετίας του 1960 και συμπεριέλαβε μουσεία σε διάφορες χώρες της Ευρώπης (Γαλλία, Ολλανδία, Πολωνία, Ελλάδα) και αποτέλεσε το θεμέλιο της μουσειακής κουλτούρας. Στο κέντρο της έρευνάς του ήταν τα μουσεία τέχνης και ειδικότερα το πώς οι τότε κοινωνικές συνθήκες προσδίδουν αισθητική αξία στα αντικείμενα και πώς καλλιεργείται και μαθαίνεται η αισθητική εκτίμηση. Αυτό που αρχικά διαπίστωσε ήταν πως το μουσείο ήταν σε χαμηλότερη θέση προτίμησης σε σχέση με τον κινηματογράφο και το θέατρο. Βασικό ερώτημα στο οποίο προσπάθησε να απαντήσει ο Bourdieu ήταν γιατί ενώ το εισιτήριο στα μουσεία είναι σχετικά φτηνό, πηγαίνουν σε αυτά μόνο τα άτομα μιας ανώτερης τάξης; Γιατί, δηλαδή, ορισμένοι άνθρωποι αποκλείουν οι ίδιοι τον εαυτό τους από ένα πολιτισμικό προϊόν; Το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε ήταν πως στους ανθρώπους αρέσει ένα πράγμα, ένα αντικείμενο, μόνο όταν καταλαβαίνουν το νόημά του. Επομένως, η επιθυμία να επισκεφτεί κανείς ένα μουσείο και η αισθητική ευχαρίστηση που θα νιώσει βλέποντας τα αντικείμενα δεν είναι ένα φυσικό χάρισμα, αλλά πρόκειται για μια ευχαρίστηση που καλλιεργείται· μια ευχαρίστηση που διαμορφώνεται με βάση την κοινωνική θέση του κάθε ατόμου. Αυτό το γούστο, συμβάλει στο να ξεχωρίσουν οι ομάδες με κριτήριο το ενδιαφέρον τους για την τέχνη. Το σύνολο της γνώσης που αποκτιέται μέσα από την καλλιέργεια ο Bourdieu το ονόμασε «πολιτιστικό κεφάλαιο». Αυτό το πολιτιστικό κεφάλαιο δεν το αποκτά κανείς μόνο μέσω του σχολείου· σημαντικό ρόλο παίζει και η οικογένεια όπως και οι κοινωνικές δραστηριότητες. Ορισμένοι άνθρωποι θεωρούν πως η επίσκεψή τους σε

⁷⁶ Hooper-Greenhill (1994).

ένα μουσείο σηματοδοτεί και την μετακίνησή τους σε ένα ανώτερο κοινωνικό επίπεδο χωρίς κάποια άλλη προσπάθεια ή ενέργεια. Με άλλα λόγια, συσχετίζει την επίσκεψη σε ένα μουσείο με την κοινωνική τάξη και μάλιστα με την ηγεμονία της υψηλής τάξης.⁷⁷

Στις ιδέες του Bourdieu στηρίχτηκε ο Merriman, ο οποίος έκανε έρευνα στο Ηνωμένο Βασίλειο τη δεκαετία του 1990. Αντικείμενο της έρευνάς του ήταν τα αρχαιολογικά και ιστορικά μουσεία και ειδικότερα η άποψη που έχουν οι διάφορες ομάδες επισκεπτών απέναντι στο παρελθόν και στα αντικείμενα που το προβάλλουν. Η μεθοδολογία που ακολούθησε ήταν αυτή της ταχυδρομικής έρευνας σε επισκέπτες και μη των μουσείων. Οι επισκέπτες θα έπρεπε να ανήκουν και στα δύο φύλα και να είναι ηλικίας 35 έως 59 ετών, να έχουν ένα σχετικά καλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομική άνεση. Από την άλλη, οι μη επισκέπτες θα έπρεπε να είναι άνω των 60 ετών (συνταξιούχοι ή άνεργοι), να μη διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία και η εκπαίδευσή τους να είναι η ελάχιστη δυνατή. Αυτό που ενδιέφερε τον Merriman να δείξει ήταν η εικόνα που έχουν για το μουσείο όσοι δεν το επισκέπτονται. Μία από τις ερωτήσεις που έθετε το ερωτηματολόγιο ήταν να περιγράψουν οι ερωτηθέντες τον πιο όμορφο και ευχάριστο τρόπο που περιηγούνται στο παρελθόν. Στο μεγαλύτερο ποσοστό οι απαντήσεις περιλάμβαναν τις δραστηριότητες εντός του σπιτιού (η παρακολούθηση ενός ντοκιμαντέρ στην τηλεόραση ή η ανάγνωση ενός ιστορικού βιβλίου) σε αντίθεση με τις δημόσιες εκδηλώσεις.⁷⁸ Ένα από τα πορίσματα της έρευνας ήταν πως η επίσκεψη σ' ένα μουσείο ανήκει στις δραστηριότητες της «πολιτισμικής κληρονομιάς», η οποία διαχωρίζεται από το παρελθόν. Αυτή περιέχει τις αναπαραστάσεις του παρελθόντος και όλες τις δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτό, όπως οι επισκέψεις σε ιστορικούς τόπους, περιηγήσεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, κ. ά.

Όπως και η έρευνα του Bourdieu, έτσι και αυτή του Merriman ανέδειξε τη σύνδεση κοινωνικής τάξης και πολιτισμικών δραστηριοτήτων. Και στις δύο περιπτώσεις ήταν οι καλλιεργημένοι και εύποροι που πήγαιναν στα μουσεία. Μάλιστα, αυτή η κατηγορία (τα μέλη της ανώτερης κοινωνικής τάξης) τοποθέτησαν την παγκόσμια ιστορία στην υψηλή θέση της ιεραρχίας, βάση της οποίας είναι η οικογενειακή ιστορία. Αντίθετα, τα μέλη της χαμηλών κοινωνικών τάξεων έδωσαν την ακριβώς ανάποδη ιεράρχηση.⁷⁹

Αξίζει να αναφερθεί, πως σε νεότερα κείμενά του ο Merriman σημείωνε πως ο λόγος που τα μουσεία λαμβάνουν υπόψη τους τα αποτελέσματα των ερευνών κοινού

⁷⁷ Bourdieu, P. 2002. *Η Διάκριση. Κοινωνική Κριτική της Καλαίσθητης Κρίσης*, μτφρ: Κική Καψαμπέλη, Αθήνα: Πατάκης, σ. 80-83, 322.

⁷⁸ Merriman, N. 1989. "The Social Basis of Museum and Heritage Visiting". S. Pearce (επιμ.), *Museums Studies in Material Culture*. Λονδίνο: Leicester University Press, σ. 153-160

⁷⁹ Merriman, ό.π. σ. 160-170.

είναι ο ανταγωνισμός ανάμεσα στην «βιομηχανία της πολιτισμικής κληρονομιάς» και της «ψυχαγωγίας». Για τους επισκέπτες ενός μουσείου οι υπηρεσίες και οι ανέσεις που αυτό προσφέρει έχουν την ίδια βαρύτητα με αυτή την εκθεμάτων.⁸⁰

Την ίδια περίοδο με τον Merriman, ο Miles επιχείρησε να εξετάσει συγκριτικά τρεις έρευνες αξιολόγησης σχετικά με τη χρήση οπτικοακουστικών προγραμμάτων στο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας του Λονδίνου. Σύμφωνα με τις απαντήσεις, οι επισκέπτες έκριναν θετικά τη χρήση οπτικοακουστικών εφαρμογών και μάλιστα προτιμούσαν το συνδυασμό τους με άλλες τεχνικές (όπως πχ την ύπαρξη μικρών κειμένων δίπλα στα εκθέματα). Επίσης, οι θεατές υποστήριξαν πως προτιμούν οι ίδιοι να έχουν τον έλεγχο αυτών των μέσων, να αποφασίσουν αυτοί, δηλαδή, πότε θα το ενεργοποιήσουν και πότε θα το σταματήσουν. Τέλος, πρότειναν τη δημιουργία ειδικών χώρων προβολής βίντεο, έτσι ώστε ο ήχος από τα βίντεο να μην προκαλούν θόρυβο και εμποδίζουν την εξέταση των εκθεμάτων από τους επισκέπτες.⁸¹

Για την Ελλάδα, δυστυχώς, δεν υπάρχουν μέχρι στιγμής συστηματικές έρευνες κοινού, ώστε να μπορεί κανείς να βγάλει συμπεράσματα για τους λόγους που κάποιος επισκέπτεται ή όχι το μουσείο. Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, μια δυσκολία που προκύπτει με τις αξιολογήσεις είναι πως τα μουσεία διεξάγουν έρευνες κοινού για συγκεκριμένες εκθέσεις, αλλά δεν τις δημοσιεύουν ή τις δημοσιεύουν χωρίς να αναφέρεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ή ο αριθμός των πληροφορητών.

Από τις λίγες υπάρχουσες ξεχωρίζει η έρευνα που οργάνωσε το 1995 η Α. Κουβέλη. Θέμα της έρευνας ήταν η σχέση των εφήβων (12-18 ετών) μαθητών με το μουσείο στην Αθήνα και την Ικαρία. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν τη σημασία του σχολείου στη γνωριμία και εξοικείωση των μαθητών με το μουσείο. Παράλληλα, σημαντικό ρόλο παίζει και το πνευματικό επίπεδο των γονέων, καθώς όσο πιο καλλιεργημένοι πνευματικά οι γονείς, τόσο μεγαλύτερος ο αριθμός επισκέψεων των παιδιών στα μουσεία. Σε γενικές γραμμές, η Κουβέλη παρατηρεί πως οι μαθητές (και της Αθήνας και της Ικαρίας) ανταποκρίνονται θετικά στο ενδεχόμενο επίσκεψης στο μουσείο.⁸²

Εξίσου σημαντική είναι η έρευνα του Χρόνη για την έκθεση «Ωρες Βυζαντίου» του Βυζαντινού μουσείου Θεσσαλονίκης το 2001. Κεντρικό ζητούμενο της έρευνας ήταν να διαπιστωθεί ο ρόλος των υπολειμμάτων του βυζαντινού πολιτισμού στη σύγχρονη εποχή και η συμβολή τους στην κατασκευή της ιστορικής μνήμης και του παρελθόντος. Ο Χρόνης χρησιμοποίησε τη μέθοδο των συνεντεύξεων βασισμένων σε ένα ερωτηματολόγιο, αλλά προσαρμοσμένο στον εκάστοτε πληροφορητή. Με

⁸⁰ Merriman, «Ανοίγοντας τα Μουσεία στο Κοινό», σ. 44-45.

⁸¹ Miles R., 1990, "Audiovisuals, A Suitable Case for Treatment", *Visitor Studies*, 2 (1) : 245 – 252

⁸² Κουβέλη, ό.π. σ. 180-181, 120-121.

βάση τις απαντήσεις των 49 συμμετεχόντων, ο ερευνητής κατέληξε στο συμπέρασμα πως τα αντικείμενα του μουσείου λειτουργούν ως απτές αποδείξεις σημαντικών ιστορικών στιγμών και μπορούν να συνδέουν το παρελθόν με το μέλλον μέσα από αισθητικές εμπειρίες.⁸³

Μια ακόμη ενδιαφέρουσα έρευνα διεξήχθη το 2004 από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών. Αντικείμενο της έρευνας οι 150 επισκέπτες του Αρχαιολογικού Μουσείου, του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου καθώς του Μουσείου Λαϊκής Τέχνης στην Αθήνα. Το ενδιαφέρον των ερευνητών ήταν να μελετήσουν τα χαρακτηριστικά (δημογραφικά, ατομικά και κοινωνικά) των επισκεπτών και να κατανοήσουν το ρόλο των μουσείων στη διατήρηση και προβολή της συλλογικής ταυτότητας και μνήμης. Βάσει των απαντήσεων φάνηκε πως το γυναικείο φύλο είναι αυτό που επισκέπτεται περισσότερο τα μουσεία, όπως και άτομα με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Επιπλέον, οι περισσότεροι θεατές τόνισαν τη σημασία του ιστορικού παρελθόντος, όπου επικρατούσαν αξίες, που έχουν χαθεί από τη σημερινή κοινωνία.⁸⁴

Τέλος, το 2006 διεξάχθηκε μια έρευνα που αφορούσε στη χρήση τεχνολογικών εφαρμογών σε 105 μουσεία. Σύμφωνα με την έρευνα, όσα μουσεία έχουν εντάξει τεχνολογικά μέσα, το έχουν κάνει καταρχήν για την καταγραφή των εκθεμάτων, την προστασία και τη συντήρησή τους καθώς και για τη διευθέτηση κλιματικών ζητημάτων (θερμοκρασία, υγρασία). Όπως επισημαίνει η έρευνα, οι διευθυντικές αρχές των μουσείων έχουν ελλειπίες γνώσεις αναφορικά με την εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας στον τομέα τους.⁸⁵ Σε μια έρευνα που έγινε λίγα χρόνια αργότερα (Μπούνια 2010), παρατηρήθηκε μια αύξηση της χρήσης οπτικοακουστικών μέσων στις εκθέσεις. Οι εφαρμογές αυτές είχαν ρόλο ενημερωτικό για το θέμα της έκθεσης και τα αντικείμενα και δεν είχαν διαδραστικό χαρακτήρα. Ωστόσο, και πάλι η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλότερη θέση στον τομέα της τεχνολογία σε σχέση με άλλες μεσογειακές χώρες, όπως η Ισπανία και η Ιταλία.⁸⁶

Αν και τα τελευταία χρόνια αυξάνονται οι έρευνες κοινού, εντούτοις είναι ακόμη περιορισμένες. Σε μεγάλο βαθμό εστιάζουν στους μαθητές-επισκέπτες και στη σημασία που παίζει το μουσείο στη προβολή της εθνικής ιστορίας. Αξίζει να

⁸³ Chronis A. 2006. "Heritage of the Senses. Collective Remembering as an Embodied Praxis", *Tourist Studies* 6 (3): 267- 296.

