

# Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Πολιτιστική Πολιτική  
και Ανάπτυξη*

## Μεταπτυχιακή Διατριβή



Τα Ευρωπαϊκά Μουσεία τον Καιρό της Πανδημίας Covid-19:  
Προβλήματα, Συνέπειες, Προοπτικές

ΕΥΘΥΜΙΑ ΟΞΙΝΑ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Στυλιανή Συλαίου

Νοέμβριος 2022

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική  
και Ανάπτυξη**

## **Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Τα Ευρωπαϊκά Μουσεία τον Καιρό της Πανδημίας Covid-19:  
Προβλήματα, Συνέπειες, Προοπτικές**

**ΕΥΘΥΜΙΑ ΟΞΙΝΑ**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια  
Στυλιανή Συλαίου**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση πτυχιακού τίτλου σπουδών στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Νοέμβριος 2022**



## Περίληψη

Στόχος: Η εμφάνιση της πανδημίας COVID-19 επέφερε μεγάλες αλλαγές σε όλους τους τομείς παγκοσμίως. Τα προβλήματα που δημιούργησε η πανδημία στους πολιτιστικούς οργανισμούς καθώς και οι τρόποι διαχείρισης τους αποτελούν το βασικό σκοπό της πτυχιακής διατριβής. Στόχος είναι η καταγραφή των συνεπειών και των προοπτικών που δημιουργήθηκαν στα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19.

Μέθοδος: Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε αρχικά ήταν η βιβλιογραφική ανασκόπηση στοχεύοντας στην προσέγγιση του θεωρητικού πλαισίου του θέματος. Με χρήση παραγωγικού τρόπου προσέγγισης από το πώς ξεκίνησε η πανδημία, τι επέφερε στην ανθρωπότητα και καταλήγοντας πιο συγκεκριμένα στις επιπτώσεις που είχε στους πολιτιστικούς οργανισμούς. Μελετήθηκαν τα προβλήματα που επέφερε η πανδημία στον πολιτισμό, καθώς και η προσπάθεια διατήρησης του κοινού τόσο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού όσο και μετά το άνοιγμα των μουσείων. Με τον τρόπο αυτό εξετάστηκαν οι οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες που δημιουργήθηκαν από το αναπάντεχο κλείσιμο των μουσείων. Σημαντικό ρόλο στο θέμα διαδραματίζουν οι τρόποι που επέλεξαν τα ευρωπαϊκά μουσεία να διατηρήσουν επαφή με το κοινό τους κατά την διάρκεια του εγκλεισμού καθώς και ο ρόλος των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας. Για την καλύτερη κατανόηση του θέματος στο δεύτερο μέρος της διατριβής σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο σε online μορφή βασιζόμενο στα ερευνητικά ερωτήματα, το οποίο συμπληρώθηκε από 104 άτομα.

Αποτελέσματα: Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με την επίδραση της πανδημίας στη σχέση μουσείου-κοινού αν και ποικίλουν ανά ερώτηση παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά. Το μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού με 82% δεν επισκέπτονταν μουσειακούς χώρους ούτε πριν την εμφάνιση της πανδημίας ούτε κατά την διάρκεια αυτής. Επιπλέον, μικρή αύξηση παρατηρείται στην αλληλεπίδραση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των πολιτιστικών οργανισμών κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Αξίζει να σημειωθεί ότι αν και βάση της έρευνας προκύπτουν χαμηλά ποσοστά συμμετοχής του κοινού στις επισκέψεις και δράσεις των μουσείων η πλειοψηφία με 46,2% θεωρεί ότι η πανδημία επέδρασε θετικά στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας με το κοινό του.

Λέξεις κλειδιά: Ευρωπαϊκά μουσεία, πανδημία COVID- 19, τεχνολογία, μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

## **Summary**

**Aim:** The outbreak of the COVID-19 pandemic has brought major changes in all sectors of the world. The problems created by the pandemic in cultural organizations as well as the ways of managing them are the main purpose of the aspect of the thesis. The aim is to document the consequences and perspectives created in European museums during the COVID-19 pandemic.

**Method:** The method of research used initially, was the literature review, aiming to approach the theoretical framework of the subject. Using a productive way of approach from how the pandemic began, what changes brought to humanity and ending more specifically with the effects it had on cultural organizations.

In particular, the problems caused by the pandemic in the field of culture were investigated, as well as the effort to maintain the public both during the lockdown and after the regular opening of the museums. In this way, the economic and social consequences created by the unexpected closing of museums were examined. An important role in the matter was played by the ways chosen by the European museums to maintain contact with their public during the confinement as well as the role of Information and Communication Technologies. For a better understanding of the subject in the second part of the thesis, an online questionnaire was designed based on the research questions, which was completed by 104 people.

**Results:** The results of the research on the impact of the pandemic on the museum-public relationship, although they vary by question, show common characteristics. The largest percentage of the public with 82% did not visit museum spaces either before the onset of the pandemic or during it. In addition, there is a slight increase in social media engagement of cultural organizations during confinement. It is worth mentioning, that although based on the survey low rates of public participation in museum visits and activities were obtained, the majority with 46.2% believes that the pandemic has had a positive effect on the search for new ways of communicating with the public.

**Keywords:** European museums, COVID-19 pandemic, Technology, social media.

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ/ΑΚΡΩΝΥΜΩΝ**

T.Π.Ε	Τεχνολογία της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας
AAM	American Alliance of Museums
GAMEC	Πινακοθήκη Μοντέρνας και Σύγχρονης Τέχνης
ICOM	The International Council of Museums
MOMUS	Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης
MUDA	Μουσείο Ψηφιακής Τέχνης
NEMO	Network of European Museum Organizations
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development
UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization

# Περιεχόμενα

<b>1</b>	<b>Εισαγωγή</b> .....	1
1.1	Αιτιολογία έρευνας.....	1
1.2	Σκοπός-Στόχοι έρευνας- προσδοκώμενα αποτελέσματα.....	1
1.3	Δομή διατριβής.....	2
<b>2</b>	<b>Πανδημίες και Συνέπειες</b> .....	5
2.1	Ιστορική αναδρομή .....	5
2.2	Συνέπειες πανδημίας .....	6
<b>3</b>	<b>Μουσεία</b> .....	10
3.1	Ορισμός Μουσείου.....	10
3.1.1	Ορισμός Σύγχρονου Μουσείου.....	10
3.2	Επιδράσεις πανδημίας στα ευρωπαϊκά μουσεία.....	11
3.2.1	Οικονομικός και κοινωνικός αντίκτυπος .....	13
<b>4</b>	<b>Ο ρόλος των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας</b> .....	18
4.1	Η χρήση της Τεχνολογίας στα Μουσεία.....	18
4.2	Τρόποι διατήρησης της επαφής των ευρωπαϊκών μουσείων με το κοινό.....	20
4.2.1	Ψηφιακά αποθετήρια.....	23
4.2.2	Εικονική πραγματικότητα .....	25
4.2.3	Επαυξημένη πραγματικότητα.....	29
4.2.4	Μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	30
4.2.5	Δημιουργία άλλων δραστηριοτήτων.....	36
4.3	Αρνητικές επιπτώσεις τεχνολογικής ανάπτυξης.....	38
4.4	Το μέλλον των μουσείων.....	40
<b>5</b>	<b>Μεθοδολογία έρευνας</b> .....	42
5.1	Μεθοδολογικό πλαίσιο.....	42
5.1.1	Αιτιολόγηση μεθοδολογίας.....	42
5.2	Ερωτηματολόγιο.....	43
5.3	Δείγμα έρευνας.....	44
5.4	Περιορισμοί παρούσας έρευνας.....	46
5.5.	Προστασία προσωπικών δεδομένων.....	47
<b>6</b>	<b>Αποτελέσματα έρευνας</b> .....	48
6.1	Στοιχεία έρευνας σε σχέση με το διαδίκτυο.....	48
6.2	Επιδράσεις πανδημίας στη σχέση μουσείου-κοινού.....	52
6.3	Συζήτηση αποτελεσμάτων.....	67
<b>7</b>	<b>Επίλογος</b> .....	71
7.1	Σκοπός έρευνας.....	71
7.2	Στόχοι έρευνας.....	71
7.3	Συμπεράσματα.....	71
7.4	Ερωτήματα για περαιτέρω έρευνα.....	73

# Παραρτήματα

Βιβλιογραφία .....	74
A Ερωτηματολόγιο έρευνας .....	82



# Κεφάλαιο 1

## Εισαγωγή

### 1.1 Αιτιολογία έρευνας

Ο ερχομός της πανδημίας COVID-19 επέφερε αλλαγές σε όλους τους τομείς σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο αντίκτυπος στον πολιτισμό είναι μεγάλος και οι αποφάσεις που λαμβάνονται επηρεάζουν άμεσα την οικονομία και την κοινωνία. Η αναγκαιότητα της παρούσας πτυχιακής διατριβής προκύπτει από το γεγονός ότι βρισκόμαστε εν εξελίξει μιας υγειονομικής κρίσης, η οποία δεν γνωρίζουμε πότε θα τελειώσει αλλά οι συνέπειες της επιδρούν άμεσα την καθημερινότητα μας.

Ο τομέας του πολιτισμού με τον οποίο θα ασχοληθούμε στην παρούσα διατριβή έχει επηρεαστεί σε σημαντικό βαθμό από την πανδημία του COVID-19. Τα μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού κλείνουν και καλούνται να ανακαλύψουν νέους τρόπους επικοινωνίας με το κοινό.

### 1.2 Σκοπός- στόχοι έρευνας -προσδοκώμενα αποτελέσματα

Σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής διατριβής είναι η εξέταση των προβλημάτων που δημιούργησε η πανδημία στους πολιτιστικούς οργανισμούς και των τρόπων διαχείρισής τους. Ως προς τους στόχους επιδιώκεται η καταγραφή των συνεπειών και των προοπτικών που δημιουργήθηκαν στα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19. Επιδιώκεται, επίσης, η αναφορά και η αξιολόγηση των μέσων και μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν από τους πολιτιστικούς φορείς και η διεξαγωγή συμπερασμάτων.

### **Ακολουθούν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της διατριβής:**

- 1) Να διαπιστωθεί ο οικονομικός και κοινωνικός αντίκτυπος λόγω πανδημίας στον πολιτισμό και ευρύτερα.
- 2) Η καταγραφή συνεπειών και προοπτικών που δημιουργήθηκαν στα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19.
- 3) Η αναφορά και σχολιασμός των μέσων και μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν από τους πολιτιστικούς οργανισμούς την περίοδο αυτή.
- 4) Να αναφερθεί ο ρόλος της τεχνολογίας στον πολιτισμό και να προσδιοριστούν οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που προέκυψαν από την χρήση της τεχνολογίας στους πολιτιστικούς οργανισμούς.
- 5) Να εξεταστεί η σχέση του κοινού με το μουσείο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού και η άποψη του κοινού για την γενικότερη αντιμετώπιση των πολιτιστικών οργανισμών την συγκεκριμένη περίοδο .
- 6) Να διατυπωθούν προβλέψεις για το μέλλον των μουσείων μετά την COVID-19 εποχή.

