



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



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

## Ο ΜΕΣΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ

Για να χαράξουμε την επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου θα πρέπει πρώτα από όλα να γνωρίσουμε το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε.

Αυτό, όμως αποτελεί μια γενικότερη ανάγκη που σχετίζεται με τον προγραμματισμό των εκθέσεων, τη θεματολογία τους, τον τρόπο ανάπτυξής τους, τον προγραμματισμό παράλληλων δράσεων κτλ.

Οι έρευνες κοινού στα μουσεία στις ΗΠΑ έχουν ξεκινήσει από τις πρώτες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα (π.χ. Edward Robinson, 1928). Οι πρώτες αυτές έρευνες κατέγραφαν κυρίως τη συμπεριφορά των επισκεπτών μέσα στην έκθεση, και διατύπωσαν ενδιαφέροντα συμπεράσματα για τον τρόπο με τον οποίο συγκεκριμένοι χειρισμοί του εκθεσιακού χώρου και των εκθεμάτων είναι δυνατόν να λάβουν υπόψη γενικές ψυχολογικές, πνευματικές και βιολογικές τάσεις των επισκεπτών. Τότε, διατυπώθηκε για πρώτη φορά ο όρος «μουσειακή κόπωση» που παρέπεμπε στη αδυναμία του επισκέπτη να παρακολουθήσει με αμείωτο ενδιαφέρον μια μακρά περιήγηση. Στις έρευνες αυτές το κοινό αντιμετωπίζεται ως μία ενιαία μάζα.

Στα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα, όπως είναι φυσικό, παρατηρείται ένα κενό γενικότερα στις έρευνες για τον ελεύθερο χρόνο. Από το 1960 οι έρευνες αναπτύσσονται και στη Αγγλία, και πολύ αργότερα στις υπόλοιπες χώρες και στην Ελλάδα.

Μετά από εκατό χρόνια ερευνών μπορούμε να πούμε ότι γενικά:

- Δε γίνονται συστηματικά
- Δε δημοσιεύονται οι περισσότερες
- Δεν κοινοποιούνται τα αρνητικά
- Δεν αξιοποιούνται

Αξίζει να σταθούμε σε μια συστηματική και ολοκληρωμένη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία από τους Pierre Bourdieu & Alain Darbel "L'amour de l'art : Les musées européens et leur public", το 1968. Με βάση τα συμπεράσματα αυτά και γενικότερες διαπιστώσεις του μεγάλου Γάλλου κοινωνιολόγου, μπορούμε να πούμε ότι η διάθεση των ανθρώπων απέναντι στο μουσείο και η εμπειρία τους μέσα σε αυτό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό, όχι μόνο από τους χειρισμούς του μουσείου, αλλά και από το «**πολιτιστικό κεφάλαιο**» (αποκτημένες γνώσεις, δεξιότητες, «παιδεία», κτλ) που διαθέτουν.

Η κατοχή πολιτισμικού κεφαλαίου δεν ανάγεται σύμφωνα με τον Bourdieu στην ατομικότητα και τις ιδιαιτερότητές της, αλλά απορρέει αποκλειστικά από την κοινωνική θέση του καθενός, όπως αυτή του παραχωρείται από τις κοινωνικές δομές, από την ειδική του, δηλαδή, κοινωνική καταγωγή. Σε κάθε δεδομένη, βάσει της κοινωνικής χωροταξίας του Bourdieu, κοινωνική θέση αντιστοιχεί ένα **habitus**, μια έξη, που αντανακλά τη σχέση κάθε τάξης, άρα και κάθε ατόμου που ανήκει στη συγκεκριμένη τάξη, με την κουλτούρα, αλλά και με τον κόσμο. Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στο γεγονός ότι η έξη συναρθρώνεται βάσει δύο επάλληλων χαρακτηριστικών: νοείται ταυτόχρονα ως προϊόν/αποτέλεσμα της ενσωμάτωσης των ατόμων σε διαφορετικές κοινωνικές τάξεις, που αντιστοιχούν σε διαφορετικές συνθήκες ύπαρξης, αλλά και ως βάση αναπαραγωγής της κοινωνικής διαίρεσης αυτής, καθώς με τη σειρά της διαμορφώνει την αντίληψη του κοινωνικού κόσμου, ως χώρου διαφοροποιημένων κοινωνικών τάξεων, που ως τέτοιος συγκροτεί την κάθε κοινωνική ταυτότητα. Η έξη δομείται από την κοινωνική ταξινόμηση, αλλά και τη δομεί: παράγει διάκριση.