⁸⁴ Καυταντζόγλου Ρ., Ε. Τουνταςάκη, Μ. Φρυδάκης, 2005. «Ιστορία, Δομή και Λειτουργία των Εθνικών Μουσείων της Αθήνας: Εθνικό Αρχαιολογικό, Βυζαντινό και Χριστιανικό και Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης. Μια Έρευνα Κοινού», *Τετράδια Μουσειολογίας* 2 : 71-73.

⁸⁵ Παυλογεωργάτος Γ., Κίσσα, κ..α (επιμ.). 2006. «Χρήση των Σύγχρονων Τεχνολογιών στα Μουσεία: Η περίπτωση 105 ελληνικών Μουσείων και Συλλογών», *Μουσειολογία - Διεθνές Επιστημονικό Ηλεκτρονικό Περιοδικό*, 3 : 22-27.

⁸⁶ Μπούνια Α., Οικονόμου Μ. 2010. «Η χρήση νέων τεχνολογιών σε μουσειακά εκπαιδευτικά προγράμματα: αποτελέσματα έρευνας στα ελληνικά μουσεία», στο Βέμη Μ. και Νάκου Ε. (επιμ.), *Μουσεία & Εκπαίδευση*, Αθήνα: Νήσος, 335 – 347.

σημειωθεί πως οι περισσότερες έρευνες είναι μεμονωμένες πρωτοβουλίες των μουσείων που στοχεύουν στη σχέση επισκεπτών-μουσείου, χωρίς να έχει δοθεί σημασία στην κατηγορία των μη επισκεπτών. Μάλιστα δεν παρατηρείται η υπερίσχυση κάποιας συγκεκριμένης μεθοδολογίας.

Παρόλο που η αναφορά στις έρευνες ήταν μικρή, έγινε, νομίζω, κατανοητό το τι ζητάνε τα μουσεία από τέτοιου είδους έρευνες και τώρα μπορούμε να περάσουμε στο επόμενο κεφάλαιο, όπου θα εξετάσουμε την έρευνα κοινού για μια συγκεκριμένη έκθεση του Βρετανικού Μουσείου.

Κεφάλαιο Τρίτο

Μελέτη Περίπτωσης: Η Έκθεση "Το Χατζ-Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ" στο Βρετανικό Μουσείο

Στο προηγούμενο κεφάλαιο έγινε λόγος για τη σχέση των μουσείων και των επισκεπτών και στη συνέχεια κάναμε μια σύντομη αναφορά στις έρευνες κοινού που έχουν πραγματοποιηθεί στις ευρωπαϊκές χώρες (συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας). Στόχος μας ήταν να μάθουμε για τη μεθοδολογία, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης και έτσι να κατανοήσουμε τι επιδιώκουν τα μουσεία με αυτές τις έρευνες. Σε αυτό το κεφάλαιο θα εστιάσουμε την προσοχή μας σε μια περίπτωση, αυτή του Βρετανικού Μουσείου και ειδικότερα στην έρευνα του κοινού ύστερα από την έκθεση «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ». Πριν περάσουμε στην εξέταση της συγκεκριμένης έκθεσης, είναι νομίζω αναγκαίο να περιγράψουμε την ιστορία του μουσείου.

1. Το Βρετανικό Μουσείο

Το Βρετανικό Μουσείο ιδρύθηκε την περίοδο του Ευρωπαϊκού Διαφωτισμού, το 1753, με την προοπτική να προσφέρει τις υπηρεσίες του όχι μόνο στους μελετητές, αλλά γενικότερα στον κόσμο. Η δημιουργία του μουσείου σχετίζεται άμεσα με τη συλλογή του Sir Hans Sloane (1660- 1753), διάσημου γιατρού και παθιασμένου συλλέκτη. Μετά το θάνατο του Sloane, η συλλογή του, που αριθμούσε 71.000 αντικείμενα διαφόρων ειδών (χειρόγραφα, σχέδια, βιβλία, πολύτιμους λίθους, νομίσματα, αγάλματα, βότανα), αγοράστηκε, έναντι 20.000 στερλινών, από τον Γεώργιο Β.⁸⁷

Το μουσείο άνοιξε τις πύλες του στις 15 Ιουνίου 1759 στο ανακαινισμένο Montagu House.⁸⁸ Σύμφωνα με την ιδρυτική πράξη που είχε ψηφίσει το Βρετανικό Κοινοβούλιο το Μουσείο θα είχε ελεύθερη είσοδο, θα λειτουργούσε προς όφελος του κοινού και θα παρείχε «εγγυήσεις για ελεύθερη πρόσβαση σε όλους τους μελετητές και σε όλους τους περιέργους επισκέπτες».⁸⁹ Ωστόσο η συσσώρευση αντικειμένων και η χωρίς κάποιους κανόνες αποθήκευσή τους κατέστησαν το κτήριο ανεπαρκές και γι' αυτό αποφασίστηκε η επέκτασή του. Η Townley Gallery (η σημερινή

⁸⁷ Στεφανοπούλου Δ. (επιμ.) 2005. *Μεγάλα Μουσεία. Λονδίνο, Βρετανικό Μουσείο*. Αθήνα: Εκδοτική σειρά από το Έθνος της Κυριακής, σ. 11.

⁸⁸ Ήταν η έπαυλη του πρώτου Δούκα του Montagu (Μόνταγκιου), Ralf Montagu.

⁸⁹ Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 11.

Αιγυπτιακή Αίθουσα) κατασκευάστηκε την περίοδο 1804-1808 σε παλαντιανό στυλ και στέγασε αιγυπτιακά αγάλματα και τη συλλογή γλυπτών του Charles Townley.⁹⁰

Το μουσείο δεν είχε κανένα ενδιαφέρον για τον εμπλουτισμό των συλλογών του και χάρη σε αυτό πραγματοποιήθηκαν σημαντικές αγορές, όπως αυτή των γλυπτών του Παρθενώνα από τον λόρδο Έλγιν (1816). Εξαιρετικές προσθήκες ήταν και οι ασσυριακές συλλογές, η μελέτη των οποίων κατέληξε στην αποκρυπτογράφηση της σφηνοειδούς γραφής αλλά και η στήλη της Ροζέτας (1802), που συνέβαλε στην κατανόηση των ιερογλυφικών. Με αυτές τις προσθήκες αλλά και με τη δωρεά από τον Γεώργιο Δ΄ της βιβλιοθήκης του πατέρα του, Γεωργίου Γ΄, το 1823, κρίθηκε και πάλι η ανάγκη επέκτασης του μουσείου.⁹¹

Το μουσείο με τη σημερινή του μορφή κατασκευάστηκε την περίοδο 1823-1852 σύμφωνα με τα σχέδια του Robert Smirke. Ο Smirke σχεδίασε ένα τετράπλευρο οίκημα που μιμούταν την κλασική αρχαιοελληνική αρχιτεκτονική. Εκείνη την εποχή το ρεύμα του νεοκλασικισμού βρισκόταν στην ακμή του και υποστήριζε τις αρχές της αρχαιοελληνικής τέχνης για την αγάπη του μέτρου, του κανόνα και του αληθινού. Για την κατασκευή του χρησιμοποιήθηκαν τα πιο σύγχρονα υλικά εκείνης της εποχής: το πάτωμα χτίστηκε από τσιμέντο, ο σκελετός του κτιρίου από χυτοσίδηρο και τούβλα, ενώ τα εξωτερικά τμήματα καλύφθηκαν από πέτρα. Ο εξωτερικός διάκοσμος (ειδικότερα της νότιας εισόδου με την κιονοστοιχία και το αέτωμα) έπρεπε να είναι εντυπωσιακός, ώστε να αντανακλά την λάμψη των αντικειμένων που εκθέτονταν στο εσωτερικό. Μάλιστα, το Μουσείο κέρδιζε το μεταλλείο αρχιτεκτονικής το 1853.⁹²

Στο εσωτερικό ο Smirke άλλαξε τη μέχρι τότε διαρρύθμιση και τοποθέτησε τη νέα βιβλιοθήκη στην ανατολική πλευρά μιας ορθογώνιας κατασκευής, γύρω από μια ανοιχτή αυλή, η νότια πλευρά της οποίας αντικατέστησε το Montagu House. Το 1845 τον Robert Smirke διαδέχτηκε ο αδερφός του, Sydney. Αυτός ολοκλήρωσε την πρόσοψη της νότιας εισόδου, που αναφέραμε προηγουμένως, καθώς και την αναπροσαρμογή της Βιβλιοθήκης. Η ανάγκη για χώρο στη βιβλιοθήκη οδήγησε τον Sydney Smirke στο να κατασκευάσει στη μέση της αυλής, μια κυκλική αίθουσα, το Αναγνώστηριο, που καλύπτεται από ένα θόλο (εμπνευσμένο από το Πάνθεον στη Ρώμη) και «βάζει συμβολικά την ανάγνωση και τη μελέτη στο κέντρο ενός σύμπαντος από αντικείμενα».⁹³ Ο χώρος του Αναγνώστηριου ανακαινίστηκε την τριετία 1997-

⁹⁰ Ο Charles Townley ήταν βιβλιοπώλης και συλλέκτης. Από τα ταξίδια του στην Ιταλία είχε αποκτήσει αγάλματα ρωμαϊκά. Μετά το θάνατό του η οικογένειά του πούλησε τη συλλογή του στο Βρετανικό Μουσείο και ορισμένα κομμάτια από τη συλλογή του εκτίθενται ακόμα στο Ελληνο-Ρωμαϊκό τμήμα του μουσείου. <http://www.wedgwoodmuseum.org.uk/learning/discovery-packs/pack/classical/chapter/charles-townley-17371805> (ανακτήθηκε 20/12/2015).

⁹¹ Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 12.

⁹² http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015).

⁹³ Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 13.