## **1.3 Δομή διατριβής**

Το πρώτο κεφάλαιο της διατριβής εμπεριέχει την εισαγωγή με αναφορά στην αιτιολογία της έρευνας, τους σκοπούς-στόχους της έρευνας , τα προσδοκώμενα αποτελέσματα και την δομή της εργασίας.

Το δεύτερο κεφάλαιο της διατριβής ξεκινά με τον ορισμό της πανδημίας και μια σύντομη ιστορική αναδρομή των πιο μολυσματικών ασθενειών ανά τους αιώνες. Ξεκινώντας από τον Λοιμό της Αθήνας το 430 π.Χ. και φτάνοντας στην πανδημία του COVID-19 καταγράφεται ο οικονομικός και κοινωνικός αντίκτυπος τόσο στον πολιτισμό όσο και ευρύτερα. Στο πλαίσιο αυτό αναφέρονται οι συνέπειες που επιφέρει μια πανδημία και πιο συγκεκριμένα αυτή του COVID-19 σε τομείς της υγείας, της εκπαίδευσης, της εργασίας και της ίδιας της ψυχολογίας του ατόμου. Στην προσπάθεια να γίνουν πιο ορατές οι συνέπειες αναφέρονται μέτρα που χρησιμοποιήθηκαν από διάφορα ευρωπαϊκά κράτη για την αντιμετώπιση της

πανδημίας του COVID-19 καθώς και οι επιπτώσεις των μέτρων αυτών στην κοινωνία και την οικονομία.

Στο τρίτο κεφάλαιο συμπεριλαμβάνεται ο ορισμός του Μουσείου καθώς και ο ορισμός του Σύγχρονου Μουσείου. Καταγράφονται οι επιδράσεις της πανδημίας στα ευρωπαϊκά μουσεία καθώς και τα μέτρα που λήφθηκαν για τους πολιτιστικούς οργανισμούς κατά την εμφάνιση της πανδημίας αλλά και τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν από το κλείσιμο αυτών. Βασική προϋπόθεση των αποτελεσμάτων διαδραματίζουν οι τρεις μεγάλες μελέτες που έχουν διεξάγει διεθνείς φορείς. Πιο συγκεκριμένα οι βασικές μελέτες που χρησιμοποιούνται είναι αυτή του ICOM, της UNESCO και του NEMO. Οι επιδράσεις της πανδημίας από το κλείσιμο των μουσείων αφορούν τις συνέπειες στο κοινό, στο προσωπικό, τον πολιτιστικό τουρισμό, στην οικονομία και την κοινωνία.

Το τέταρτο κεφάλαιο σχετίζεται με τον ρόλο των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας, ξεκινώντας με μια εισαγωγή της χρήσης των νέων τεχνολογιών στα μουσεία. Στην πορεία αναφέρονται οι τρόποι που επέλεξαν τα ευρωπαϊκά μουσεία να διατηρήσουν επαφή με το κοινό τους καθώς και οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που δημιουργήθηκαν από τους τρόπους που επέλεξαν. Σε πέντε υποκεφάλαια γίνεται αναφορά στο ψηφιακό αποθετήριο, στην εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε άλλες δραστηριότητες που αποτελούν μερικούς από τους πολλούς τρόπους που τα μουσεία επέλεξαν να ασχοληθούν περαιτέρω το διάστημα της πανδημίας. Επιπλέον, αναφέρονται παραδείγματα δράσεων των πολιτιστικών οργανισμών που έλαβαν χώρα κατά την διάρκεια του εγκλεισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό καθώς και η ανταπόκριση του κοινού στις δράσεις αυτές. Κλείνοντας το κεφάλαιο 4 γίνεται μια σύντομη αναφορά στο μέλλον των μουσείων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογία της εργασίας, συμπεριλαμβάνοντας τα ερευνητικά ερωτήματα. Ακολουθεί το κεφάλαιο έξι με τα αποτελέσματα της έρευνας, ενώ στο κεφάλαιο επτά βρίσκεται ο επίλογος.

# **Κεφάλαιο 2**

## **Πανδημίες και Συνέπειες**

## 2.1 Ιστορική αναδρομή

Μία σύντομη ιστορική αναδρομή φέρνει στην επιφάνεια δεκάδες περιπτώσεις μολυσματικών ασθενειών. Η πανδημία όπως ονομάζεται πρόκειται για το ταχύ ξέσπασμα μιας ασθένειας που εμφανίζεται σε μια ευρεία γεωγραφική περιοχή και συνήθως επηρεάζει ένα σημαντικό ποσοστό του πληθυσμού. Οι πρώτες πανδημίες εμφανίζονται αιώνες πριν διαδραματίζοντας καθοριστικό ρόλο στην οικονομία και την κοινωνία. Οι επιπτώσεις διαρκούν τις περισσότερες φορές για χρόνια και καθορίζουν σημαντικές πτυχές της ανθρωπότητας (Huremonić, 2019: 7). Μερικές από τις σημαντικότερες πανδημίες ανά τους αιώνες αναφέρονται παρακάτω:

- Ο Λοιμός στην Αθήνα (430π.Χ.): τυφοειδής πυρετός κατά την διάρκεια του Πελοποννησιακού πολέμου όπου οδήγησε σε θάνατο περισσότερο από το 25% του πληθυσμού.
- Ο Μαύρος θάνατος (1348-1400 μ.Χ.): η βουβωνική πανώλη ξεκίνησε από την Ασία και έφτασε στην Ευρώπη. Ορισμένες εκτιμήσεις υποστηρίζουν ότι ο Μαύρος θάνατος στοίχισε έως και το 60% των ζώων στην Ευρώπη εκείνη την εποχή.
- Η πανδημία «Ισπανικής» γρίπης (1918-1920): παγκόσμια πανδημία με καταστροφικές συνέπειες στην κοινωνία. Υπολογίζεται ότι σκότωσε περισσότερα άτομα σε ένα χρόνο από όσα είχε σκοτώσει ο Μαύρος θάνατος σε έναν αιώνα (Huremonić, 2019: 20).
- Η πανδημία HIV / AIDS: εξελισσόμενη παγκόσμια πανδημία η οποία ξεκίνησε το 1980. Προκαλεί περίπου παγκοσμίως ένα εκατομμύριο θανάτους ετησίως.
- SARS (21<sup>ο</sup> αιώνα): ξεκίνησε στην Κίνα και επηρέασε λιγότερα από 10.000 άτομα, κυρίως στην Κίνα και το Χονγκ Κονγκ.

- «Γρίπη των χοίρων» ή πανδημία H1N1/09 (2009): μια επανάληψη της πανδημίας της «ισπανικής γρίπης» του 1918, αλλά με μικρότερες συνέπειες. Ξεκίνησε στο Μεξικό και έληξε το 2010.
- Επιδημία έμπολα (2014-2016): το μεγαλύτερο ξέσπασμα μόλυνσης από τον έμπολα μέχρι σήμερα.
- COVID-19 (2019-έως σήμερα).

Τον Νοέμβριο του 2019 στην πόλη Wuhan, επαρχία Hubei, στην Κίνα, εμφανίζεται μεγάλος αριθμός κρουσμάτων πνευμονίας. Στις 9 Ιανουαρίου 2020 οι υγειονομικές αρχές της Κίνας ανακοινώνουν ότι πρόκειται για νέο στέλεχος Κορωναϊού (2019-nCoV). Ενώ, τον Μάρτιο του 2020 ο παγκόσμιος οργανισμός υγείας εξαιτίας της γρήγορης μετάδοσης της νόσου και την συνεχή αύξηση στον αριθμό των θανάτων κήρυξε τον COVID-19 ως πανδημία. Οι κορωναϊοί ορίζονται ως μία ομάδα ιών που συνήθως προκαλούν αναπνευστικές λοιμώξεις με ποικίλη σοβαρότητα στον άνθρωπο και στα ζώα. Η νόσος του κορωναϊού (COVID-19) συγκεκριμένα χαρακτηρίζεται ως μια μολυσματική ασθένεια που προκαλείται από τον ιό SARS-CoV-2.

## 2.2 Συνέπειες πανδημίας

Καθ όλη την διάρκεια της ιστορίας οι πανδημίες εμφανίζονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα επηρεάζοντας πέρα από την υγεία, την κοινωνία και την οικονομία. Οι συνέπειες που δημιουργούνται τις περισσότερες φορές διαρκούν για χρόνια, αναδιαμορφώνοντας τα κοινωνικά, πολιτικά και οικονομικά πλαίσια της ανθρωπότητας. Ο τομέας που φαίνεται να πλήττεται πρώτα από όλους είναι αυτός της υγείας. Η επίδραση στα παγκόσμια συστήματα υγειονομικής περίθαλψης είναι άμεση με τις επιπτώσεις να είναι φανερές στην φροντίδα των ασθενών και στην έλλειψη υγειονομικού υλικού. Τόσο η οικονομική κατάσταση των ήδη επιβαρυσμένων κοινωνιών από τα μέτρα λιτότητας όσο και η κοινωνική κατάσταση με τα περιοριστικά μέτρα κατά του COVID-19 καταγράφουν μερικές από τις σημαντικότερες συνέπειες της πανδημίας (Zissi & Chtouris, 2020: 66).

Η πανδημία έχει εντείνει την αύξηση της κοινωνικής ανισότητας (Nolan, 2020). Παρατηρείται ότι οι επιπτώσεις από μια μολυσματική ασθένεια επηρεάζουν σε

μεγαλύτερο βαθμό τις χαμηλότερες κοινωνικοοικονομικές ομάδες εξαιτίας των μειωμένων παροχών σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και των συνθηκών διαβίωσης. Τα στοιχεία που δημοσιεύθηκαν τον Απρίλιο του 2020 για τους θανάτους από COVID-19 έδειξαν στο Ηνωμένο Βασίλειο (Barr et al., 2020, Parveen, 2020, Nolan, 2020) και στις ΗΠΑ (U.S. Department of Health & Human Services, 2020, Nolan, 2020) ότι οι χαμηλές κοινωνικοοικονομικές κοινότητες καταλαμβάνουν υψηλά ποσοστά θανάτων. Ενώ, σύμφωνα με το Ινστιτούτο Δημοσιονομικών Μελετών στο Ηνωμένο Βασίλειο το ποσοστό θνησιμότητας είναι 2,5 φορές υψηλότερο μεταξύ των Βρετανών Μαύρων Αφρικανών και των Βρετανών Πακιστανών σε σχέση με τον λευκό πληθυσμό (Siddique, 2020, Nolan, 2020). Η εξήγηση προέρχεται από το γεγονός ότι οι μειονότητες αποτελούν φτηνό αλλά απαραίτητο εργατικό δυναμικό το οποίο κατά την διάρκεια της πανδημίας εργαζόταν χωρίς ιδιαίτερα μέτρα προστασίας για την εξυπηρέτηση των βασικών αναγκών (Zissi & Chtouris, 2020: 69). Ο συνδυασμός της χαμηλής ποιότητας στην περίθαλψη και στην ασφαλιστική κάλυψη κατατάσσει τις μειονότητες στις ευάλωτες ομάδες αυξάνοντας τον κίνδυνο μετάδοσης του ιού. Επιπλέον, με τα μέτρα κοινωνικής απομόνωσης που εφαρμόστηκαν παγκοσμίως κατά την διάρκεια της πανδημίας COVID-19 και την εργασία από το σπίτι δημιουργείται διαχωρισμός μεταξύ των επαγγελματιών και κατ' επέκταση των ανθρώπων. Η απομακρυσμένη εργασία μπορεί να εφαρμοστεί σε συγκεκριμένα επαγγέλματα που σχετίζονται με εργασίες γραφείου και απασχολούν κυρίως την μεσαία τάξη. Αντίθετα, οι χειρονακτικές εργασίες και το λιαν εμπόριο αποτελούν ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα που καλύπτει μεγάλο μέρος του πληθυσμού των χαμηλότερων κοινωνικοοικονομικών τάξεων και η εργασία από το σπίτι είναι ανέφικτη (Nolan, 2020). Αν και η εμφάνιση της πανδημίας επηρεάζει τις ζωές όλων και η απαγόρευση κυκλοφορίας ίσχυε για όλο τον πληθυσμό τα μέτρα που λαμβάνονται από τις κυβερνήσεις τείνουν να διαχωρίζουν τους πολίτες και να ενισχύουν τις ανισότητες.