Πέρα από τις γενικές διαπιστώσεις κάθε έρευνα θέτει συγκεκριμένα ερωτήματα και αναδεικνύει συγκεκριμένες πτυχές του κοινού.

Μια έρευνα βασίζεται σε

- **Πρωτογενή στοιχεία.** Αυτά που θα συλλεχθούν από την ειδική έρευνα που προγραμματίζεται
- **Δευτερογενή στοιχεία.** Αυτά που υπάρχουν ήδη, έχουν συλλεγεί από τον ίδιο τον φορέα ή άλλη πηγή

Μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερα βασικά είδη:

- **Έρευνα «αγοράς»:** στοχεύει στο να μας δώσει πληροφορίες για το πώς αντιδρά «ο κόσμος» απέναντι σε προϊόντα και υπηρεσίες.
- **Έρευνα «κοινού»:** Στοχεύει στην ανίχνευση των χαρακτηριστικών, απόψεων, προθέσεων κτλ του κοινού που ήδη συμμετέχει
- **Αξιολόγηση:** όταν θέλουμε να προσδιορίσουμε σε ποιο βαθμό μια έκθεση ή μια δράση γενικότερα έχει επιτυχία με βάση ένα πλαίσιο κριτηρίων. Υποθήκη για τις επόμενες δράσεις
- **Μετα-Αξιολόγηση:** Αξιολόγηση της αξιολόγησης

Μια έρευνα κοινού, ανάλογα με τους στόχους της, μπορεί να είναι:

**Ποιοτική:** Σκοπός είναι η περιγραφή και κατανόηση φαινομένων, Έμφαση στη ανάπτυξη νέων θεωριών, Πιο ευέλικτη και κυκλική μορφή της ερευνητικής διαδικασίας· ερωτήματα

μπορεί να προκύψουν στη διαδικασία, Μικρό δείγμα, Τα αποτελέσματα αφορούν μόνο το υπό μελέτη δείγμα, Ο ερευνητής έρχεται σε άμεση επαφή με τα υποκείμενα της έρευνας, Ανάλυση λόγου/κειμένων, Προσωπικό ύφος, χρήση πρώτου προσώπου, αφηγηματική μορφή

**Ποσοτική:** Σκοπός είναι η εύρεση σχέσεων μεταξύ μεταβλητών, Έμφαση στην διατύπωση και τον έλεγχο υποθέσεων-θεωριών, Πιο δομημένη και γραμμική μορφή της ερευνητικής διαδικασίας, Μεγάλο δείγμα, Προσπάθεια γενίκευσης σε μεγαλύτερους πληθυσμούς, Μεταξύ του ερευνητή και των υποκειμένων παρεμβάλλεται το όργανο συλλογής δεδομένων, Στατιστική ανάλυση, Ουδέτερο ύφος, χρήση τρίτου προσώπου.

Βασική αρχή είναι ότι ΔΕΝ υπάρχει αυτό που λέγεται «μέσος» επισκέπτης. Η λογική του «μέσου όρου» θα μας οδηγούσε στο να σκεφτόμαστε ότι έχουμε να κάνουμε με ένα τέρας που είναι 50% άνδρας και 50% γυναίκα, λίγο φασίστας, λίγο κομμουνιστής και λίγο κεντρώος, λίγο σπουδαγμένος και λίγο αναλφάβητος κοκ.