2000. Επισκευάστηκε ο τρούλος με την τεχνική του παπιέ μασέ και αποκαταστάθηκαν τα χρώματα (το μπλε, το εκρού και το χρυσό). Ο χώρος αυτός φιλοξενεί περίπου 25.000 βιβλία και άλλο έντυπο υλικό κυρίως για τους πολιτισμούς, αντικείμενα των οποίων εκτίθενται στο μουσείο. Η βιβλιοθήκη είναι προσιτή, εκτός από τους αναγνώστες και στους επισκέπτες του μουσείου. Μάλιστα σε αυτή φιλοξενήθηκαν από το 2007 έως το 2013 διάφορες εκθέσεις, όπως «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ» που θα εξετάσουμε στη συνέχεια της εργασίας.⁹⁴

Τον 19^ο αιώνα παρατηρήθηκε αύξηση των επισκεπτών όλων των ηλικιών και των τάξεων. Αυτό, ενδεχομένως, οφειλόταν στην προσπάθεια των εφόρων του μουσείου να προσελκύσουν κόσμο κάνοντας προσιτούς τους καταλόγους με τα εκθέματα.⁹⁵ Την ίδια περίοδο περίπου προστέθηκε η Λευκή Πτέρυγα (White Wing) χάρη στο κληροδότημα του William White μετά το θάνατο της γυναίκας του. Ο White ζήτησε η είσοδος της πτέρυγας να είναι μεγαλοπρεπής και να υπάρχει μια επιγραφή με τ' όνομά του. Τα σχέδια ανέλαβε να κάνει ο Sir John Taylor το 1882-1885 ακολουθώντας το αναγεννησιακό στιλ του μουσείου.⁹⁶ Λίγα χρόνια αργότερα κατασκευάστηκαν οι αίθουσες του Βασιλιά Edward VII. Αρχικά το σχέδιο προέβλεπε μια μεγαλύτερης έκτασης ανακατασκευή της νότιας πλευρά, ωστόσο το σχέδιο περιορίστηκε εξαιτίας εμποδίων στην κατεδάφιση παλαιότερων κτιρίων.⁹⁷ Οι αίθουσες του Edward που τελικά χτίστηκαν είχαν χαρακτηριστικά ρωμαϊκά (όπως το βασιλικό οικόσημο πάνω από την είσοδο της αίθουσας, κεφάλια λιονταριών και οικόσημο του Εδουάρδου Ζ' πάνω από τη βόρεια είσοδο) και όχι αρχαιοελληνικά. Σύμφωνα με το σχεδιασμό, η βόρεια είσοδος δεν προοριζόταν για δημόσια είσοδο του μουσείου, αλλά θα είχε απέναντί της μια λεωφόρο, τμήμα μιας νικηφόρας πομπής. Ο θεμέλιος λίθος τοποθετήθηκε το 1907 από τον ίδιο τον βασιλιά τον Εδουάρδο, αλλά τα εγκαίνια έγιναν από τον βασιλιά Γεώργιο Ε' και τη βασίλισσα Μαρία το 1914.⁹⁸

Στις αρχές του 20ού αιώνα το μουσείο αναβάθμισε τις δημόσιες υπηρεσίες του, εξέδωσε τον πρώτο επίσημο οδηγό, ενώ διορίστηκε και ο πρώτος ξεναγός.⁹⁹ Παράλληλα προστέθηκαν νέες εγκαταστάσεις και πραγματοποιήθηκαν διάφορες οικοδομικές εργασίες χάρη στη χρηματοδότηση του λόρδου Duneen. Μερικές από τις

⁹⁴ http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture/reading_room.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015).

⁹⁵ Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 13- 14.

⁹⁶ http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015).

⁹⁷ Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 14.

⁹⁸ https://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015).

⁹⁹ http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/general_history.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015) και Στεφανοπούλου, *ό.π.* σ. 14.

εργασίες αυτές ήταν η κατασκευή μιας αίθουσας και η τακτοποίηση μέσα σε αυτήν των γλυπτών του Παρθενώνα το 1931. Ωστόσο, τα εγκαίνια πραγματοποιήθηκαν το 1964 και η καθυστέρηση οφειλόταν αφενός στην έναρξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και αφετέρου σε διάφορα εσωτερικά προβλήματα του μουσείου. Οι κατασκευές στο μουσείο ολοκληρώθηκαν με τα εγκαίνια της Νέας Πτέρυγας το 1980 και με την ανακαίνιση του Περιβόλου της Βασίλισσας Ελισάβετ Β΄. Σύμφωνα με το σχέδιό του Robert Smirke η αυλή θα ήταν ένας κήπος.

Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, στα μέσα του 19^{ου} αιώνα το Αναγνωστήριο μεταφέρθηκε στην αυλή και ο χώρος πια είχε αλλάξει. Το 1997 το τμήμα της βιβλιοθήκης μεταφέρθηκε στη Βρετανική Βιβλιοθήκη και έτσι υπήρχε η δυνατότητα να ανοίξει εκ νέου ο χώρος για το κοινό. Το διαγωνισμό για το νέο σχέδιό της Αυλής κέρδισε ένας από τους μεγαλύτερους αρχιτέκτονες της εποχής, ο Norman Foster. Ο βασικός λόγος που τον ενδιαφέρει ο σχεδιασμός είναι πως η «φυσική μορφή» αποτελεί το κυριότερο χαρακτηριστικό του Περιβόλου. Το Αναγνωστήριο, απαλλαγμένο από τα βοηθητικά κτίρια και ανακαινισμένο, είναι ο κεντρικός χώρος σε έναν ήρεμο χώρο. Επάνω υπάρχει ο θόλος, όπου συσσωρεύεται το φως, το οποίο πολλαπλασιάζεται χάρη στην εμφανίσιμη μεταλλική δομή με τα 3.312 τριγωνικά γυάλινα χωρίσματα, τα οποία διαφέρουν όλα μεταξύ τους. Μόλις σε δύο στρέμματα, ο Περίβολος αύξησε το χώρο του μουσείου κατά 40% επιτρέποντας τους θεατές να κινούνται ελεύθερα γύρω από τον κύριο όροφο για πρώτη φορά μέσα στα 150 χρόνια λειτουργίας του.¹⁰⁰ Γενικότερα, το σύνολο της κατασκευής γοητεύει τον επισκέπτη και αναδεικνύει ένα νέο μοντέλο χρήσης του δημόσιου χώρου και των συλλογών του μουσείου.

Οι αίθουσες εκθέσεων αφορούν την Αφρική, την Αμερική (Βόρεια Αμερική και Μεξικό), την Αρχαία Αίγυπτο (και το Σουδάν), την Αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη, την Ασία, την Ευρώπη (Μεσαιωνική και Νεότερη) και τη Μέση Ανατολή (Αρχαία Εγγύς Ανατολή). Το Βρετανικό Μουσείο διαθέτει πλέον περισσότερα από 7 εκατομμύρια εκθέματα και δέχεται κάθε χρόνο πάνω από 6 εκατομμύρια επισκέπτες. Το ίδιο το μουσείο στην ιστοσελίδα του αναφέρει πως πρόκειται για «Ένα μουσείο του κόσμου, για τον κόσμο», που σημαίνει πως τα εκθέματά του βρίσκονται εκεί για να προσφέρουν γνώση στους επισκέπτες.

¹⁰⁰ http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture/great_court.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015) και Στεφανοπούλου, ό.π. σ. 15-16.

2. Παρουσίαση της Έκθεσης: " Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ"

Στις 26 Ιανουαρίου 2012 εγκαινιάστηκε στο Βρετανικό η έκθεση «Χατζ: ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ»¹⁰¹ (Hajj: Journey to the Heart of Islam). Η έκθεση έμεινε στο μουσείο για περίπου 2,5 μήνες, μέχρι τις 15 Απριλίου.

Χατζ είναι ένας από τους πέντε στύλους¹⁰² που οφείλει να τηρήσει ένας Μουσουλμάνος και αφορά το ετήσιο προσκύνημα στη Μέκκα. Ετυμολογικά Χατζ σημαίνει «ταξίδι» και αφορά τόσο τη διαδικασία του ταξιδιού όσο και την εσωτερική προετοιμασία και το σκοπό του ταξιδιού. Το Χατζ πρέπει να πραγματοποιηθεί τουλάχιστον μια φορά στη ζωή ενός Μουσουλμάνου, από όσους, βέβαια, μπορούν να εξασφαλίσουν τα έξοδα του ταξιδιού και ταυτόχρονα να συντηρήσουν οικονομικά την οικογένειά τους κατά την απουσία τους. Το προσκύνημα αυτό γίνεται στις 8-12 του τελευταίου μήνα του Ισλαμικού ημερολογίου και θεωρείται η μεγαλύτερη θρησκευτική συγκέντρωση στον κόσμο.¹⁰³ Το Χατζ είναι ένας ισχυρός δεσμός των Μουσουλμάνων ανά τον κόσμο.

Η έκθεση, λοιπόν, του Βρετανικού Μουσείου έχει ως θέμα της αυτό το ετήσιο προσκύνημα των Μουσουλμάνων. Είναι η πρώτη έκθεση σε παγκόσμιο επίπεδο που έχει ως κεντρικό θέμα της το προσκύνημα στη Μέκκα. Σύμφωνα με την επιμελήτρια της έκθεσης και υπεύθυνη της ισλαμικής συλλογής του Μουσείου, Venetia Porter, η έκθεση χωρίζεται σε τρεις ενότητες: στο ταξίδι του προσκυνητή, στο τελετουργικό και στην πόλη της Μέκκας, που αποτελεί τον προορισμό του ταξιδιού. Σκοπός της είναι να δείξει τη διαδικασία του Χατζ στο πέρασμα του χρόνου και πώς οι προσκυνητές εξακολουθούν να βιώνουν όλη αυτή τη διαδικασία. Αυτό επιχειρούν να το πετύχουν με διάφορους τρόπους: μέσα από την παρουσίαση του ημερολογίου ενός κοριτσιού από το βόρειο Λονδίνο που πήγε με την οικογένειά της στο Χατζ πριν από λίγα χρόνια αλλά και μέσα από τα λόγια των ίδιων των προσκυνητών. Όπως εξηγεί η Porter για το σκοπό της έκθεσης συνεργάστηκε με έναν ερευνητή από το πανεπιστήμιο του Leeds, ο οποίος πήρε συνέντευξη από ανθρώπους διαφόρων κοινοτήτων του Ηνωμένου Βασιλείου. Οι φωνές τους και οι ιστορίες τους είναι η πραγματική κληρονομιά αυτής της έκθεσης.¹⁰⁴ Με άλλα λόγια, μέχρι σήμερα η μελέτη του Χατζ ήταν τμηματική, δηλαδή κάποιος έχει γράψει για τα υφαντά, κάποιος άλλος

¹⁰¹ Στην έκθεση αυτή το Μουσείο Μπενάκη, που διαθέτει μια πλούσια συλλογή έργων ισλαμικής τέχνης, δάνεισε επτά αντικείμενα της συλλογής του. Ανάμεσά τους κι ένα ενεπίγραφο σύνολο κεραμικών πλακιδίων Ιζνίκ του 17ου αιώνα.

¹⁰² Οι άλλοι τέσσερις, σύμφωνα με το Κοράνιο, είναι οι εξής: Η ομολογία της πίστης, η προσευχή (πρέπει να γίνεται πέντε φορές τη μέρα κοιτάζοντας προς τη Μέκκα), η ελεημοσύνη (όλοι πρέπει να δίνουν ένα ποσοστό του εισοδήματός τους, για να εξαγνίζεται συμβολικά η υπόλοιπη περιουσία τους) και η νηστεία (κατά τη διάρκεια του Ραμαζανιού απαγορεύεται η λήψη φαγητού, ποτού και καπνού καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας) http://minares.blogspot.gr/2009/05/blog-post_20.html (ανακτήθηκε στις 22/12/2015).

¹⁰³ Mosher, L. 2005. *Praying: The Rituals of Faith*, Νέα Υόρκη: Church Publishing, σ. 155