Σημαντικό παράδειγμα αποτελεί και το κλείσιμο των σχολείων παγκοσμίως. Ο COVID-19 έχει επηρεάσει όλα τα επίπεδα του εκπαιδευτικού συστήματος, από την προσχολική έως την τριτοβάθμια εκπαίδευση (Nicola et al., 2020: 186). Τα μαθήματα διεξάγονται ψηφιακά για μεγάλο χρονικό διάστημα δημιουργώντας

σοβαρά προβλήματα στις οικογένειες που δεν διαθέτουν πρόσβαση στην τεχνολογία ή η πρόσβαση αυτή δεν καλύπτει τις απαιτούμενες ανάγκες. Η κοινωνική απομόνωση και τα ποσοστά εγκατάλειψης του σχολείου αυξάνονται ενώ σημαντικό πρόβλημα αποτελεί και το γεγονός ότι πολλοί γονείς αναγκάζονται να απουσιάζουν ή και να εγκαταλείπουν την εργασία τους εξαιτίας της παραμονής των παιδιών στο σπίτι.

Ο φόβος για μετάδοση του ιού οδηγεί στην κοινωνική απομόνωση και αποστασιοποίηση δημιουργώντας αρνητικές ψυχολογικές επιπτώσεις στο άτομο. Ο COVID-19 επέφερε σημαντικά προβλήματα στην ευημερία του πληθυσμού. Η κοινωνική απομόνωση έχει αυξήσει το επίπεδο μοναξιάς σε πολλούς ανθρώπους. Σύμφωνα με τον δείκτη Google Trends, κατά την περίοδο του εγκλεισμού, από το Μάρτιο του 2020 έως το Μάιο του 2020, έχουν καταγραφεί πολλές αναζητήσεις με λέξεις όπως «μοναξιά» και «πλήξη» (Markopoulos et al, 2021: 226). Οι συνέπειες της κοινωνικής απομόνωσης σε κάποιες περιπτώσεις έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση ενδοοικογενειακής βίας, η οποία περιλαμβάνει σωματική, συναισθηματική και σεξουαλική κακοποίηση. Το Refuge, ένα από τα φιλανθρωπικά ιδρύματα ενδοοικογενειακής κακοποίησης του Ηνωμένου Βασιλείου, έχει αναφέρει αύξηση 25% στις κλήσεις που έγιναν στη γραμμή βοήθειας μετά την ανακοίνωση των πρώτων μέτρων κοινωνικής απομόνωσης (Nicola et al., 2020: 190).

Ο COVID-19 έχει επηρεάσει κοινότητες, επιχειρήσεις και οργανισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό αλλαγές και στην παγκόσμια οικονομία (Nicola et al., 2020: 187). Οι περιορισμοί που προέρχονται από τα μέτρα κοινωνικής απομόνωσης αλλάζουν τις ανάγκες της ζήτησης και της κατανάλωσης προϊόντων οδηγώντας σε μια σειρά προβλημάτων στην εφοδιαστική αλυσίδα. Επιπλέον, ένας τομέας που έχει πληγεί σε σημαντικό βαθμό είναι αυτός του τουρισμού. Οι επιπτώσεις είναι έντονες τόσο στην ταξιδιωτική προσφορά όσο και στην ζήτηση (Nicola et al., 2020: 188) με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις τουριστικού χαρακτήρα να αναγκάζονται να κλείσουν ή να μειώσουν το προσωπικό τους.



Πέραν όμως των προβλημάτων που δημιουργούν οι πανδημίες μπορούν να αποτελέσουν ευκαιρίες για καινοτομία και σημαντική πρόοδο στις επιστήμες, την οικονομία και τα πολιτικά συστήματα (Huremonić, 2019: 7). Προκειμένου να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι θα πρέπει πρώτα από όλα να υπάρχει μέριμνα για υγειονομική περίθαλψη που να καλύπτει όλους τους πολίτες, μέτρα ανάκαμψης για επιχειρήσεις που πλήττονται και γενικότερη φροντίδα για προβλήματα που δημιουργούνται στην κοινωνία. Ο σωστός σχεδιασμός για μέτρα έκτακτης ανάγκης και η συνεχής ενημέρωση τους αποτελεί βασικό κριτήριο αντιμετώπισης δύσκολων καταστάσεων.

## **Κεφάλαιο 3**

### **Μουσεία**

## 3.1 Ορισμός Μουσείου

Η ανάγκη του ανθρώπου για συλλογή αντικειμένων υπάρχει από τα βάθη των αιώνων (Οικονόμου, 2003: 30) με την ανάγκη αυτή να δημιουργεί τα πρώτα μουσεία. Κατά την διάρκεια των χρόνων τόσο το ίδιο το μουσείο όσο και οι ορισμοί που το ακολουθούν αλλάζουν. Ο ρόλος και το περιεχόμενο του μουσείου συνεχώς μεταβάλλεται (Νούσια, 2003: 18) προκειμένου να συμβαδίζει με τις εξελίξεις της κάθε εποχής.

Ο ευρύτερα αναγνωρισμένος επαγγελματικός ορισμός του μουσείου παραμένει αυτός που δόθηκε το 2007 στον Κανονισμό του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (ICOM)<sup>1</sup>: «Το Μουσείο είναι ένας μη κερδοσκοπικός μόνιμος θεσμός/οργανισμός (institution) στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοιχτός στο κοινό, ο οποίος αποκτά, συντηρεί, ερευνά, προβάλλει και εκθέτει την υλική και άυλη κληρονομιά της ανθρωπότητας και του περιβάλλοντός της, με στόχο την εκπαίδευση, μελέτη και ψυχαγωγία» (Desvallées & Mairesse, 2014: 89).

### 3.1.1 Ορισμός Σύγχρονου Μουσείου

Από τον 20<sup>ο</sup> αιώνα και έπειτα τα μουσεία καλούνται να αναδιαμορφώσουν το χαρακτήρα τους και να ξανασυστηθούν στο κοινό μέσα από μια πιο σύγχρονη ματιά.

---

<sup>1</sup> Το ICOM δημιουργήθηκε το 1946 από την UNESCO και έχει εθνικές επιτροπές σε περισσότερα από εκατό κράτη. Ασχολείται με την μελέτη και οποιαδήποτε λεπτομέρεια σχετίζεται με τα μουσεία παγκοσμίως καθώς και με την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς ( Οικονόμου, 2003: 15).

Στόχος των σημερινών μουσείων δεν είναι μόνο η διαφύλαξη των συλλογών τους (Οικονόμου, 2002, Μπούνια, 2009: 16) αλλά και η έκθεση των αντικείμενων με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στο κοινό του (Μπούνια, 2009: 16). Τα σύγχρονα μουσεία αποσκοπούν στην μάθηση σε συνδυασμό με την ψυχαγωγία μέσα από νέους δημιουργικούς τρόπους παρουσίασης της πολιτιστικής κληρονομιάς και καλούν το κοινό να συμμετέχει ενεργά σε δράσεις και εκπαιδευτικά

προγράμματα. Τα μουσεία έχουν πάψει να υφίστανται ως απλοί χώροι αποθήκευσης πολιτιστικών αντικειμένων εδώ και καιρό παρέχοντας τη θέση τους στα μουσεία ως ενεργά ιδρύματα (Filippourpoliti & Sylaiou, 2015: 119). Στόχος τους είναι να μειώσουν την παθητική στάση των επισκεπτών στο μουσειακό χώρο και να δημιουργήσουν ένα πιο ελκυστικό περιβάλλον για απόκτηση νέων εμπειριών. Τα σύγχρονα μουσεία επιδιώκουν να προσαρμοστούν στις νέες κοινωνικές συνθήκες και να αναπτύξουν ουσιαστική επικοινωνία με το κοινό τους (Νάκου, 2001: 125), δίνοντας πρωταρχική έμφαση στον κεντρικό ρόλο του επισκέπτη και στον τρόπο προσέγγισης του με την μουσειακή συλλογή. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους όπως παιχνίδια, δραματοποίηση, συζήτηση ώστε να διευκολύνουν την κατανόηση της μουσειακής επίσκεψης και να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Το μεγαλύτερο μέρος των σύγχρονων μουσείων αποσκοπούν να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες ώστε ο επισκέπτης της μιας φοράς να ξανά επιστέψει στο μουσειακό χώρο. Επιδιώκουν πιο πολύ από ποτέ να διατηρήσουν επαφή με το κοινό τόσο στο φυσικό όσο και στο ψηφιακό περιβάλλον μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου αλλά και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Με τον τρόπο αυτό ενημερώνουν το κοινό και να αλληλεπιδρούν μαζί του μένοντας επίκαιρα και προσιτά.

## **3.2 Επιδράσεις πανδημίας στα Ευρωπαϊκά μουσεία**

Η εμφάνιση της πανδημίας και τα περιοριστικά μέτρα που λήφθηκαν παγκοσμίως κατά την εξάπλωση του COVID-19 έχουν επίδραση σε όλους τους τομείς της κοινωνίας. Ο αντίκτυπος στα μουσεία και στη πολιτιστική κληρονομία είναι μεγάλος με τις δραστηριότητες των μουσείων σε όλο τον κόσμο να αναβάλλονται ή να αλλάζουν χαρακτήρα. Οι συνέπειες από το κλείσιμο των πολιτιστικών οργανισμών είναι κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές επηρεάζοντας το θεμελιώδες δικαίωμα πρόσβασης στον πολιτισμό (Bieczyski, 2021: 23). Ο OECD στην έκθεση που δημοσιεύτηκε στις 7 Σεπτεμβρίου 2020 περιέγραψε την κατάσταση στην οποία προέβη ο πολιτιστικός τομέας μετά την παγκόσμια

επιδημία ως «Πολιτιστικό σοκ», λόγω του ότι κανείς δεν είχε προβλέψει μια τέτοια κρίση και δεν είχε λάβει μέτρα για αυτήν (Bieczynski, 2021: 23). Προκειμένου να εντοπίσουμε τις συνέπειες αλλά και τις προοπτικές που δημιουργήθηκαν στα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19 θα βασιστούμε στις μελέτες που διενεργήθηκαν από διεθνείς φορείς. Λαμβάνοντας υπόψη ότι πρόκειται για μια πανδημία που βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη οι μελέτες θα χρησιμοποιηθούν ως πρώτη αξιολόγηση της επίδρασης της πανδημίας στα μουσεία.

