



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

## **Μουσείο – Επικοινωνία - Εκπαίδευση**

Αναστασία Χουρμουζιάδη

Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας

## Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



## Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



## ΑΛΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΑΡΚΑ ΜΑΣ

Το μουσείο έχει ανάγκη τους επισκέπτες επειδή διαφορετικά δεν έχει λόγο ύπαρξης. Παρά την εκρηκτική αύξηση του αριθμού των μουσείων, και παρότι υπάρχουν μουσεία και εκθέσεις που προσελκύουν έναν μεγάλο αριθμό επισκεπτών, η συντριπτική πλειονότητα των μουσείων δέχεται πολύ μικρό αριθμό επισκεπτών, κυρίως σχολεία και ξένους τουρίστες.

- **ΘΕΜΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ 1.** Για ποιους λόγους ο κόσμος μας έχει γυρίσει την πλάτη;
- **ΘΕΜΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ 2.** Για ποιους λόγους η πόλη μας έχει γυρίσει την πλάτη;

Αφού κατανοήσουμε τα παραπάνω, μπορούμε να αρχίσουμε να συζητούμε για το τι θέλουμε από τον κόσμο:

- Να μονιμοποιήσουμε τη σχέση μας με όσους μας επισκέπτονται
- Να βαθύνουμε τη σχέση μας μαζί τους
- Να προσελκύσουμε και άλλους

Αν και η μεθοδολογία έχει κατ' αρχήν αναπτυχθεί στο χώρο του marketing, επειδή ορισμένες από τις αρχές και στοιχεία της μεθοδολογίας σχετίζονται με την εμπορευματοποίηση, χρησιμοποιούμε τον όρο «ανάπτυξη κοινού» και θέτουμε ένα άλλο πλαίσιο αρχών.

Κατ' αρχήν πρέπει να σκεφτούμε και να προσδιορίσουμε το ποια είναι η **αποστολή** του μουσείου μας:

- Ποιος είναι ο σκοπός
- Γιατί κάνουμε αυτό που κάνουμε
- Τι μας διαφοροποιεί από τους άλλους
- Σε ποιους απευθυνόμαστε
- Τι θα κερδίσουν αυτοί που θα μας επισκεφθούν

Σε αυτή τη συζήτηση πρέπει να ληφθούν υπόψη η ιστορία του μουσείου, το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί, οι πόροι που μπορεί να διαθέσει, οι δυνατότητες που έχει.

Στη συνέχεια πρέπει να προσδιορίσουμε το **όραμα** του μουσείου, δηλαδή το πώς θα θέλαμε να γίνουμε στο μέλλον αν όλα πάνε καλά.

### **Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο;**

Αν και θέλουμε να προσελκύσουμε επισκέπτες ο αριθμός τους δεν αποτελεί το μοναδικό κριτήριο για την επιτυχία της έκθεσης. Για τον λόγο αυτό, λαμβάνουμε υπόψη τις επιθυμίες

και τις προτάσεις των ανθρώπων στους οποίους απευθυνόμαστε αλλά τις αποφάσεις μας τις παίρνουμε με βάση την αποστολή και το όραμά μας.

Γνωριμία με το κοινό

- **Ποιοι είναι:** Τρόπος ζωής, Ιδιοσυγκρασία, Γούστο - προτιμήσεις
- **Πώς μας βλέπουν:** μας αντιπαθούν, μας περιφρονούν, τους είμαστε αδιάφοροι, μας συμπαθούν, μας εκτιμούν ιδιαίτερα
- **Πώς συμπεριφέρονται:** Προτιμούν να κάνουν κάτι άλλο, Μας επισκέπτονται συγκυριακά, Μας επισκέπτονται περιστασιακά, Μας επισκέπτονται τακτικά

Με βάση αυτές τις παρατηρήσεις θα μπορούσαμε να χωρίσουμε το κοινό στο οποίο

απευθυνόμαστε στις ακόλουθες κατηγορίες: στους τακτικούς επισκέπτες, στους περιστασιακούς επισκέπτες, σε αυτούς που δεν έρχονται σε μας αλλά πηγαίνουν γενικά σε μουσεία, σε αυτούς που δεν επισκέπτονται τα μουσεία επειδή πιστεύουν ότι δεν είναι κατάλληλα γι' αυτούς και σε αυτούς που τους αποκλείει το ίδιο το μουσείο.'

Τους επισκέπτες μπορούμε να τους χωρίσουμε στις ακόλουθες κατηγορίες: στους άμεσα συνδεδεμένους με το μουσείο, στους ενθουσιώδεις επισκέπτες, σε αυτούς που έχουν γενικά ενδιαφέρον για το μουσείο και τις δραστηριότητές του, και σε αυτούς που περιστασιακά το επισκέπτονται είτε επειδή συνοδεύουν κάποιον άλλο, είτε επειδή αναγκάζονται να το επισκεφθούν (πχ μαθητές), είτε επειδή τους είναι

αδιάφορο και μπορεί συγκυριακά να βρεθούν εκεί.

Με βάση όλα τα παραπάνω μπορούμε να χωρίσουμε το κοινό σε κατηγορίες με την προϋπόθεση ότι

- Η κάθε κατηγορία να είναι μετρήσιμη
- Η κάθε κατηγορία να είναι άξια λόγου και προσοχής
- Η κάθε κατηγορία να είναι ξεχωριστή από την άλλη
- Να μην υπάρχει ομάδα κοινού που να μην ανήκει σε κάποια κατηγορία
- Να μην υπάρχει κατηγορία που να μη μπορούμε να την προσεγγίσουμε