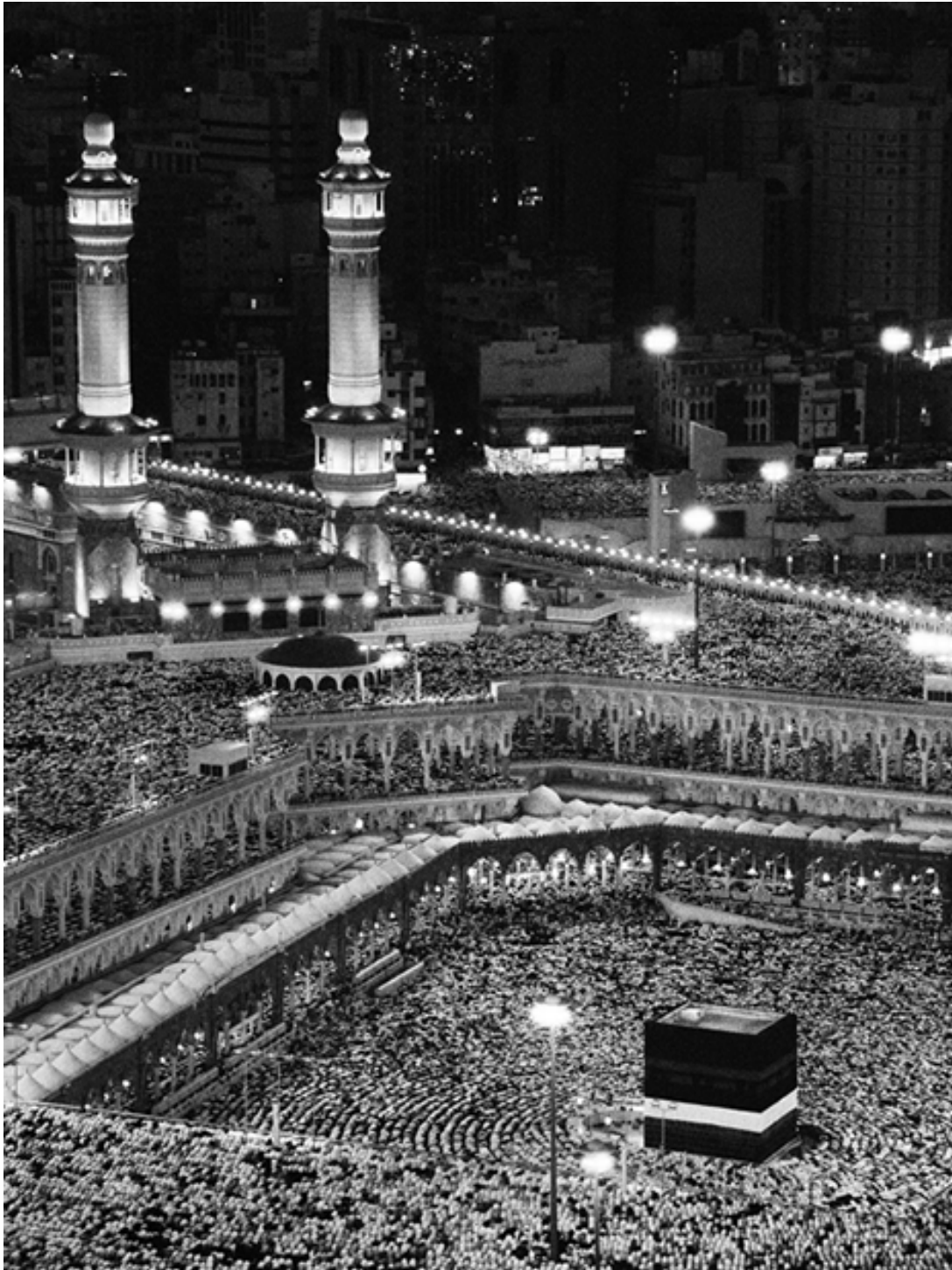
¹⁰⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=KOFtj5Oea6w> στο 2-3.30'.

για τα χρονικά ή κάποιος μελέτησε το ιστορικό γεγονός σε μια συγκεκριμένη περίοδο κτλ. Οι οργανωτές, λοιπόν, αυτής της έκθεσης σκέφτηκαν πώς μπορούν να ενώσουν όλα αυτά τα διάσπαρτα κομμάτια, ώστε να παρουσιάσουν το Χατζ μέσα από ένα ενιαίο σύνολο.

Τα αντικείμενα της έκθεσης περιλαμβάνουν ιστορικά και σύγχρονα έργα τέχνης, όπως υφάσματα και χειρόγραφα που ζωντανεύουν την πνευματική σημασία των ιερών τελετουργιών που έχουν μείνει αναλλοίωτες από την εποχή του Μωάμεθ, τον 7^ο αιώνα μ.Χ. Πολλά από τα αντικείμενα προέρχονται με τη μορφή δανεισμού από μακρινές χώρες, όπως η Αίγυπτος, η Σαουδική Αραβία, το Μαλί, η Ινδονησία, αλλά υπάρχουν και αρκετά από την Ευρώπη. Υπάρχουν και μερικά που προέρχονται από κοντινές γκαλερί αλλά και από τις συλλογές του ίδιου του Μουσείου.¹⁰⁵ Ωστόσο, η έμφαση δε δίνεται τόσο στην αισθητική των αντικειμένων, όσο στο τι μας λένε για το Χατζ ως ατομικό βίωμα.

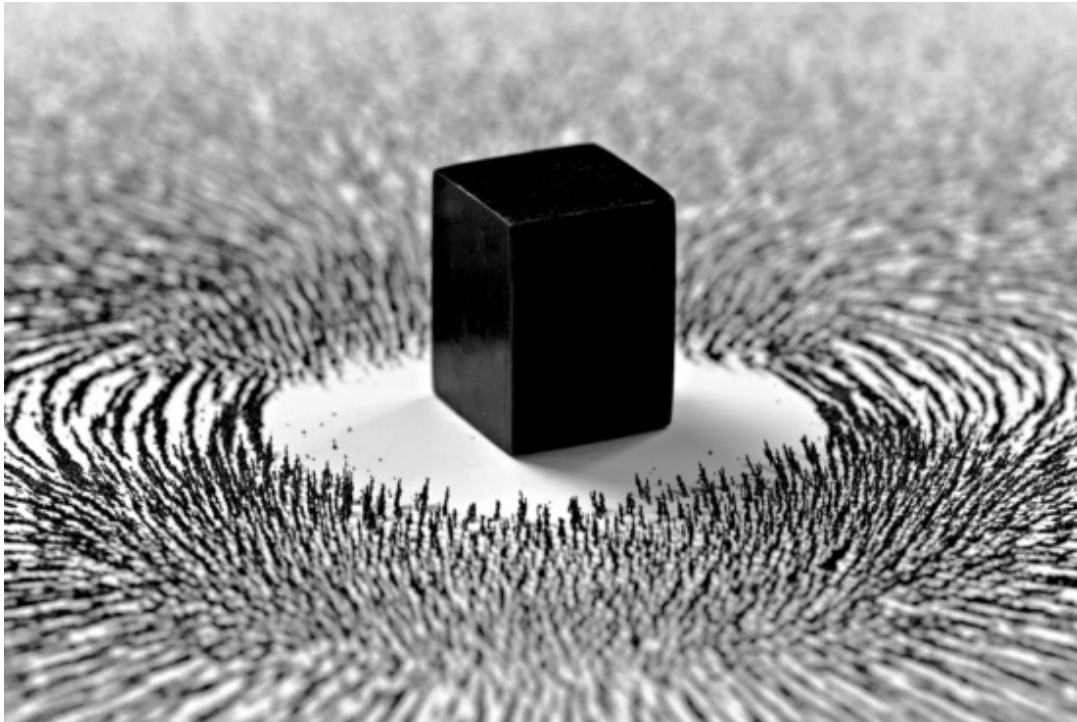
Το πρώτο πράγμα που αντικρίζει κανείς μπαίνοντας στο χώρο του Αναγνωστηρίου κάτω από το θόλο του μουσείου, είναι μια αεροφωτογραφία του Κα'aba (το ιερό οικοδόμημα μέσα στο κέντρο της Μέκκας) που περιβάλλεται από τέλεια ομόκεντρους κύκλους που σχηματίζονται από εκατοντάδες χιλιάδες προσκυνητές. Ακόμη κι αν κάποιος δεν έχει ιδέα για το τι βλέπει ή δε γνωρίζει κάτι για το Χατζ, η εικόνα αυτή με το πλήθος των προσκυνητών μαγνητίζει το θεατή καθώς εκπέμπει, κατά τη γνώμη μας, κάτι μαγνητικό.

¹⁰⁵ http://www.britishmuseum.org/whats_on/past_exhibitions/2012/haji/objects.aspx (ανακτήθηκε 22/12/2015).



Εικόνα 4 Η φωτογραφία τραβήχτηκε το 2003 από τον Reem Al Faisal http://www.britishmuseum.org/explore/themes/hajj/the_meaning_of_hajj.aspx

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά αντικείμενα της έκθεσης είναι το έργο του Ahmar Mater “Magnetism”. Πρόκειται για έναν κύβο γύρω απ’ τον οποίο βρίσκονται ρινίσματα σιδήρου. Αυτό το έργο, ενσαρκώνει την ιδέα πως το Ka’aba είναι ο μαγνήτης για τους Μουσουλμάνους όλου του κόσμου.



Εικόνα 5 Ahmar Mater “Magnetism”. Η εικόνα προέρχεται από την ιστοσελίδα <http://ahmedmater.com/artwork/magnetism/prints/magnetism-photograuve-ii/>¹⁰⁶

Η έκθεση αυτή βοηθάει στο να κατανοήσει κανείς τι ακριβώς είναι το Ισλαμ. Όπως υποστηρίζει η Porter «ένα ενδιαφέρον στοιχείο είναι πως χάρη σε αυτήν την έκθεση, επισκέπτονται το μουσείο και άνθρωποι που μέχρι τώρα δεν είχαν ξαναπάει. Μουσουλμάνοι και μη Μουσουλμάνοι στέκονται δίπλα δίπλα και ανταλλάσσουν σκέψεις για το Χατζ. Μια πραγματική διαντίδραση»¹⁰⁷ Άλλωστε, όπως είδαμε και στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, αυτός ήταν και ο βασικός σκοπός της δημιουργίας του Βρετανικού Μουσείου να διευκολύνει τους επισκέπτες να καταλάβουν καλύτερα τον κόσμο.

Είναι ενδιαφέρον να εξετάσουμε στη συνέχεια πώς έκρινε το κοινό τη συγκεκριμένη έκθεση.

¹⁰⁶ Περισσότερες φωτογραφίες της έκθεσης στο παράρτημα της εργασίας.

¹⁰⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=KOF7j5Oea6w> στο 5’.

3. Παρουσίαση και κριτική επισκόπηση της αναφοράς αξιολόγησης¹⁰⁸ και της έκθεσης

Στις 22 Μαρτίου 2013 η εταιρεία παροχής συμβουλών Morris Hargreaves McIntyre δημοσίευσε την αξιολόγηση της έκθεσης «Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλαμ».

Σκοπός της έρευνας ήταν να προσφέρει μια αντικειμενική αξιολόγηση της έκθεσης, συγκριτικά στοιχεία σε σχέση με άλλες εκθέσεις που είχαν φιλοξενηθεί στο Αναγνωστήριο του Βρετανικού Μουσείου (όπως *Treasures of Heaven: saints, relics and devotion in medieval Europe*, *Journey through the afterlife: ancient Egyptian Book of the Dead*, *Fra Angelico to Leonardo: Italian Renaissance Drawings*, *Moctezuma: Aztec Ruler*, *Shah 'Abbas: The remaking of Iran*, *Hadrian: Empire and Conflict*, *The First Emperor: China's Terracotta Army*) και να δώσει απαντήσεις σε συγκεκριμένα θέματα που τέθηκαν στην ερευνητική ατζέντα του Μουσείου.

Ειδικοί τομείς που κάλυψε η αξιολόγηση ήταν το προφίλ και η συμπεριφορά των επισκεπτών, η ερμηνεία και η ευαισθητοποίηση του κοινού, τα κίνητρα, οι προσδοκίες και το αποτέλεσμα, η παροχή πρόσβασης, η χρήση της ιστοσελίδας. Η έρευνα ακολούθησε διάφορες τεχνικές, τις οποίες αναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο. Καταρχήν για να συγκεντρωθούν αυτά τα στοιχεία στην έξοδο του Μουσείου οι θεατές ρωτούνταν σχετικά με τα κίνητρα επίσκεψής τους, τη συμπεριφορά τους μέσα στις αίθουσες, την ενημέρωσή τους για το θέμα της έκθεσης και γενικά για το αποτέλεσμα της έκθεσης. Ακολούθησε και μια έρευνα σχετικά με ποσοστά ώστε να εξασφαλιστεί ένα ισχυρό δείγμα Μουσουλμάνων και να διασταυρωθούν οι απαντήσεις τους. Συμπληρώθηκαν 301 τέτοια ερωτηματολόγια τις καθημερινές και τα σαββατοκύριακα τόσο από μεμονωμένα πρόσωπα όσο και από οικογένειες.

Στη συνέχεια, η έρευνα εστίασε σε ομάδες κοινού (audience focus groups). Τα άτομα που πήραν μέρος σε αυτό το κομμάτι της έρευνας ήταν δέκα και χωρίζονταν σε δύο κατηγορίες: Τέσσερα άτομα που αυτοπροσδιορίζονταν ως Μουσουλμάνοι και έξι μη Μουσουλμάνοι. Προϋπόθεση για να πάρει κάποιος μέρος στην έρευνα ήταν να έχει ήδη επισκεφτεί την έκθεση. Οι συμμετέχοντες επισκέφτηκαν για δεύτερη φορά την έκθεση ώστε να φρεσκάρουν τη μνήμη τους πριν πάρουν μέρος στη συζήτηση. Εκεί μίλησαν για τις προσδοκίες τους από την έκθεση, στοιχεία της έκθεσης και του στησίματός της που τους έκαναν εντύπωση και γενικότερα την εντύπωση που

¹⁰⁸ Ολόκληρη η έκθεση αξιολόγησης υπάρχει διαθέσιμη online https://www.britishmuseum.org/PDF/British_Museum_Hajj-exhibition_evaluation.pdf (ανακτήθηκε 9/1/2016).