#### **Οι Μελέτες που θα συμπεριληφθούν:**

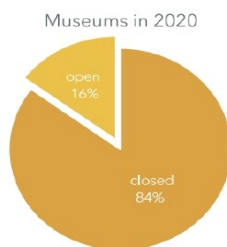
- **Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων (The International Council of Museums-ICOM).** Το ICOM ξεκίνησε μια παγκόσμια έρευνα για να αναλύσει τον αντίκτυπο της απαγόρευσης εισόδου στους μουσειακούς χώρους. Πραγματοποιήθηκε μεταξύ 7 Απριλίου και 7 Μαΐου 2020 και συμπεριλαμβάνει απαντήσεις από μουσεία και επαγγελματίες μουσείων σε 107 χώρες. Η έρευνα αναλύει σχεδόν 1.600 απαντήσεις για θέματα όπως: η τρέχουσα κατάσταση στα μουσεία και το προσωπικό, ο αναμενόμενος οικονομικός αντίκτυπος, οι ψηφιακοί πόροι και η επικοινωνία, ασφάλεια και διατήρηση συλλογών και ελεύθεροι επαγγελματίες μουσείων (ICOM, 2020).
- **Εκπαιδευτικός Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization -UNESCO).** Η UNESCO ξεκίνησε μια μελέτη το 2021 για να επανεκτιμήσει τον αντίκτυπο της πανδημίας COVID-19 στα μουσεία, στους προϋπολογισμούς και στις δραστηριότητες με σκοπό να αναλύσει τις απειλές για τον τομέα και την εξέλιξη του τα επόμενα χρόνια. Οι ερωτήσεις επικεντρώθηκαν κυρίως στα εθνικά μουσεία σύμφωνα με τις απαντήσεις 87 κρατών μελών της UNESCO, με παρόμοια όμως μέτρα να λαμβάνονται από όλα τα μουσεία του κόσμου.
- **Δίκτυο Ευρωπαϊκών Οργανισμών Μουσείων (Network of European Museum Organizations-NEMO).** Το NEMO πραγματοποίησε μια έρευνα για να τεκμηριώσει τον οικονομικό αντίκτυπο στα μουσεία και να

καταγράφει τα ψηφιακά μέσα που αξιοποίησαν τον καιρό της πανδημίας και συνεχίζουν να αξιοποιούν. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ 24 Μαρτίου και 30 Απριλίου 2020 από μουσεία σε 48 χώρες, κατά κύριο λόγο από την Ευρώπη και αναλύει σχεδόν 1.000 απαντήσεις.

- Στοιχεία θα συμπεριληφθούν και από την Αμερικανική Συμμαχία Μουσείων (American Alliance of Museums (AAM)).

### 3.2.1 Οικονομικός και κοινωνικός αντίκτυπος

Καθώς η πανδημία εξαπλώνεται από χώρα σε χώρα και οι επιστήμονες της υγείας προτρέπουν σε κοινωνική απόσταση για να σταματήσει η εξάπλωση του ιού, το 84% των μουσείων έκλεισε τις πόρτες του για το κοινό με το 10% να είναι πιθανό να κλείσουν οριστικά (ICOM,2020) (Marty, & Buchanan, 2021). Ο αριθμός των μουσείων στον κόσμο εκτιμάται ότι είναι κοντά στα 104.000: το 61% των ιδρυμάτων βρίσκονται στη Δυτική Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική, 18% στην Ασία-Ειρηνικό, 11% στην Ανατολική Ευρώπη, 8% στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική, μόνο το 0,8% στην Αφρική και το 0,7% στα Αραβικά κράτη (UNESCO, 2021).



Εικόνα 1: Μουσεία το 2020. Πηγή: Unesco Report, 2021. UNESCO Museums around the world in the face of COVID-19.

Για τους περισσότερους πολιτιστικούς οργανισμούς το κοινό αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της μουσειακής και καλλιτεχνικής εμπειρίας. Μέσω της έκθεσης ή ενός έργου δίνεται η δυνατότητα επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης μεταξύ του μουσείου με το κοινό καθιστώντας με τον τρόπο αυτό σημαντική την παρουσία τους. Πέραν όμως αυτού το κοινό είναι απαραίτητο και για πρακτικούς λόγους, καθώς αποφέρει έσοδα στον οργανισμό (Hill & O'Sullivan, 2003: 36). Με

το κλείσιμο των μουσείων το πρώτο ουσιαστικό πρόβλημα που δημιουργήθηκε ήταν η έλλειψη κοινού και οι συνέπειες αυτής της πρακτικής (Górajec, Pasternak-Zabielska, 2021: 268). Ο συνολικός προϋπολογισμός των μουσείων έχει μειωθεί λόγω του ότι δεν υπάρχουν έσοδα που συνήθως πρόεκυπταν από τους επισκέπτες (Antara & Sen, 2020: 57). Κατά την διάρκεια της πανδημίας τα μουσεία προσαρμόζουν τις δράσεις και τις συλλογές τους ψηφιακά προκειμένου να παραμένουν ενεργά όμως η έλλειψη εσόδων παραμένει. Τα περισσότερα μουσεία αντέδρασαν άμεσα και παρά τα προβλήματα βρήκαν εναλλακτικούς τρόπους να διατηρήσουν επικοινωνία με το κοινό τους.

Με την ανακοίνωση του κλεισίματος των μουσείων μεγάλη ήταν η αναστάτωση στο προσωπικό των πολιτιστικών οργανισμών, έχοντας να αντιμετωπίσουν οικονομικές, κοινωνικές και ψυχολογικές δυσκολίες. Παρόλα αυτά, η πλειοψηφία των μουσείων στην Ευρώπη δεν χρειάστηκε να απολύσει προσωπικό (NEMO, 2020). Περίπου το 70% του προσωπικού κατάφερε να απασχοληθεί σε άλλους τομείς που στην παρούσα φάση είχαν προτεραιότητα και να εργαστούν από το σπίτι. Σύμφωνα με την έρευνα του NEMO όσα μουσεία μπόρεσαν να αλλάξουν καθήκοντα στο προσωπικό μπόρεσαν να βελτιώσουν τις ψηφιακές υπηρεσίες και να αυξήσουν τις διαδικτυακές επισκέψεις. Από τα 930 μουσεία που απάντησαν στην ερώτηση πάνω από το 80% του προσωπικού τους εργάζεται από το σπίτι. Από την άλλη πλευρά σημαντικός ήταν και ο αριθμός των υπαλλήλων που οι συμβάσεις εργασίας τους μπήκαν σε αναστολή με τον φόβο του προσωπικού αν τελικά θα ξανά ανανεωθούν. Επιπλέον, η μείωση του προσωπικού φαίνεται να επηρεάζει περισσότερο τα μικρά και μεσαίου μεγέθους αγροτικά μουσεία. Πέρα όμως από το προσωπικό του μουσείου σε καθοριστικό βαθμό επηρεάστηκαν οι καλλιτέχνες και άλλες επαγγελματικές ομάδες που συνδέονται με τον τομέα του πολιτισμού (Górajec, Pasternak-Zabielska, 2021: 268). Οι οικονομικές συνέπειες στην συγκεκριμένη μερίδα κοινού ήταν σημαντικές καθώς λόγω της φύσης του αντικειμένου ήταν δύσκολο να προσαρμόσουν την εργασία τους με νέους τρόπους.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% του συνόλου του ευρωπαϊκού τουρισμού και τέσσερις στους δέκα τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό τους βάση των πολιτιστικών επιλογών, η διακοπή των

ταξιδιών και η μείωση του τουρισμού έχουν επηρεάσει σε καθοριστικό βαθμό τα μουσεία. Τα μουσεία στις πρωτεύουσες πλήττονται σε μεγαλύτερο ποσοστό εξαιτίας της σημαντικής προσέλευσης τουριστών που λόγω της πανδημίας σταμάτησαν (NEMO, 2020). Τρία στα πέντε μουσεία ανέφεραν ότι έχασαν κατά μέσο όρο 20.300€ την εβδομάδα εξαιτίας της παύσης του τουρισμού, με τα μεγαλύτερα μουσεία και τα μουσεία σε τουριστικές περιοχές να αναφέρουν απώλεια εισοδήματος 75-80%. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα μουσεία: Rijksmuseum, το Kunsthistorisches Museum της Βιέννης και το Μουσείο Stedelijk που παρουσιάζουν χρηματική απώλεια μεταξύ 100.000- 60.000 ευρώ την εβδομάδα (NEMO, 2020). Ο COVID-19 άλλαξε την ροή των ταξιδιών σε τουριστικούς προορισμούς δημιουργώντας κατά συνέπεια αμφιβολίες για το μέλλον ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού.

Οι οικονομικές επιπτώσεις από το κλείσιμο των μουσείων θα είναι σημαντικές τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα, ανεξάρτητα από τις κύριες πηγές χρηματοδότησης τους (ICOM, 2020). Όλα τα μουσεία παγκοσμίως χρειάστηκε να μειώσουν τις δραστηριότητες τους, να ακυρώσουν ή να αναβάλουν προγράμματα και να προσαρμόσουν τις ανάγκες τους. Πάνω από το 80% των προγραμμάτων μειώθηκαν, περίπου 4 από τις 5 δραστηριότητες έχουν συρρικνωθεί και κάθε επένδυση σε υποδομές και εκθέσεις αναβλήθηκε.

Ο οικονομικός αντίκτυπος από την πανδημία στα μουσεία θα είναι μεγάλος και ιδιαίτερα των ιδιωτικών μουσείων εξαιτίας του γεγονός ότι τα έσοδα τους προέρχονται κατά κύριο λόγο από τους επισκέπτες (NEMO, 2020). Σημαντική είναι η απώλεια εσόδων που προκύπτει τόσο από εισιτήρια όσο και από τα πωλητήρια, τα καφέ των μουσείων αλλά και λοιπών υπηρεσιών που παρέχουν πολλοί πολιτιστικοί οργανισμοί. Σύμφωνα με τις εκθέσεις της UNESCO και του ICOM προβλέπεται ότι 1 στα 8 μουσεία μπορεί να κλείσουν οριστικά λόγω του COVID-19 στο κοντινό μέλλον. Ενώ σύμφωνα με την έρευνα του NEMO (2020) μόνο μικρό μέρος των μουσείων (15%) σκέφτονται να αναζητήσουν εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης για να καλύψουν το χαμένο εισόδημα τους.