σχημάτισαν κατά την περιήγησή τους. Συμπληρωματικά, έγιναν και δύο τηλεφωνικές συνεντεύξεις με Μουσουλμάνους θεατές της έκθεσης.

Παράλληλα, η ομάδα που ανέλαβε την επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας κατέγραφε και η ίδια τις παρατηρήσεις της στις τρεις αίθουσες με τις ψηφιακές οθόνες προβολής των ντοκιμαντέρ. Τριακόσια φυλλάδια με παρατηρήσεις συμπληρώθηκαν. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκαν εξήντα μία vox pop (voices of the people) συνεντεύξεις, δηλαδή μικρές συνεντεύξεις στις οποίες κατέγραφαν τις απόψεις του κοινού σχετικά με τους οδηγούς πολυμέσων, αλλά και το σχεδιασμό της έκθεσης. Τέλος, δημιούργησαν τον προσωπικό νοηματικό χάρτη (personal meaning map) για πέντε άτομα. Αυτή η μέθοδος είναι μια λεπτομερής έρευνα που αποσκοπεί στο να καταλάβει την αντίληψη του θεατή πάνω στο ζήτημα του προσκυνήματος του Χατζ και κατά πόσο η έκθεση επιβεβαίωσε ή άλλαξε τα όσα πίστευε. Τα άτομα που πήραν μέρος σε αυτήν την έρευνα, είχαν δώσει μια τηλεφωνική συνέντευξη, πριν την επίσκεψή τους στο μουσείο περιγράφοντας τις γνώσεις τους για το θέμα και μετά την επίσκεψη μια κατ' ιδίαν συνέντευξη με τον ερευνητή. Τόσο ο ερευνητής, όσο και ο πληροφορητής κρατούσαν σημειώσεις πάνω σ' έναν «προσωπικό νοηματικό χάρτη» ενώ ταυτόχρονα η συζήτησή τους ηχογραφούνταν.¹⁰⁹

Με βάση τα δεδομένα που συλλέχθηκαν, όσον αφορά το προφίλ των επισκεπτών διαπιστώθηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των θεατών ήταν από το Λονδίνο (54%). Σε ένα μεγάλο βαθμό το κοινό αποτελούνταν από άτομα που επισκέπτονται συχνά το μουσείο, αλλά ένα 88% απάντησε πως ο κύριος λόγος που επισκέφτηκαν το Βρετανικό Μουσείο ήταν για να δουν τη συγκεκριμένη έκθεση. Όπως αναμενόταν, η έκθεση αυτή προσέλκυσε αρκετούς επισκέπτες Ασιατικής καταγωγής. Ενδιαφέρον έχει πως η έκθεση του Χατζ συγκέντρωσε μια μεγάλη ομάδα επισκεπτών κάτω των 16 ετών. Μάλιστα ήταν το μεγαλύτερο ποσοστό εφήβων επισκεπτών των τελευταίων ετών. Αυτό το ποσοστό οφείλεται, ενδεχομένως, και στο μεγάλο ποσοστό επισκέψεων που πραγματοποιήθηκε από οικογένειες (κυρίως μουσουλμανικές). Συγκριτικά με προηγούμενες εκθέσεις, το Χατζ προσέλκυσε το μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων που πήγαν για πρώτη φορά σε Μουσείο.¹¹⁰

Όσον αφορά τις γνώσεις για το θέμα της έκθεσης, εντοπίζεται μια διαφορά ανάμεσα στους Μουσουλμάνους και τους μη Μουσουλμάνους. Το 32% των Μουσουλμάνων είχαν ειδικές γνώσεις πάνω στο Χατζ σε σχέση με το 18% της άλλης κατηγορίας. Οι μη Μουσουλμάνοι δήλωσαν πως δε γνωρίζουν πολλά πάνω στο Χατζ και θα ήθελαν να αποκτήσουν μια γενική γνώση του θέματος.

¹⁰⁹ https://www.britishmuseum.org/PDF/British_Museum_Haji-exhibition_evaluation.pdf, σ. 11-13. (ανακτήθηκε 9/1/2016).

¹¹⁰ Ο.π. σ. 21, 18-19.

Τα θρησκευτικά πιστεύω ήταν ένας καθοριστικός παράγοντας για να επισκεφτεί κάποιος την έκθεση του Χατζ. Σύμφωνα με την απογραφή του 2010/11 στο Ηνωμένο Βασίλειο 62% δήλωσαν Χριστιανοί και 3% Μουσουλμάνοι. Από τους θεατές, λοιπόν, το 47% ανέφερε πως ήταν Μουσουλμάνοι και το 22% Χριστιανοί. Σε προηγούμενες εκθέσεις (όπως το Treasures of Heaven) το 63% των θεατών είχε δηλώσει πως είναι Χριστιανοί, ενώ κανείς δεν είχε αναφέρει πως είναι Μουσουλμάνος.

«Είμαι Μουσουλμάνος... Το Χατζ είναι μια εμπειρία. Θέλω να κάνω κι εγώ αυτό το ταξίδι κάποια στιγμή στη ζωή μου... Δεν ξέρω πολλά για αυτό... Ακούω διάφορα πράγματα γι' αυτό από άλλους, έτσι, λοιπόν ήθελα να έρθω και να δω» και «Είμαι Μουσουλμάνος, έχω πάει στο Χατζ και ήθελα να δω πως η έκθεση θα το αναπαριστούσε»¹¹¹ Ήταν τα λόγια δύο Μουσουλμάνων.

Βασικό κίνητρο της επίσκεψης, όπως διαφαίνεται από τις απαντήσεις του κοινού, ήταν το εκπαιδευτικό, ενώ μεγάλο ποσοστό δήλωσε πως ήταν συναισθηματικοί οι λόγοι και ένα μικρό ποσοστό πνευματικοί. Έχει ενδιαφέρον πως το μεγαλύτερο κίνητρο που δηλώθηκε από το 78% των συμμετεχόντων (Μουσουλμάνων και μη) ήταν ένα συναισθηματικό, το «να αποκτήσουν μια πιο βαθιά επίγνωση και ενσυναίσθηση για το αντικείμενο». Το δεύτερο μεγαλύτερο κίνητρο με 72% ήταν ένα εκπαιδευτικό, «να βελτιώσουν τις γνώσεις τους για το Χατζ», ενώ με 44% ακολουθεί το προσωπικό/ακαδημαϊκό ενδιαφέρον.

«Δεν μπορώ να πάω [στο Χατζ] γιατί δεν είμαι Μουσουλμάνος, έτσι, ήρθα για να πάρω μια ιδέα.. από ενδιαφέρον» και «Για να μάθω περισσότερα για το προσκύνημα και για την ιστορία του, επειδή είμαι Μουσουλμάνος και δεν ξέρω στην ουσία πολλά γι' αυτό», είναι οι δηλώσεις ενός μη Μουσουλμάνου και ενός Μουσουλμάνου αντίστοιχα για το κίνητρο της επίσκεψής τους.¹¹² Άλλα κίνητρα μη Μουσουλμάνων ήταν να ενημερωθούν για ένα σύγχρονο κοινωνικό θέμα ή να εξερευνήσουν τα κοινά στοιχεία ανάμεσα στις θρησκείες. Ορισμένοι παραδέχτηκαν πως η έκθεση τους άλλαξε την αρνητική γνώμη που είχαν για το Ισλάμ. Από την άλλη οι Μουσουλμάνοι ήθελαν να θυμηθούν μια δική τους παλιά εμπειρία προσκυνήματος, να δημιουργήσουν μια καινούρια οπτική της θρησκείας τους και να νιώσουν ότι μοιράζονται με κάποιους άλλους μια κοινή ταυτότητα. Ωστόσο και οι δύο κατηγορίες είδαν την έκθεση ως ευκαιρία να ανακαλύψουν τη μη-δυτική ιστορία και τέχνη.¹¹³

Παράλληλα, η πλειοψηφία των θεατών υποστήριξε πως ο χώρος ήταν επαρκής, ενώ αρκετά κολακευτικά ήταν τα σχόλια για το σχεδιασμό της έκθεσης και ειδικότερα για την είσοδο, η οποία χαρακτηρίστηκε πως μεταφέρει τους θεατές από την καθημερινότητά τους σε μια ατμόσφαιρα πνευματική, όπως συμβαίνει σε ένα

¹¹¹ Ο.π. σ. 23.

¹¹² Ο.π. σ. 32.

¹¹³ Ο.π. σ. 33-34, 78.

προσκύνημα.¹¹⁴ Σε αυτό συνέβαλε, βέβαια, και η αραβική μουσική που ακουγόταν από τα ηχεία και σε πολλούς θύμιζε τις ψαλμωδίες που ακούγονται κατά τη διάρκεια του Χατζ.

Σχετικά με τα πολυμέσα και τους οδηγούς, το κοινό δήλωσε πως χρησιμοποίησαν τον δωρεάν οδηγό της έκθεσης, ενώ μόλις το 1% δήλωσε πως αγόρασε τον μεγάλο εκτυπωμένο οδηγό. Αναφορικά με τη χρήση της ιστοσελίδας του Μουσείου, το 46% δήλωσε πως δε γνώριζε ότι η έκθεση είχε και δική της ιστοσελίδα, ενώ όσοι το γνώριζαν ανέφεραν πως τη χρησιμοποίησαν για να αγοράσουν τα εισιτήριά τους και να οργανώσουν την επίσκεψή τους. Μάλιστα μεγάλος ήταν και ο αριθμός εκείνων που μπήκαν στην ιστοσελίδα μετά την επίσκεψή τους για να μάθουν περισσότερα για το θέμα και τα αντικείμενα της έκθεσης.¹¹⁵

Θετικά σχόλια γράφτηκαν και για τους οδηγούς πολυμέσων. Ορισμένοι εξέφρασαν την άποψη πως τα οπτικά μέσα τους βοήθησαν να παρατηρήσουν καλύτερα τις λεπτομέρειες και να εξετάσουν περισσότερο το θέμα και άλλοι τόνισαν πως τα πολυμέσα ήταν μια λύση για να αποφευχθεί ο συνωστισμός μπροστά στα αντικείμενα. Υπήρχαν, βέβαια, και ορισμένοι που ανέφεραν πως τα εικονίδια των οδηγών τους προκάλεσαν σύγχυση. Όσον αφορά την προβολή του φιλμ, σχεδόν όλοι οι επισκέπτες κάθισαν να παρακολουθήσουν έστω και ένα μικρό κομμάτι του. Μουσουλμάνοι και μη το χαρακτήρισαν υποβλητικό και ενημερωτικό, ιδίως για όσους δε γνώριζαν τίποτα για το Χατζ.¹¹⁶ Η τοποθεσία της αίθουσας με τον προβολέα, μετά την περιγραφή της διαδρομής των προσκυνητών και πριν τις λεπτομερείς περιγραφές των τελετουργικών του Χατζ, λειτούργησε «ενοποιητικά» καθώς έδενε τα όσα είχαν δει οι επισκέπτες μέχρι τότε με τα επόμενα.

Το 89% των επισκεπτών έμεινε ικανοποιημένο από τη δομή της αφήγησης και δεν αντιμετώπισαν κάποια ιδιαίτερη δυσκολία στη ροή της έκθεσης. Μάλιστα ορισμένοι τόνισαν πως ο τρόπος που ήταν στημένη η έκθεση τους έδινε τη δυνατότητα να πάρουν, μέρος στο ταξίδι του Χατζ.¹¹⁷ Από τα αντικείμενα που ξεχώρισαν ήταν τα κεντητά παραπετάσματα (tapestries) αλλά και τα αντικείμενα της σύγχρονης τέχνης. Για αρκετούς, η παρουσία των τελευταίων σε συνδυασμό με τα παλιά αντικείμενα συμβόλιζαν τη συνέχεια ενός αρχαίου τελετουργικού.

Μια γενική διαπίστωση είναι πως οι θεατές αξιολόγησαν ως θετική εμπειρία την επίσκεψη σε αυτήν την έκθεση. Ωστόσο σε ορισμένους, ιδίως μη Μουσουλμάνους, δημιουργήθηκαν ερωτήματα, τα οποία, όπως οι ίδιοι υποστηρίζουν, η έκθεση άφησε αναπάντητα. Με άλλα λόγια, κάποιοι θεατές θεώρησαν πως οι οργανωτές της

¹¹⁴ Ο.π. σ. 43.

¹¹⁵ Ο.π. σ. 39.

¹¹⁶ Ο.π. σ.56.

¹¹⁷ Ο.π. σ. 51.