Τα μουσεία πέραν της διατήρησης και προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην πρόοδο της μάθησης, του διαλόγου και

την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής (Zanazzia & Corrolab, 2021, UNESCO, 2020). Τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι δράσεις και οι εκθέσεις των πολιτιστικών οργανισμών συμβάλουν στην ανάπτυξη της επικοινωνίας, της δημιουργικότητας και της ψυχαγωγίας. Με το ξέσπασμα της πανδημίας και το κλείσιμο των μουσείων δημιουργήθηκαν συναισθήματα φόβου, αμφιβολίας και έλλειψης άμεσης επαφής με την πολιτιστική κληρονομία. Σύμφωνα με το NEMO, τα μουσεία σε περιόδους εγκλεισμού συνέβαλαν στη μείωση της απομόνωσης και στην ενίσχυση του συναισθήματος της κοινότητας δημιουργώντας νέα κανάλια επικοινωνίας με το κοινό. Παρόλα αυτά, η πανδημία έφερε στο προσκήνιο μεγάλες ελλείψεις στην πρόσβαση της ψηφιακής τεχνολογίας σε μεγάλη μερίδα ανθρώπων. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στις μέρες μας, περίπου ο μισός πληθυσμός της γης δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο (Zanazzia & Corrolab, 2021, IUT, 2020). Η αναγκαστική μεταφορά των μουσείων σε ψηφιακά περιβάλλοντα δεν κατάφερε να συμπεριλάβει μεγάλη μερίδα των ανθρώπων λόγω έλλειψης πρόσβασης στην τεχνολογία, με αντίστοιχο παράδειγμα να αποτελεί και ο τομέας της εκπαίδευσης.

Ακόμα και όταν η πανδημία τελειώσει τα μουσεία θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τις απώλειες εισοδήματος και την αλλαγή συμπεριφοράς επισκεπτών που προέρχεται από τις επιπτώσεις της πανδημίας. Το μεγάλο χρονικό διάστημα απομόνωσης σε συνδυασμό με τα πρόσθετα μέτρα και την συναισθηματική αστάθεια οδηγούν σε καθοριστικές αλλαγές στην κοινωνία. Η πανδημία έχει επιφέρει μια παγκόσμια κρίσιμη κατάσταση με σοβαρές οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις οι οποίες γίνονται αντιληπτές με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με την περιοχή του κόσμου. Οι συνέπειες επηρεάζουν κάθε πτυχή των δραστηριοτήτων των πολιτιστικών οργανισμών δημιουργώντας μια νέα πραγματικότητα στην οποία τα μουσεία καλούνται να προσαρμοστούν.

Κατά την διάρκεια του εγκλεισμού η ανάγκη για βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών και η επικοινωνία με το κοινό έγινε πιο έντονη από ποτέ καλώντας τους οργανισμούς να δείξουν τις δυνατότητες τους σε μια δύσκολη χρονική περίοδο. Η ψηφιακή τεχνολογία παρέχοντας την ευκαιρία για μια πιο εξατομικευμένη και διαδραστική μορφή επικοινωνίας (Fletcher et al, 2012: 507) παρακινεί τους πολιτιστικούς οργανισμούς να αποκτήσουν ενεργό ρόλο στο



διαδίκτυο. Η πανδημία δημιούργησε την ανάγκη ως άτομα, ως συλλογικότητες και ως πολιτιστικούς θεσμούς να προκαλέσουμε αλλαγές, λόγω του ότι πρόκειται για μια εποχή που οι άνθρωποι είναι σωματικά απομονωμένοι αλλά ολοένα και περισσότερο συνδέονται μέσω των κοινωνικών και ψηφιακών μέσων (Kist, 2020: 347). Ο τρόπος με τον οποίο προσπάθησε να βασιστεί κατά κύριο λόγο η επικοινωνία μεταξύ του μουσείου με το κοινό είναι οι νέες τεχνολογίες, οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν με ποικίλους τρόπους το διάστημα αυτό.

## **Κεφάλαιο 4**

### **Ο ρόλος των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας**

## 4.1 Η Χρήση της Τεχνολογίας στα Μουσεία

Η χρήση των νέων τεχνολογιών στο μουσειακό χώρο έχει διαμορφώσει μια νέα πραγματικότητα (Οικονόμου, 2008: 7). Τα σύγχρονα μουσεία εντάσσουν τις Τ.Π.Ε στις βασικές τους λειτουργίες ορίζοντας εκ νέου την ταυτότητα τους και δημιουργώντας νέους τρόπους επανατοποθέτησης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα νέα μέσα επιτρέπουν την αποτελεσματική διαχείριση των συλλογών, την προσέγγιση νέου κοινού και την επικοινωνία με περισσότερους τρόπους (Οικονόμου, 2008: 8). Οι σύγχρονοι πολιτιστικοί οργανισμοί προσπαθούν να είναι ευέλικτοι και προσιτοί στο κοινό ανακαλύπτοντας τρόπους συνύπαρξης της μάθησης με την ψυχαγωγία.

Οι πρώτοι χώροι όπου ξεκίνησαν να εφαρμόζονται οι νέες τεχνολογίες στο μουσείο ήταν στη διαχείριση των συλλογών και την τεκμηρίωση (Οικονόμου, 2004: 2). Τα ενημερωμένα πληροφοριακά συστήματα διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην σωστή καταγραφή και αναζήτηση μουσειακών αντικειμένων, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην καλή λειτουργία του οργανισμού. Εξίσου σημαντικός είναι ο ρόλος των τεχνολογιών στην συντήρηση και προστασία των συλλογών καθώς καταγράφονται ηλεκτρονικά οι συνθήκες υγρασίας, θερμοκρασίας, φωτισμού και μπορούν εύκολα να προβλεφθούν πιθανοί κίνδυνοι (Οικονόμου, 2004: 2). Οι Τ.Π.Ε συμβάλουν στην βελτίωση των παροχών των μουσείων, βοηθούν στην επίλυση θεμάτων περιορισμού του χώρου, εξασφαλίζουν την ασφάλεια των μουσειακών αντικειμένων και προσφέρουν σύγχρονους τρόπους στη λειτουργία των μουσείων.

Η χρήση των νέων τεχνολογιών και η δημιουργία των ψηφιακών μουσείων έχει θεωρηθεί ότι μπορεί να δημιουργήσει διαφορετικές σχέσεις μεταξύ μουσείου και επισκεπτών (Δασκαλοπούλου & Μπούνια, 2008: 41). Η ψηφιοποίηση<sup>3</sup> του μουσειακού προϊόντος και η τοποθέτηση του σε εικονικά περιβάλλοντα συμβάλει στην διευρυμένη πρόσβαση του κοινού δημιουργώντας νέα κανάλια

επικοινωνίας. Οι δυνατότητες των Τ.Π.Ε προωθούν την αλληλεπίδραση μεταξύ μουσείου-κοινού και την συμμετοχή των επισκεπτών στην ερμηνεία της γνώσης. Μέσω του διαδικτύου και της ψηφιοποίησης των συλλογών δίνεται η δυνατότητα σε μια μεγάλη μερίδα ατόμων να επισκεφτεί απομακρυσμένα τον εκάστοτε πολιτιστικό οργανισμό. Σε αρκετές περιπτώσεις η γεωγραφική απόσταση, οι σωματικές αναπηρίες και η κοινωνική περιθωριοποίηση αποτελούν μερικούς από τους λόγους που μια ομάδα ατόμων δεν επισκέπτεται ένα μουσείο (Οικονόμου, 2004:3). Οι νέες τεχνολογίες παρέχουν μεγαλύτερες ευκαιρίες επιλογής και συμμετοχής στο κοινό καθώς ένα εικονικό περιβάλλον μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερες δυνατότητες εκπαίδευσης, ψυχαγωγίας και αλληλεπίδρασης. Πολλές από αυτές τις τεχνολογίες υπήρχαν ήδη αλλά με περιορισμένη χρήση καθώς δόθηκε έμφαση στους φυσικούς επισκέπτες, ωστόσο η πανδημία COVID-19 ενίσχυσε την αποτελεσματικότητά τους και άνοιξε νέες ευκαιρίες (Markopoulos et al, 2021: 226). Ο χώρος του πολιτισμού γίνεται περισσότερο προσβάσιμος και ξανά συστήνεται στο κοινό μέσα από το ψηφιακό περιβάλλον. Οι νέες τεχνολογίες συμβάλουν στην αναβάθμιση της μουσειακής εμπειρίας και στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσα από ένα νέο πρίσμα. Τα εικονικά μουσεία δεν μπορούν και δεν σκοπεύουν να αντικαταστήσουν τα φυσικά μουσεία (Sylaiou et al, 2009).

---

<sup>3</sup> Ψηφιοποίηση: η διαδικασία κατά την οποία υλικό σε αναλογική μορφή μετατρέπεται σε ψηφιακή με τον κατάλληλο εξοπλισμό (Δεληγιάννης & Παπαϊωάννου, 2014: 118).

Στόχος τους είναι να παρέχουν στο ευρύ κοινό ενημερωμένο πληροφοριακό υλικό με ελκυστικό τρόπο και να λειτουργήσουν συμπληρωματικά με τα φυσικά μουσεία.

## **4.2 Τρόποι διατήρησης της επαφής των ευρωπαϊκών μουσείων με το κοινό**

Με την ανακοίνωση του αναγκαστικού κλεισίματος των μουσείων οι περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί αντέδρασαν άμεσα. Ένα σημαντικό ποσοστό των πολιτιστικών οργανισμών μετέφερε τις προγραμματισμένες

δράσεις του διαδικτυακά ή σχεδίασε εκ νέου προγράμματα ειδικά διαμορφωμένα για εικονικά περιβάλλοντα. Μερικές από τις δράσεις που μεταφέρθηκαν διαδικτυακά με τη μορφή διαδραστικών ψηφιακών επισκέψεων είναι συναυλίες, ομιλίες και εκθέσεις (Tan et al., 2021: 199). Οι διαδικτυακές εκδηλώσεις είναι κυρίως ζωντανές ή προ-ηχογραφημένες και διατίθενται στο κοινό σε ψηφιακές πλατφόρμες όπως το YouTube και το SoundCloud ή δίνοντας την δυνατότητα λήψης (Tan et al., 2021: 199). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η μεταφορά της μεγάλης εκδήλωσης της Μπιενάλε του Σύνδνεϋ διαδικτυακά. Τα 700 έργα από περισσότερους από 100 μεμονωμένους καλλιτέχνες και συλλογικότητες παρουσιάστηκαν στην πλατφόρμα Google Arts & Culture<sup>4</sup> και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Bieczyski, 2021: 24). Η συγκεκριμένη άμεση αντίδραση αποτελεί την πρώτη μεταφορά προγραμματισμένης εκδήλωσης στον ψηφιακό κόσμο τον καιρό της πανδημίας. Ένα ακόμα παράδειγμα αποτελεί η μεταφορά της προγραμματισμένης νέας έκθεσης «Rembrandt and Amsterdam portraiture, 1590-1670» σε ψηφιακή μορφή. Το Μουσείο Nacional Thyssen-Bornemisza στην Μαδρίτη της Ισπανίας δημιουργεί εικονική περιήγηση για την εν λόγω έκθεση σε συνδυασμό με ηχητικό οδηγό που συνοδεύει την επίσκεψη.

---

<sup>4</sup>Google Arts and Culture: πρόκειται για μια διαδικτυακή πλατφόρμα εικόνων και βίντεο υψηλής ανάλυσης έργων τέχνης και πολιτιστικών αντικειμένων σε συνεργασία με πολιτιστικούς οργανισμούς σε όλο τον κόσμο.

Το αποτέλεσμα αυτής της πρωτοβουλίας είναι να παρουσιαστεί αύξηση 56% στις διαδικτυακές επισκέψεις μεταξύ 13 Μαρτίου – 13 Απριλίου 2020 σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2019 (NEMO, 2020). Κατά την διάρκεια της πανδημίας θα ακολουθήσουν την ίδια τακτική πολλά ακόμα μουσεία με τα αποτελέσματα να ποικίλουν ανά περίπτωση. Μετά από 3 εβδομάδες όπου τα μουσεία ήταν κλειστά λόγω των μέτρων κοινωνικής αποστασιοποίησης, ήδη το 80% των πολιτιστικών οργανισμών αύξησε την διαδικτυακή του παρουσία (NEMO, 2020) στην προσπάθεια να διατηρήσει επαφή με το κοινό του. Τα διαδικτυακά εικονικά μουσεία παρέχοντας την ευκαιρία στο κοινό να επισκεφτεί ένα ίδρυμα τέχνης απομακρυσμένα και χωρίς χρονικούς περιορισμούς (Markopoulos et al, 2021:

227) χρησιμοποίησαν αυτήν την ευκαιρία για να προσφέρουν μια διαφορετική εμπειρία μάθησης.

Ακόμη και πίσω από κλειστές πόρτες, τα μουσεία δεν ήταν ποτέ τόσο προσβάσιμα [...] «Πρόκειται σαν η επιδημία του COVID-19 να είχε πυροδοτήσει μια διαδικασία καινοτομίας που σχετίζεται με ψηφιακές λύσεις ικανές να υποστηρίξουν την ανθεκτικότητα της κοινότητας» (Zanazzi & Corrola, 2021: 119, Aksoy, 2020). Σε μια κατάσταση έκτακτης ανάγκης όπως αυτή της πανδημίας τα μουσεία συνέβαλαν στην μείωση της απομόνωσης και μέσω της ψηφιακής τους παρουσίας κράτησαν συντροφιά σε ανθρώπους που ήταν αναγκασμένοι να βρίσκονται όλη την ημέρα στο σπίτι. Ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους ψηφιακής μετάβασης που επέλεξαν τα μουσεία να χρησιμοποιήσουν την περίοδο της καραντίνας είναι η εικονική περιήγηση. Σε σημαντικό βαθμό σε αυτό το εγχείρημα βοήθησαν οι διαδικτυακές πλατφόρμες όπως αυτή της Google Arts and Culture, η οποία προσφέρει περισσότερες από 2.500 δωρεάν εικονικές περιηγήσεις σε πολιτιστικούς οργανισμούς σε όλο τον κόσμο (Cuseum, 2022). Ο επισκέπτης μεταξύ άλλων μπορεί να περιηγηθεί στις αίθουσες του British Museum στο Λονδίνο, του Musée d'Orsay στο Παρίσι, του Pergamon Museum στο Βερολίνο και του Rijksmuseum στο Άμστερνταμ (Bieczyński, 2021: 24). Επιπλέον, υπάρχει διαθέσιμο πλούσιο φωτογραφικό υλικό από συλλογές μεγάλων μουσείων και αφιερώματα σε σημαντικούς καλλιτέχνες. Στην πλατφόρμα συμπεριλαμβάνονται εκπαιδευτικά και ψυχαγωγικά παιχνίδια όπως puzzles, χρωματισμός γνωστών έργων τέχνης και παιχνίδια ερωτήσεων για κάθε ηλικία. Ειδικά σχεδιασμένη εφαρμογή έχει δημιουργηθεί από την Google Art and Culture για κινητά, συμβαδίζοντας με τις ανάγκες της εποχής και προσφέροντας στο κοινό περισσότερες επιλογές αλληλεπίδρασης με την τέχνη.

Πριν το ξέσπασμα της πανδημίας COVID-19 τα περισσότερα μουσεία διέθεταν ήδη ιστοσελίδες και προσωπικές σελίδες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κατά την διάρκεια της πανδημίας προσάρμοσαν την στρατηγική των διαδικτυακών μουσείων, δίνοντας έμφαση στην ηλεκτρονική μάθηση και τις διαδικτυακές συλλογές (Antara & Sen, 2020: 56). Οι πολιτιστικοί οργανισμοί που άργησαν να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες της εποχής ήταν αυτοί που δεν διέθεταν διαδικτυακούς τόπους και έπρεπε να τους δημιουργήσουν από την αρχή.

Έπειτα από έρευνα σε ηλεκτρονικές σελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων συγκεντρώθηκαν μερικοί από τους συχνότερους τρόπους που επέλεξαν διεθνή πολιτιστικοί οργανισμοί να διατηρήσουν επαφή με το κοινό τους :

- Διαδικτυακές ξεναγήσεις
- Περιηγήσεις 360°
- Ψηφιακές εκθέσεις
- Διαδικτυακές εκδόσεις
- Ψηφιοποίηση συλλογών
- Προβολή ταινιών/συναυλιών
- Διοργάνωση σεμιναρίων και επιστημονικών διαλέξεων
- Εκπαιδευτικά προγράμματα για κάθε ηλικία
- Ψηφιακά παιχνίδια και κουίζ
- Κύκλοι συνεδρίων με ποικίλα θέματα
- Ανοιχτές συζητήσεις με επίκαιρα θέματα
- Αφήγηση ιστοριών

Η κρίση του COVID-19 έδωσε στα ιδρύματα την αφορμή να ασχοληθούν πιο άμεσα με την ψηφιακή τεχνολογία, να διευρύνουν τα υπάρχοντα μέσα και να δημιουργήσουν νέους τρόπους προσέγγισης του διαδικτυακού κοινού (Galani & Kidd, 2020: 300). Η μεταφορά των δραστηριοτήτων στον ψηφιακό κόσμο λόγω της έκτακτης αυτής ανάγκης επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον μουσειακό χώρο. Το διάστημα της απομόνωσης ωθεί τους πολιτιστικούς οργανισμούς να δημιουργήσουν ένα νέο περιβάλλον αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας με το κοινό. Εκμεταλλευόμενα πολλά μουσεία το βασικό πλεονέκτημα του ψηφιακού περιεχομένου ότι μπορεί να επεξεργαστεί και να αναλυθεί πιο εύκολα σε σχέση με το αναλογικό δημιουργούν ψηφιακές δράσεις και διορθώνουν άμεσα αστοχίες. Η μεταφορά των δραστηριοτήτων των μουσείων στο ψηφιακό περιβάλλον καθώς και η ψηφιοποίηση μεγάλου μέρους των μουσειακών συλλογών αποτελεί μια από τις σημαντικότερες επιπτώσεις εξαιτίας ότι η τέχνη και ο πολιτισμός γίνεται διαθέσιμη σε μεγαλύτερη μερίδα ανθρώπων.

Η περίοδος της αναπάντεχης πανδημίας μπορεί να θεωρηθεί ως ευκαιρία για καινοτομία αλλά θα πρέπει επίσης, να θεωρηθεί ως μια ευκαιρία για

προβληματισμό και μελέτη της πολυπλοκότητας του κοινού (Crooke, 2020: 2). Τα μουσεία προσπαθούν να προσεγγίσουν τους ανθρώπους με διάφορους τρόπους, χρησιμοποιώντας μεταξύ άλλων την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία, το χιούμορ και την συνεργασία. Οι ψηφιακές δράσεις των μουσείων προβάλλονται συνεχώς μέσω του διαδικτύου με αποτέλεσμα το κοινό να εξοικειώνεται και να αναζητά πιο συχνά επικοινωνία με την πολιτιστική κληρονομία. Εξαιτίας της μεγάλης προσφοράς των ψηφιακών επιλογών αυξάνεται ο ανταγωνισμός και κατά συνέπεια το κάθε μουσείο προσπαθεί να παρέχει τις καλύτερες επιλογές.

Παρακάτω θα αναφερθούν αναλυτικότερα κάποιοι από τους τρόπους που τα μουσεία επέλεξαν να προσεγγίσουν το κοινό τους κατά την διάρκεια της πανδημίας με την βοήθεια παραδειγμάτων για την καλύτερη κατανόηση τους.

#### **4.2.1 Ψηφιακά Αποθετήρια**

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί αξιοποιώντας τις δυνατότητες της τεχνολογίας και συμβαδίζοντας με τις ανάγκες της εποχής προχωρούν στην ψηφιοποίηση των τεκμηρίων, δημιουργώντας τα ψηφιακά αποθετήρια. Μιλώντας για ψηφιακά αποθετήρια αναφερόμαστε στα συστήματα πληροφοριών που απορροφούν, αποθηκεύουν, διαχειρίζονται, διατηρούν και παρέχουν πρόσβαση σε ψηφιακό περιεχόμενο (Xie & Matusiak, 2016). Τα αποθετήρια προκειμένου να λειτουργούν σωστά πρέπει να είναι βιώσιμα, αξιόπιστα, να υποστηρίζονται και να διαχειρίζονται σωστά τις πληροφορίες (Robert Allan, 2009, Abbott, 2006, Lord and MacDonald, 2003, Jones, 2007). Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερα μουσεία αρχίζουν να δημιουργούν ψηφιακά αποθετήρια των συλλογών τους είτε για αρχαιολογικούς είτε για εκπαιδευτικούς και μουσειοπαιδαγωγικούς λόγους. Η εμφάνιση της πανδημίας και ο αναγκαστικός εγκλεισμός φέρνουν στο προσκήνιο την χρησιμότητα της σύνδεσης του κοινού με τον πολιτισμό μέσω της τεχνολογίας και στην προκειμένη περίπτωση μέσω των ψηφιακών αποθετηρίων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το αποθετήριο εκπαιδευτικού υλικού του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης, Ίδρυμα Νικολάου και Ντόλλης Γουλανδρή όπου το κοινό μπορεί να αντλήσει υλικό για εκπαιδευτικές δράσεις τόσο για τις μόνιμες όσο και για τις περιοδικές εκθέσεις. Μέσω της ηλεκτρονικής σελίδας του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης το κοινό μπορεί να βρει εκπαιδευτικό υλικό για

μαθητές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, για ΑΜΕΑ, για δράσεις στο σπίτι και στο σχολείο (Αποθετήριο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, 2022).