έκθεσης πήραν ως δεδομένες κάποιες γνώσεις, κάποιες πτυχές του Χατζ, ενώ θα μπορούσαν να αναφέρουν περισσότερα ιστορικά και άλλα στοιχεία γύρω από αυτό. Παράλληλα, κάποιοι άλλοι δήλωσαν την επιθυμία τους να μάθουν περισσότερα για το έθιμο αυτό στη σύγχρονη εποχή, την οργάνωσή του, τις οικονομικές του διαστάσεις αλλά και το διεθνή χαρακτήρα του, ιδίως τη σχέση του Ισλάμ με την Κίνα.¹¹⁸ Ένα θέμα, που κάποιοι θεατές σχολίασαν πως δε θίχτηκε καθόλου ήταν η γυναικεία εμπειρία του Χατζ δεδομένης της γενικότερης διάκρισης ρόλων κατά φύλο στην ισλαμική κοινωνία.¹¹⁹ Τέλος, όπως φάνηκε από την αξιολόγηση, η έκθεση του Χατζ στάθηκε αφορμή ώστε οι επισκέπτες να περιηγηθούν στις αίθουσες και να γνωρίσουν το Βρετανικό Μουσείο καλύτερα.

Όπως γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω, το μουσείο με τη συγκεκριμένη έκθεση είχε να αντιμετωπίσει μια μεγάλη πρόκληση: Από τη μια είχε ένα κοινό, τους Μουσουλμάνους, που γνώριζαν αρκετά για αυτό το θέμα και από την άλλη είχε τους μη Μουσουλμάνους, οι οποίοι στην πλειονότητά κατείχαν ελάχιστες γνώσεις επί του θέματος. Το μεγάλο στοίχημα για το Βρετανικό Μουσείο ήταν να καταφέρει να ικανοποιήσει και τα δύο ακροατήρια, χωρίς να κουράσει ή να αφήσει αδιάφορους τους θεατές. Όλο το κοινό απόλαυσε το χρόνο του εκεί και ήταν ενδιαφέρον το πώς διαφορετικές ομάδες με διαφορετικά κίνητρα και ενδιαφέροντα αναμειγνύονταν αρμονικά. Για τους Μουσουλμάνους η έκθεση είχε αντίκτυπο στον συναισθηματικό τομέα, ενώ για τους μη Μουσουλμάνους κυρίως στον μορφωτικό και στο συναισθηματικό. Σχεδόν όλοι έμειναν ικανοποιημένοι και παραδέχτηκαν πως η έκθεση ανταποκρίθηκε στις προσδοκίες τους. Μάλιστα, ένα μεγάλο ποσοστό δήλωσε πως η έκθεση αποτελεί αφορμή ώστε να ψάξουν περισσότερο το τελετουργικό του Χατζ.

Η επιτυχία της έκθεσης είναι πως προσέλκυσε άτομα που δεν είχαν ξαναπάει σε Μουσείο άλλη φορά και πως δημιούργησε μια καθηλωτική ατμόσφαιρα που μετέδωσε μια αίσθηση ομαδικότητας και κοινής εμπειρίας σε αυτούς που βρίσκονταν εκεί. Υπήρχαν, βέβαια, και σημεία που δέχτηκαν αρνητικά σχόλια (το φως της αίθουσας ήταν χαμηλό, ο ήχος του βίντεο ήταν χαμηλός), αλλά σε γενικές γραμμές η έκθεση άφησε ικανοποιημένους όλους τους επισκέπτες. Αλλά και η έκθεση αξιολόγησης, νομίζουμε, πέτυχε το σκοπό της: χρησιμοποίησε ένα συνδυασμό ερευνητικών μεθόδων, ώστε να καλύψει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού και να εξασφαλίσει έγκυρα αποτελέσματα. Το γεγονός πως η έκθεση είναι αναρτημένη στο διαδίκτυο και ο καθένας έχει πρόσβαση σε αυτήν διευκολύνει οργανωτές εκθέσεων αλλά και αξιολογητές μουσείων και ιδρυμάτων στο να

¹¹⁸ Ο.π. σ. 59-60, 62, 65.

¹¹⁹ Ο.π. σ. 64

μελετήσουν τη συγκεκριμένη έρευνα και να παραδειγματιστούν από αυτήν και να αποφύγουν τυχόν προβλήματα που αναφέρονται στη συγκεκριμένη περίπτωση.

Κεφάλαιο Τέταρτο

Συζήτηση-Συμπεράσματα

Η επίσκεψη σ' ένα μουσείο είναι ένα ταξίδι σε χώρες μακρινές ή κοντινότερες. Χάρη σε αυτήν την εργασία και με αφορμή την έκθεση του Βρετανικού Μουσείου «Το Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ», μεταφερθήκαμε στη Μέκκα και βιώσαμε, έστω και λίγο, τη διαδρομή για το ιερό προσκύνημα των Μουσουλμάνων. Πριν, όμως, φτάσουμε στο Χατζ, κάναμε ένα ταξίδι στο χρόνο και στην ιστορία των μουσείων από την αρχαιότητα έως σήμερα. Εξετάσαμε τις βασικές λειτουργίες του και κάναμε ειδική αναφορά στον τομέα της επικοινωνίας, καθώς η επιτυχία ενός μουσείου εξαρτάται σε ένα μεγάλο βαθμό στη σωστή επικοινωνιακή στρατηγική. Ένας από τους κύριους στόχους της επικοινωνιακής πολιτικής είναι η προσέλκυση επισκεπτών. Στην εργασία αυτή εξετάσαμε τους τρόπους με τους οποίους ένα μουσείο προσπαθεί να αυξήσει τους επισκέπτες του. Ειδική αναφορά έγινε στις έρευνες κοινού, κατά την οποία σημειώνονται οι σκέψεις, οι ανάγκες των επισκεπτών ενός μουσείου και τα παράπονά τους. Οι ερευνητές επεξεργάζονται τα δεδομένα με στόχο να βελτιώσει το μουσείο τις παροχές και τις υπηρεσίες του.

Στη συνέχεια ακολούθησε μια περιπλάνηση στην ιστορία και τους χώρους του Βρετανικού Μουσείου. Μάθαμε για τις μεγάλες και ποικίλες συλλογές του και για τη αναγκαία και συνεχή επέκταση του οικοδομικού του χώρου. Σε έναν από αυτούς τους χώρους, το Αναγνωστήριο, παρουσιάστηκε η περιοδική έκθεση «Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλαμ» με θέμα το προσκύνημα των Μουσουλμάνων στη Μέκκα. Το θέμα της έκθεσης από μόνο του παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς για πρώτη φορά οργανώθηκε έκθεση για το συγκεκριμένο προσκύνημα δίνοντας έμφαση στη διαχρονικότητά του και στα βιώματα των συμμετεχόντων. Μέσα από εικόνες, ήχους, προσωπικά αντικείμενα προσκυνητών, τις αφηγήσεις τους και έργα τέχνης, οι θεατές είχαν τη δυνατότητα να πάρουν κι αυτοί μέρος στο προσκύνημα στην ιερή πόλη και να βιώσουν, σε ένα βαθμό, αυτό που νιώθουν οι συμμετέχοντες εκεί.

Με βάση τα ερωτήματα που τέθηκαν στην αξιολόγηση, γίνεται κατανοητό αυτό που αναφέρθηκε και στην αρχή της εργασίας, πως το κοινό ήταν διαφορετικό και πως ο κάθε «τύπος» (Μουσουλμάνος, μη Μουσουλμάνος, μαθητής, μορφωμένος κá) έχει διαφορετικό τρόπο προσέγγισης και αντίληψης αυτών που βλέπει. Η έρευνα ήταν διαρκής και προσπάθησε να καλύψει με διάφορες μεθόδους το ευρύ φάσμα του κοινού και των χαρακτηριστικών του, ώστε να μειωθεί η πιθανότητα εσφαλμένων συμπερασμάτων. Βάσει των απαντήσεων γίνεται αντιληπτό πως η σχέση του μουσείου με το κοινό του δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά αμφίδρομη καθώς και οι

θεατές ανάλογα με το μορφωτικό και κοινωνικό τους υπόβαθρο ερμηνεύουν την εμπειρία τους στο μουσείο. Οι Μουσουλμάνοι είδαν ίσως τον εαυτό τους, θυμήθηκαν τη δική τους εμπειρία (όσοι είχαν πάει στο Χατζ) συγκινήθηκαν και ένιωσαν πως μοιράζονται μια κοινή ταυτότητα με τους υπόλοιπους. Οι μη Μουσουλμάνοι, από την άλλη, αποκόμισαν γνώσεις για μια τελετουργία και μια θρησκεία που γνώριζαν ελάχιστα. Και οι δύο κατηγορίες έμειναν ικανοποιημένες από το αποτέλεσμα της έκθεσης. Άλλωστε, αυτός ήταν και ο στόχος της έκθεσης, να προκαλέσει τους θεατές να μάθουν και να βιώσουν το Χατζ, όπως οι προσκυνητές.

Η επιτυχία της αξιολόγησης, κατά τη γνώμη μας, έρχεται να διαψεύσει την άποψη του Kenneth Hudson, που αναφέραμε στο δεύτερο κεφάλαιο και η οποία έλεγε, πως οι έρευνες κοινού δεν μπορούν να καταγράψουν και να ταξινομήσουν σε κατηγορίες τα συναισθήματα που βιώνει ο θεατής μιας έκθεσης. Θεωρούμε, πως οι ερωτήσεις αλλά και οι ίδιες οι περιγραφές των πληροφορητών καταφέρνουν να περιγράψουν τη συγκινησιακή φόρτιση και την καθηλωτική ατμόσφαιρα που επικρατούσε στην έκθεση.

Επιπλέον, το στήσιμο της έκθεσης φανερώνει, κατά την προσωπική μας άποψη, πως το Βρετανικό Μουσείο έχει διεξάγει στο παρελθόν κι άλλες έρευνες αξιολόγησης, με αποτέλεσμα να φροντίζει να βελτιώνεται και να λαμβάνει υπόψη του τυχόν παλαιότερα παράπονα. Ας μην ξεχνάμε, βέβαια, και την επισήμανση της Οικονόμου, πως πολλοί οργανισμοί που χρηματοδοτούν εκδηλώσεις μουσείων ζητούν να δουν έρευνες αξιολόγησης. Επομένως, το Βρετανικό μουσείο προετοιμάζει με προσοχή την έκθεση που θα στήσει, ώστε να πάρει θετικά σχόλια που θα φαίνονται και στην αξιολόγηση του κοινού.

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας μπορούν μελλοντικά να λειτουργήσουν ως πηγή έμπνευσης για τη σχεδίαση άλλων εκθέσεων όχι μόνο στο Βρετανικό Μουσείο, αλλά σε κάθε μουσείο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ambrose T. & Paine C. (1993). *Museum Basics*, Νέα Υόρκη: Routledge.
- Βουδούρη, Δ. (2003). *Κράτος και Μουσεία: Το Θεσμικό Πλαίσιο των Αρχαιολογικών Μουσείων*, Αθήνα: Σάκκουλας.
- Bourdieu, P. (2002). *Η Διάκριση. Κοινωνική Κριτική της Καλαίσθητης Κρίσης*, μτφρ: Κική Καφαμπέλη, Αθήνα: Πατάκης.
- Chronis, A. (2006). "Heritage of the Senses. Collective Remembering as an Embodied Praxis", *Tourist Studies* 6 (3): 267- 296.
- Doering, Z. (1999). "Strangers, Guests of Clients? Visitor Experiences in Museums", *Curator: The Museum Journal*, 42: 74-87.
- Γκαζή, Α. (1999). «Από τις Μούσες στο Μουσείο: Η Ιστορία ενός θεσμού δια μέσου των Αιώνων» *Αρχαιολογία και Τέχνες* 70, 39-46.
- _____2004. «Μουσεία για τον 21^ο αιώνα», *Τετράδια Μουσειολογίας* 1: 3-13.
- Cheney, T. 1992. "The Visitor Rainbow", *Visitor Studies*, 4 (1): 32-37.
- Hobsbawm E. 1998. *Για την Ιστορία*, μτφρ: Π. Ματάλας, Αθήνα: Θεμέλιο.
- Hooper-Greenhill E. 1992. *Museum and Shaping of Knowledge*, Λονδίνο και Νέα Υόρκη: Routledge.
- _____1994. *Museum and their Visitors*, Νέα Υόρκη: Routledge.
- Καλοφορίδης, Β. 2012. «Ο Εκπαιδευτικός Ρόλος του Μουσείου στο Σύγχρονο Κοινωνικό και Πολιτισμικό Περιβάλλον» *Science & Technology* 5 (7), σ. 70. (ανάκτηση από τον ιστότοπο: http://e-jst.teiath.gr/issue_28/Kaloforidis_28.pdf).
- Καυταντζόγλου Ρ., Ε. Τουντασάκη, Μ. Φρυδάκης, 2005. «Ιστορία, Δομή και Λειτουργία των Εθνικών Μουσείων της Αθήνας: Εθνικό Αρχαιολογικό, Βυζαντινό και Χριστιανικό και Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης. Μια Έρευνα Κοινού», *Τετράδια Μουσειολογίας* 2 : 71-73.
- Κουβέλη, Α. 2000. *Η Σχέση των Μαθητών με το Μουσείο. Θεωρητική Προσέγγιση, Έρευνα στην Αθήνα και την Ικαρία. Εκπαιδευτικά Προγράμματα*, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.
- McManus, P. M. 2009. «Σκέψεις για την αξιολόγηση στα Μουσεία», *Τετράδια Μουσειολογίας* 6: 4-10.
- Merriman, N. 1989. "The Social Basis of Museum and Heritage Visiting". S. Pearce (επιμ.), *Museums Studies in Material Culture*. Λονδίνο: Leicester University Press, 153-171.
- _____1999. «Ανοίγοντας τα Μουσεία στο Κοινό», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72: 43-46.