Ένα ακόμα παράδειγμα αποτελεί το αποθετήριο της Ζωοφόρου του Παρθενώνα το οποίο λειτουργεί συμπληρωματικά με το δικτυακό τόπο [partenonfrieze.gr](http://partenonfrieze.gr) και πρόκειται για την ψηφιακή αναπαράσταση της ζωφόρου του Παρθενώνα. Το υλικό απευθύνεται τόσο σε ειδικούς επιστήμονες όσο και στο ευρύτερο κοινό και διατίθεται σε δυο γλώσσες, στα ελληνικά και στα αγγλικά. Ο ψηφιακός επισκέπτης μπορεί να εξερευνήσει κάθε πλευρά της ζωοφόρου και να λάβει αναλυτικές πληροφορίες για την ιστορία την αρχιτεκτονική και την γλυπτική. Άξιο αναφοράς είναι πως στην εν λόγω εφαρμογή το κοινό μπορεί να δει ολοκληρωμένο το έργο καθώς για την ψηφιακή αναπαράσταση έχουν συμπεριληφθεί όλα τα κομμάτια που βρίσκονται διασκορπισμένα σε διάφορα ευρωπαϊκά μουσεία (The Parthenon frieze, 2022). Στην διαδικτυακή εφαρμογή [partenonfrieze.gr](http://partenonfrieze.gr) υπάρχει πλούσιο φωτογραφικό υλικό των σωζόμενων λίθων της ζωοφόρου καθώς και οπτικοακουστικό υλικό.



## Η Ζωφόρος του Παρθενώνα Αποθετήριο



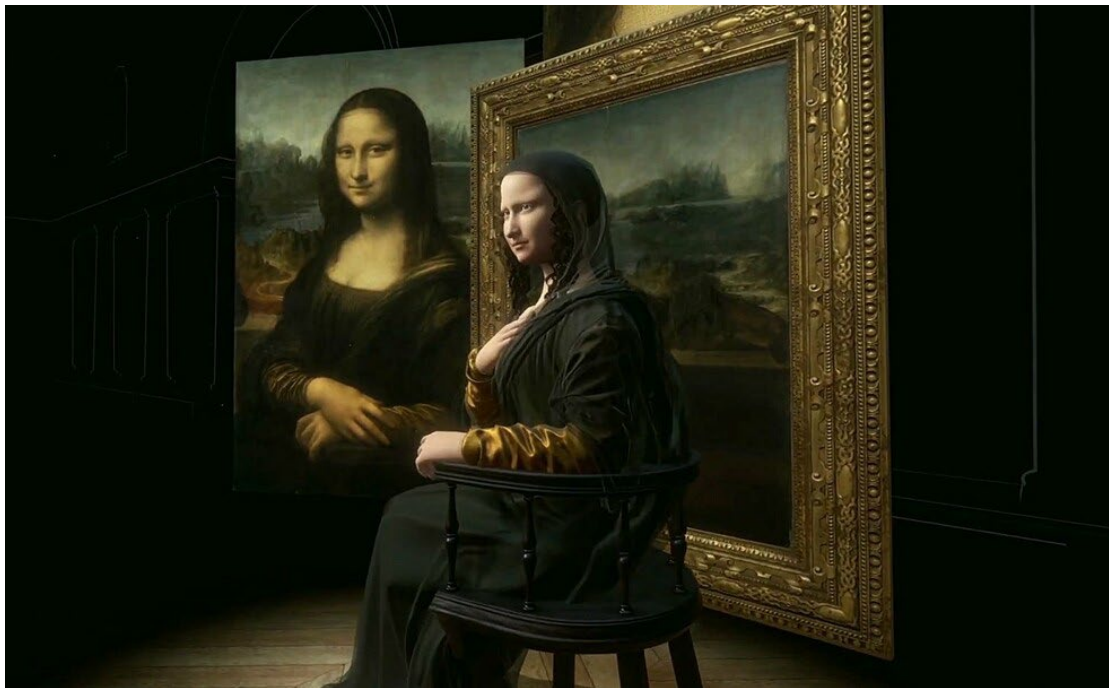
Εικόνα 2: Αποθετήριο της Ζωοφόρου του Παρθενώνα. Πηγή: <https://econtent.ekt.gr/el/discovery/content/repositories>

### 4.2.2 Εικονική πραγματικότητα

Η εισαγωγή του smartphone στην ιδιωτική και επαγγελματική ζωή των ανθρώπων αποτελεί ένα δημοφιλές μέσο για να λαμβάνει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο όπου και αν βρίσκεται (Hanussek, 2020: 206). Λαμβάνοντας



υπόψη αυτό, πολλά είναι τα μουσεία που επιλέγουν να εντάξουν στα μέσα που ήδη διαθέτουν και τις ψηφιακές εφαρμογές για υπολογιστές και κινητά τηλέφωνα. Οι εφαρμογές κινητών που σχεδιάζονται από τα μουσεία μπορούν να έχουν εμπορικό ή μη εμπορικό χαρακτήρα (Hanussek, 2020: 206). Μερικά από όσα μπορούν να συμπεριλαμβάνονται σε μια τέτοια εφαρμογή είναι πληροφορίες σχετικά με τον εκάστοτε οργανισμό, περιεχόμενο που σχετίζεται με κάποια έκθεση, χάρτη των μουσειακών χώρων, παιχνίδια, ακουστικούς οδηγούς, τρισδιάστατα μοντέλα αντικειμένων κ.α. (Hanussek, 2020: 206). Μέσω της χρήσης ψηφιακών εφαρμογών δημιουργείται ένα νέο περιβάλλον και παρέχεται στο κοινό μια διαφορετική προσέγγιση, βελτιώνοντας με τον τρόπο αυτό την μουσειακή εμπειρία. Κατά την διάρκεια της πανδημίας κάποια μουσεία χρησιμοποίησαν την εικονική πραγματικότητα για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον το κοινού, ενδεικτικά θα αναφέρουμε μερικά από τα πολλά παραδείγματα.

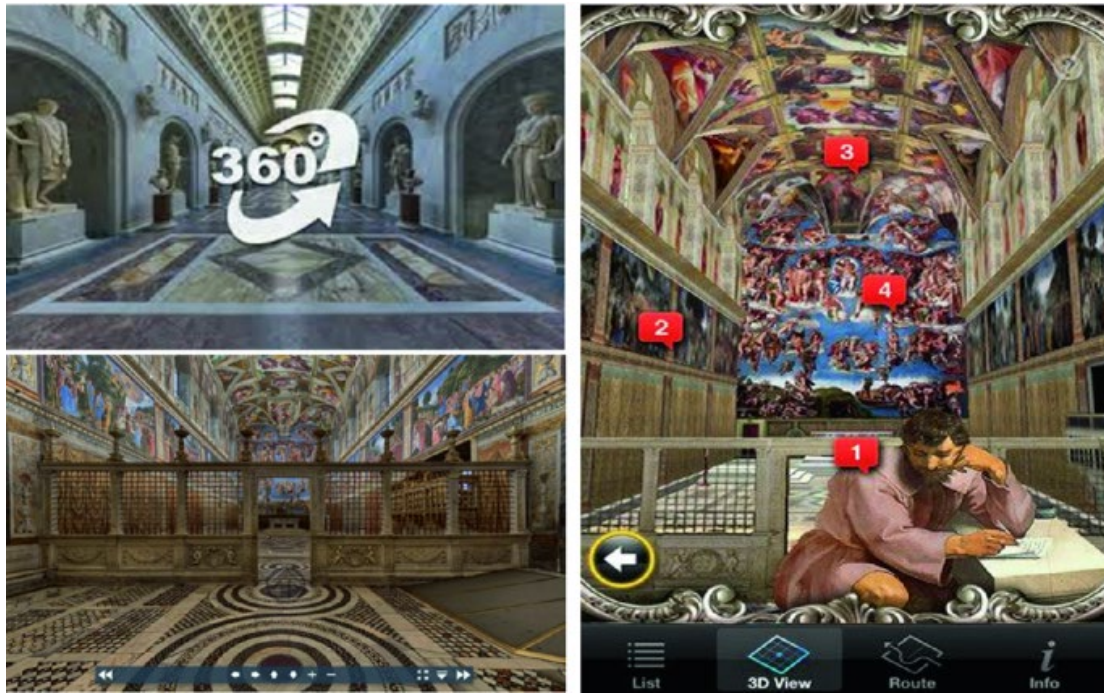


Εικόνα 3: Mona Lisa: Beyond the Glass. Πηγή: <https://www.lifo.gr/culture/eikastika/leonarnto-nta-bintsi-me-eikoniki-pragmatikotita-sto-loybro>

Το Μουσείο του Λούβρου στο Παρίσι δημιουργεί το έργο με τίτλο «Mona Lisa: Beyond the Glass» όπου πρόκειται για το πρώτο έργο εικονικής πραγματικότητας του συγκεκριμένου μουσείου. Αναλυτικότερα, χρησιμοποιώντας τις διαδικασίες

και τις τεχνικές ζωγραφικής του Leonardo da Vinci δημιουργείται η εικονική Μόνα Λίζα η οποία είναι διαθέσιμη μέσω Smartphone (Louvre, 2021). Η πραγματοποίηση αυτού του έργου βασίστηκε στη γνώση των επιμελητών της έκθεσης Leonardo da Vinci όπου ξεκίνησε το 2020, η εικονική πραγματικότητα της Μόνα Λίζα έχει διάρκεια οκτώ λεπτά και ξεκινά από το Salle des États στο σημερινό Λούβρο με τον πίνακα της Μόνα Λίζα (Louvre, 2021). Στην πορεία, μεταφέρετε στο παρελθόν όπου η Μόνα Λίζα «ζωντανεύει» στην αληθινή γυναίκα που ζωγράφισε ο Leonardo da Vinci και το κοινό μπορεί να δει λεπτομέρειες όπως το χτένισμα των μαλλιών και το ντύσιμο της. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη στο Google Play Store και στο Apple Store και σε πλατφόρμες VR για άτομα με ακουστικά VR. Μπορεί επίσης να προβληθεί στο δίκτυο «Micro-Folies» και είναι διαθέσιμο σε πολλές χώρες μέσω του διαδικτυακού καταλόγου του Γαλλικού Ινστιτούτου. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας το κοινό μπορεί να περιηγηθεί στο εικονικό μουσείο απευθείας από το σπίτι του (Tan et al., 2021: 203) ενώ το μουσείο του Λούβρο προσφέρει και την επιλογή της περιήγησης 360°. Η περιήγηση 360° δημιουργεί μια εικόνα της έκθεσης που δίνει την αίσθηση της πραγματικότητας στον χρήστη και παρέχει την επιλογή στον επισκέπτη να εστιάσει σε αντικείμενα που τον ενδιαφέρουν (Ahmed et al., 2020). Ο θεατής μπορεί να παρατηρήσει λεπτομέρειες των έργων τέχνης που πιθανόν από κοντά να μην μπορούσε να κάνει και όλο αυτό δωρεάν από το σπίτι του.