- Miles R., 1990. "Audiovisuals, A Suitable Case for Treatment", *Visitor Studies*, 2 (1) : 245 – 252.
- Μορτάκη Σ. και Σημανδράκη, Χρ. 2014. «Εκπαίδευση και Πολιτισμός: Έρευνα Προκαταρκτικής Αξιολόγησης μιας Εικονικής Έκθεσης» *Εκπ@ιδευτικός Κύκλος* 2 (1) : 173-189.
- Mosher, L. 2005. *Praying: The Rituals of Faith*, Νέα Υόρκη: Church Publishing.
- Μουσούρη Θ. 1999. «Έρευνα Κοινού και Αξιολόγηση στα Μουσεία», *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, 56-61.
- Μπούνια Α., Οικονόμου Μ. 2010. «Η χρήση νέων τεχνολογιών σε μουσειακά εκπαιδευτικά προγράμματα: αποτελέσματα έρευνας στα ελληνικά μουσεία», στο Βέμη Μ. και Νάκου Ε. (επιμ.), *Μουσεία & Εκπαίδευση*, Αθήνα: Νήσος, 335 – 347.
- Νάκου Ε. 2001. *Μουσεία: Εμείς, τα Πράγματα και ο Πολιτισμός: Από τη Σκοπιά της Θεωρίας του Υλικού Πολιτισμού, της Μουσειολογίας και της Μουσειοπαιδαγωγικής*, Αθήνα: Νήσος.
- Οικονόμου, Β. 2003. *Μουσείο: Αποθήκη ή Ζωντανός Οργανισμός: Μουσειολογικοί Προβληματισμοί και Ζητήματα*, Αθήνα: Κριτική.
- Ορφανίδη Λ. 2006. «Εισαγωγή στη Μουσειολογία», Ορφανίδη Λ. και Ι. Λυριτζής (επιμ.), *Εισαγωγή στη Μουσειολογία και στην Προληπτική Συντήρηση*, Αθήνα: Καρδαμίτσα, 17-182.
- Παυλογεωργάτος Γ., Κίσσα, κ..α (επιμ.). 2006. «Χρήση των σύγχρονων τεχνολογιών στα μουσεία: Η περίπτωση 105 ελληνικών μουσείων και συλλογών», *Μουσειολογία* 3: 21-29.
- Πισιάβα Ε.-Μ., 2010. *Έρευνα για τη Χρήση Οπτικοακουστικών Εφαρμογών σε Ελληνικά Μουσεία Τέχνης*. Διπλωματική Εργασία στο Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο Πολιτικών και Κοινωνικών Επιστημών (ανάκτηση 28/11/2015
- https://www.academia.edu/9167400/%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%8D_%CE%B3%CE%B9%CE%B1_%CF%84%CE%B7_%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B7_%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%BF%CF%80%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD_%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CF%8E%CE%BD_%CF%83%CE%B5_%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CF%84%CE%AD%CF%87%CE%BD%CE%B7%CF%82).

Στεφανοπούλου Δ. (επιμ.) 2005. *Μεγάλα Μουσεία. Λονδίνο, Βρετανικό Μουσείο*. Αθήνα: Εκδοτική σειρά από το Έθνος της Κυριακής.

Studart, D. C. 2000. *The Perceptions and Behaviour of Children and their Families in Child-Orientated Museum Exhibitions*. PhD thesis in Museum Studies. Museum and Heritage Studies, University College of London. (<http://discovery.ucl.ac.uk/1318009/1/313336.pdf> ανακτήθηκε 19/12/2015).

Τζιαφέρη, Σ. 2005. *Το Σύγχρονο Μουσείο στην Ελληνική Εκπαίδευση Μέσα από το Παράδειγμα των Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων*, Θεσσαλονίκη: Αφοί Κυριακίδη.

Ηλεκτρονικές Πηγές

ICOM- International Council of Museums <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> (ανάκτηση 17.11.2015).

Κουναλάκη Ξ. 2001 «Το 'λάιφ στάιλ' Εισβάλλει στα Μουσεία, *Καθημερινή* 17.06.2001 (ανακτήθηκε <http://www.kathimerini.gr/94189/article/epikairothta/kosmos/to-laif-stail-eisvallei-sta-moyseia> 26/11/2015).

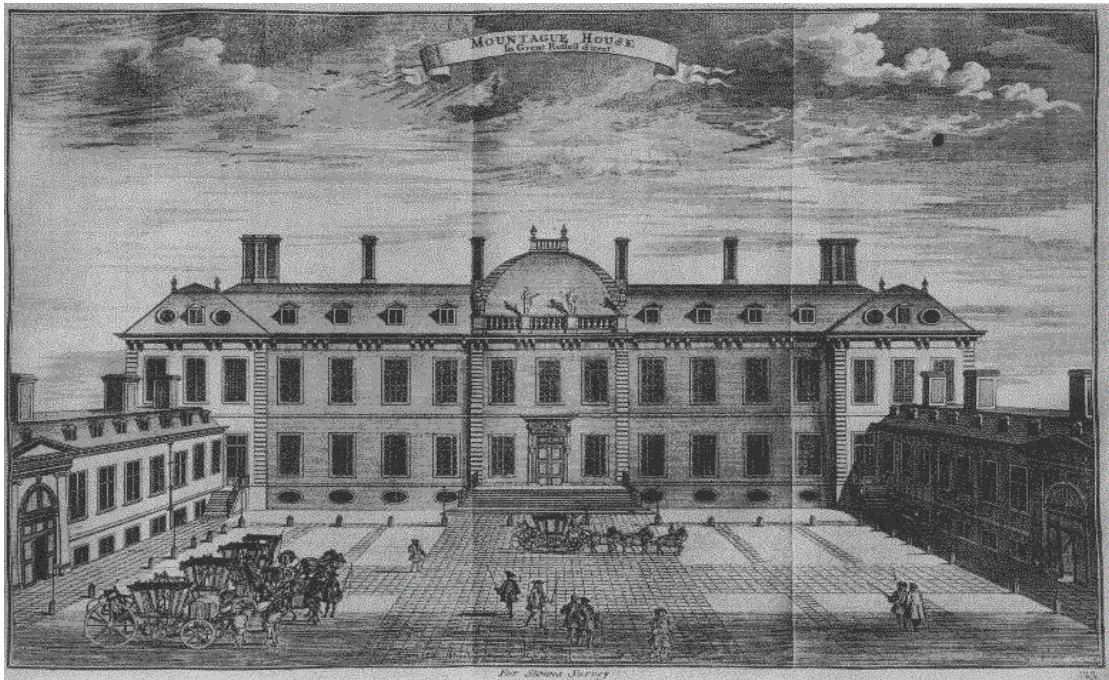
The Wedgwood Museum <http://www.wedgwoodmuseum.org.uk/learning/discovery-packs/pack/classical/chapter/charles-townley-17371805> (ανακτήθηκε 20/12/2015).
http://www.britishmuseum.org/about_us/the_museums_story/architecture.aspx (ανακτήθηκε 20/12/2015).

Ισλαμισμός http://minares.blogspot.gr/2009/05/blog-post_20.html (ανακτήθηκε στις 22/12/2015).

Αξιολόγηση της Έκθεσης Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ- Βρετανικό Μουσείο https://www.britishmuseum.org/PDF/British_Museum_Hajj-exhibition_evaluation.pdf (ανακτήθηκε 9/1/2016).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Φωτογραφίες του Βρετανικού Μουσείου



Εικόνα 6 Montagu House. Το σχέδιο ανήκει στον Nichols Sutton (1754) και την πήραμε από τη Wikipedia.org



Εικόνα 7 Η πρόσψη του Μουσείου σήμερα (η εικόνα προέρχεται από την ιστοσελίδα του Βρετανικού Μουσείου)



Εικόνα 8 Η κατασκευή του Αναγνωστηρίου (1854-1857). Η φωτογραφία προέρχεται από την ιστοσελίδα του Μουσείου



Εικόνα 9 Το εσωτερικό του Αναγνωστηρίου σήμερα. Η φωτογραφία προέρχεται από την ιστοσελίδα http://www.infobritain.co.uk/British_Museum.htm



Εικόνα 10 Είσοδος της αίθουσας του Εδουάρδου Ζ'. Η φωτογραφία είναι από την ιστοσελίδα <http://www.londonremembers.com/memorials/edward-vii-galleries-british-museum>



Εικόνα 11 Οι αίθουσες του Εδουάρδου Ζ' (1912). Η φωτογραφία είναι από την ιστοσελίδα <http://viewfinder.historicengland.org.uk/search/reference.aspx?uid=219571&index=156&mainQuery=King%20Edward&searchType=all&form=home>



Εικόνα 12 Ο Μεγάλος Περίβολος έξω από το Αναγνωστήριο. Η φωτογραφία προέρχεται από την ιστοσελίδα <http://www.changing-the-guard.com/things-to-do/british-museum.html>

Φωτογραφίες από την Έκθεση «Χατζ: Ταξίδι στην καρδιά του Ισλάμ»

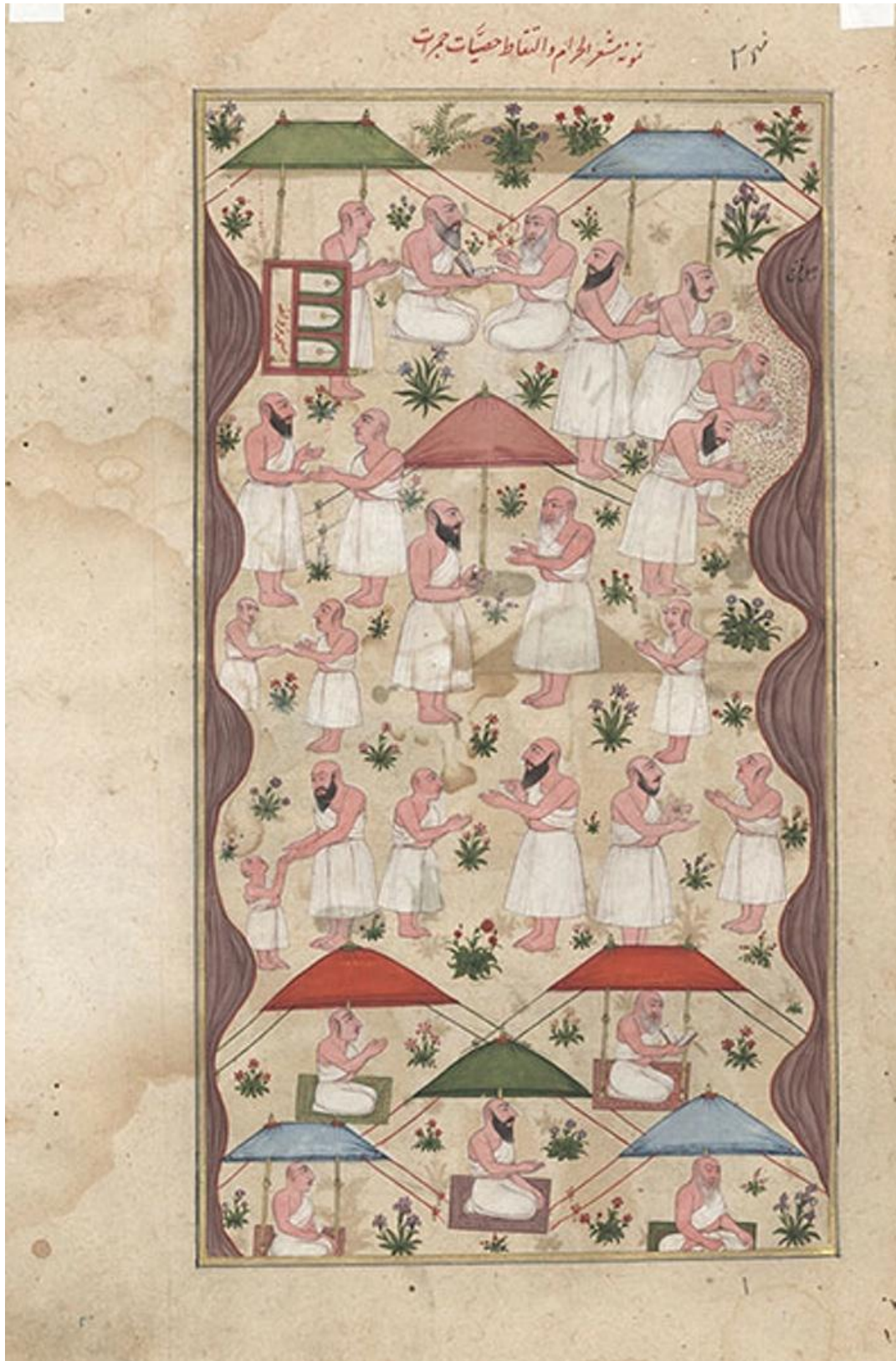


Εικόνα 13 Ενεπίγραφο σύνολο κεραμικών πλακιδίων Ιζνίκ του 17ου αιώνα. Στη φωτογραφία εικονίζεται το ιερό τέμενος της Μέκκας που στο κέντρο της βρίσκεται η Κάαβα, καλυμμένη με το χαρακτηριστικό μαύρο ύφασμα, και άλλα

σημαντικά σημεία όπως ο άμβωνας, η πηγή Ζάμζαμ και τα περίπτερα των τεσσάρων νομικών σχολών του Ισλάμ τα οποία και ονοματίζονται. Η φωτογραφία προέρχεται από την ιστοσελίδα <http://www.archaiologia.gr/blog/2012/03/29/%CF%80%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%87%CE%BF%CF%8D-%CF%80%CE%B1%CF%81%CF%8C%CE%BD/>



Εικόνα 14 Πρόκειται για ένα mahmal, ένα από τα πιο διάσημα αντικείμενα της έκθεσης. Παραδοσιακά το mahmal μεταφερόταν πάνω σε καμήλες καθόλη τη διάρκεια του ταξιδιού στη Μέκκα. Εσωτερικά ήταν άδειο, αλλά συμβόλιζε τη δύναμη του Σουλτάνου, ο οποίος είχε τον έλεγχο των Αγίων Τόπων (της Μέκκας και της Μεδίνας). http://www.britishmuseum.org/whats_on/past_exhibitions/2012/hajj/objects.aspx



Εικόνα 15 Πρόκειται για έναν οδηγό προσκυνήματος, αντίγραφο του Anis ul-Hujjaj, (Mughal India, c1677-80) <http://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2012/jan/25/haji-journey-islam-british-museum-in-pictures?intcmp=239>



Εικόνα 16 Σύγχρονο έργο του Idris Khan. Είχε τοποθετηθεί στον Μεγάλο Περίβολο.. Πρόκειται για σειρές από μαύρα κουτιά, στις 3 πλευρές των οποίων υπάρχουν ισλαμικές φράσεις. <http://limeroadjournal.blogspot.gr/2012/02/haji-exhibition-at-british-museum.html>



Εικόνα 17
<http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2012/mar/19/british-museum-haji-pilgrimage-propaganda>



Εικόνα 18 Λεπτομέρεια από το πιστοποιητικό προσκυνήματος το 1433.
http://www.britishmuseum.org/images/15_British_Library_304x400.jpg



Εικόνα 19 Κουρτίνα για την πόρτα του Κα'βα στο όνομα του σουλτάνου Abd al-Majid Khan. Cairo, 1846-47
http://www.britishmuseum.org/images/7_Khalili_Door_304x400.jpg



Εικόνα 20 Dha designs http://www.dhadesigns.com/dha_news/?tag=british-museum



Εικόνα 21 Ο δρόμος προς τη Μέκκα
<http://www.clayinteractive.co.uk/exhibit.php?e=58>



Εικόνα 22 <http://www.clayinteractive.co.uk/exhibit.php?e=58>



Εικόνα 23 <http://www.clayinteractive.co.uk/exhibit.php?e=58>



Εικόνα 24 Προβολή της ταινίας Journey to Mecca
<http://www.clayinteractive.co.uk/exhibit.php?e=60>

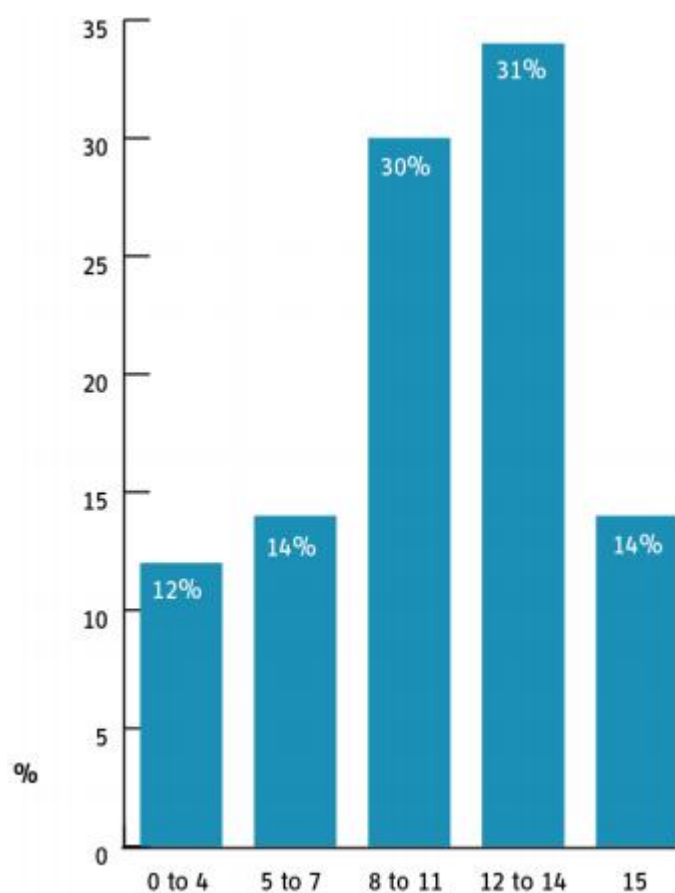


Εικόνα 25 Στιγμιότυπο από ένα βίντεο για την έκθεση στο YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=MIHI33SdaDw>

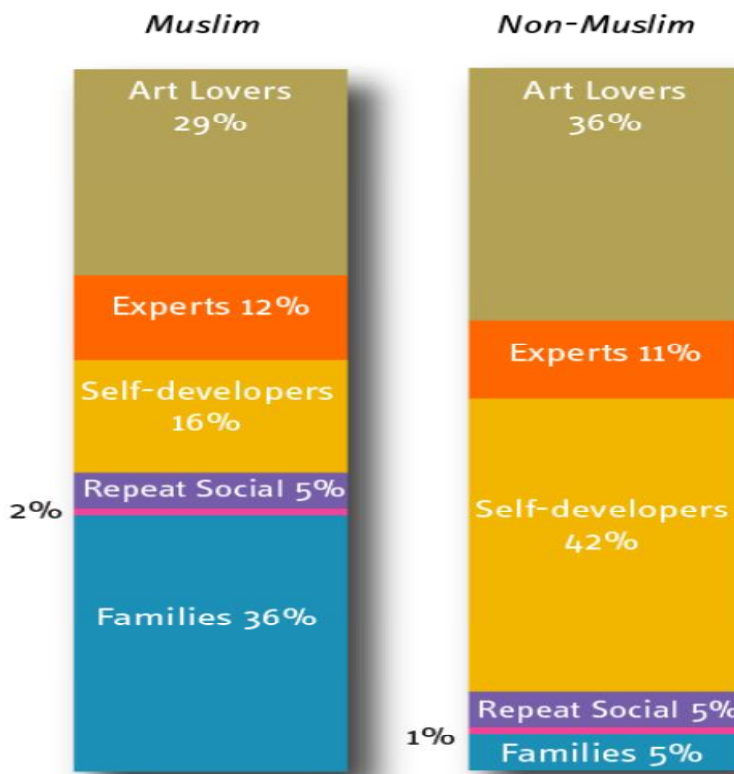
Πίνακες δεδομένων από την αξιολόγηση της έκθεσης

	Haji: Journey to the heart of Islam	Treasures of Heaven	Book of the Dead	Italian Renaissance Drawings	Mozesuma: Aztec Ruler	Shah Abbas	Muslims: Empire & Conflict	The First Emperor	DM Overall*
<i>Size</i>	221	119	299	171	166	135	148	215	224
<i>Knowledge of subject areas covered</i>									
Specialist	25%	27%	8%	8%	9%	8%	8%	5%	9%
General	65%	64%	65%	77%	69%	56%	76%	61%	76%
Little/none	10%	9%	27%	15%	22%	37%	16%	34%	14%
<i>Origin</i>									
London	54%	43%	37%	38%	27%	38%	29%	20%	23%
Elsewhere in UK	30%	40%	45%	31%	32%	23%	42%	42%	16%
Overseas	16%	17%	18%	31%	41%	40%	29%	38%	61%

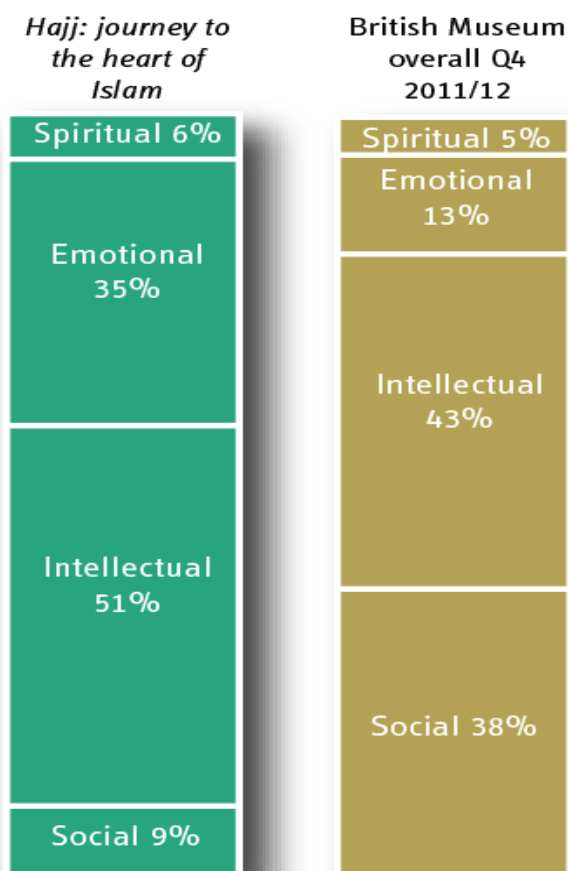
Εικόνα 26 Το προφίλ των επισκεπτών. Όλοι οι πίνακες που ακολουθούν προέρχονται από την αξιολόγηση της έκθεσης.



Εικόνα 27 Επισκέπτες κάτω των 16 ετών



Εικόνα 28 οι διαφορές στο προφίλ των επισκεπτών αναφορικά με τη θρησκεία τους



Εικόνα 29 Τα κίνητρα των επισκεπτών της έκθεσης και του Μουσείου

Motivation	Statement	Total	Muslim	Non-Muslim
Spiritual	To stimulate my own creativity	21%	16%	24%
	To reflect and contemplate	40%	41%	39%
	To escape or recharge my batteries	12%	12%	12%
Emotional	To gain a deeper insight into the subject	78%	71%	83%
	To experience awe-inspiring, fascinating or beautiful things or places	38%	39%	38%
	To be moved emotionally	26%	33%	20%
	To feel a strong sense of personal connection	27%	47%	11%
	To travel back in time	15%	16%	14%
Intellectual	To improve my own knowledge and understanding	72%	62%	80%
	I have a personal / academic / professional interest in the subject	44%	44%	43%
	To encourage children's interest in history	14%	24%	5%
Social	To visit one of the major attractions in the region	23%	24%	22%
	To spend time with other people in a nice place	16%	18%	13%
	To use facilities such as shop / café / toilet / restaurant	8%	3%	13%

Εικόνα 30 Ειδικά κίνητρα