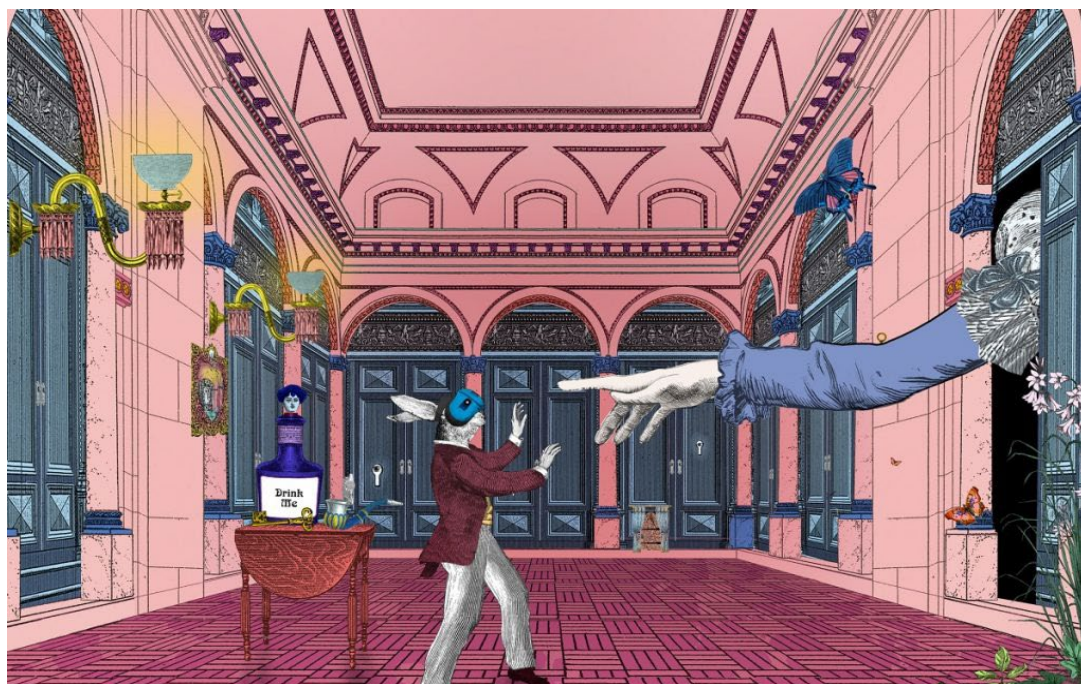
Το Μουσείο του Βατικανού στην Ιταλία, δημιούργησε τρισδιάστατες εικονικές περιηγήσεις διαθέσιμες σε όλο τον κόσμο, προσφέροντας μια καινοτόμο εμπειρία επίσκεψης (Tan et al., 2021: 204). Η εικονική ξενάγηση παρουσιάζει ακριβή 3D αντίγραφα των ιδρυμάτων και τοποθεσιών του Βατικανού, όπως η Καπέλα Σιξτίνα, η Αγ. Η Βασιλική του Πέτρου και πολλά άλλα δίνοντας την ευκαιρία στο κοινό να ανακαλύψει την Ρώμη κατά τη διάρκεια της πανδημίας (Tan et al., 2021: 204).



Εικόνα 4: Μουσείο του Βατικανού: Εικονική περιήγηση. Πηγή:  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-70198-7\\_11](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-70198-7_11)

Το Μουσείο Victoria and Albert με την έκθεση “Alice: Curiouser and Curiouser” συνδυάζει το εικονικό με το φυσικό περιεχόμενο (Soccini & Marras, 2021) στην γνωστή ιστορία της Αλίκης στη χώρα των θαυμάτων. Πρόκειται για μια διαδραστική θεατρικά στημένη έκθεση όπου χαρτογραφεί την εξέλιξη της περιπέτειας της Αλίκης από την πρώτη σύλληψη μέχρι σήμερα (Νικολοπούλου, 2021). Η νέα εμπειρία εικονικής πραγματικότητας είναι το αποτέλεσμα συνεργασίας μεταξύ του V&A και του HTC Vive Arts, που παράγεται από το στούντιο παιχνιδιών PRELOADED (Victoria and Albert, 2022). Η έκθεση έχει επιρροή από διαφορετικά πεδία όπως το θέατρο, τον κινηματογράφο, τα μαθηματικά και την φυσική αλλά και από διαφορετικούς καλλιτέχνες όπως τον Σαλβαδόρ Νταλί και τη Yayoi Kusama, τους Beatles, τη Vivienne Westwood και τη Little Simz (Νικολοπούλου, 2021). Το μουσείο Victoria and Albert μέσα από την συγκεκριμένη έκθεση προσπαθεί να ξανά αφηγηθεί την γνωστή αυτή ιστορία μεταφέροντας την στην σημερινή εποχή. «Ο κόσμος της Αλίκης συναντά κοινά σημεία με τη ζωή στον εικονικό κόσμο. Η Αλίκη εγκαταλείπει τον πραγματικό της κόσμο και εισέρχεται σε έναν προσομοιωμένο εικονικό κόσμο της «χώρας των θαυμάτων», συγκρίνοντας τη γνωστή ιστορία με την κατάσταση της πανδημίας (Giannini & Bowen, 2022). Το Curious Alice διατίθεται για λήψη μέσω του

Viverport και κόστος £4 για όποιον θέλει να ζήσει αυτή την εμπειρία από το σπίτι (Victoria and Albert, 2022).



Εικόνα 5: Victoria and Albert: Alice: Curiouser and Curiouser. Πηγή: <https://elculture.gr/alice-curiouser-and-curiouser-i-nea-ekthesi-tou-mouseiou-victoria-and-albert-gia-to-pagkosmio-fainomeno-tis-alikis-sti-chora-ton-thavmaton/>

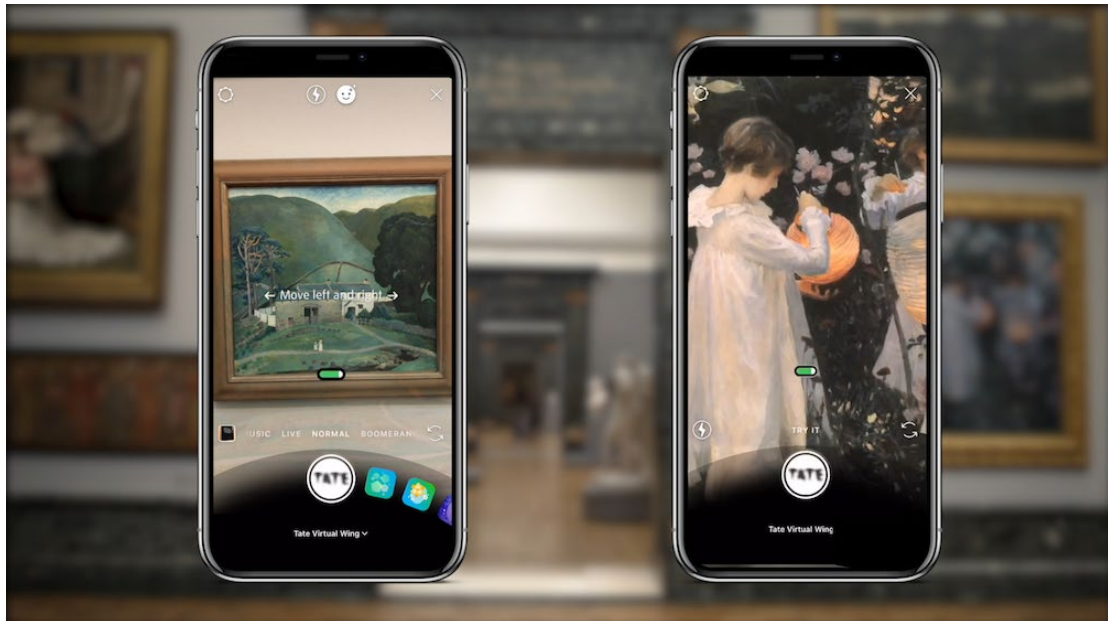
#### 4.2.3 Επαυξημένη πραγματικότητα

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα είναι μια τεχνολογία που επιτρέπει στους χρήστες να βλέπουν αντικείμενα που δημιουργούνται από υπολογιστή να επικαλύπτονται με το πραγματικό περιβάλλον στιγμιαία (Tan et al., 2021: 200). Όπως προέβλεψε ο Gartner ( 2018 ) η επαυξημένη πραγματικότητα είναι μία από τις αναδυόμενες τεχνολογίες που θα παραμείνει επίκαιρη τα επόμενα πέντε έως δέκα χρόνια με αυξανόμενες τάσεις και επενδυτικές προοπτικές (Tan et al., 2021: 201). «Τα κορυφαία 10 Μουσεία με τις περισσότερες επισκέψεις του κόσμου το 2018 και το 2019 έχουν συμπεριλάβει εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας προκειμένου να βελτιώσουν τη συνολική εμπειρία του κοινού» (Tan et al., 2021: 202, Art Newspaper 2019 , Themed Entertainment Association 2019). Λόγω του ότι η επαυξημένη πραγματικότητα συνδυάζει τον εικονικό κόσμο με το πραγματικό περιβάλλον (Puspasari et al., 2020) κεντρίζει το ενδιαφέρον των επισκεπτών και όλο και περισσότερα μουσεία επιλέγουν να την

χρησιμοποιήσουν. Επιπλέον, το μέσο αυτό προσελκύει τους επισκέπτες και προσφέρει εύκολη ανακαίνιση του χώρου (Ahmed et al., 2020) δίνοντας άλλο ένα κίνητρο για να το χρησιμοποιούν τα μουσεία.

Ένα παράδειγμα το οποίο αξίζει να αναφερθεί αφορά μια εφαρμογή μέσω κινητού τηλεφώνου ή tablet, το οποίο δημιουργήθηκε από το Βρετανικό Μουσείο στο Ηνωμένο Βασίλειο σε συνεργασία με την Samsung. Η συγκεκριμένη εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας επιτρέπει στους επισκέπτες και κυρίως τα παιδιά να μάθουν με πιο διασκεδαστικό τρόπο την ιστορία (Tan et al., 2021: 206). Οι αποστολές μουσείων όπως ονομάζονται διαθέτουν μια σειρά επιλογών όπως για παράδειγμα την αιγυπτιακή γλυπτική όπου τα παιδιά εξερευνούν τα γλυπτά αναζητώντας αντικείμενα με την βοήθεια του τηλεφώνου ή του tablet, τραβούν φωτογραφίες μαζί με τα αγάλματα και εκτελούν τις αποστολές που τους ανατίθενται (The British Museum, 2022).

Ένα ακόμα παράδειγμα επαυξημένης πραγματικότητας έρχεται από το Μουσείο Tate στο Ηνωμένο Βασίλειο σε συνεργασία με το Facebook Creative Shop και το The Mill . Πρόκειται για 8 διαδραστικά έργα τέχνης με τίτλο "Untold Stories", τα οποία χρησιμοποιώντας την πλατφόρμα εφέ κάμερας Spark AR εξερευνούν την κρυμμένη αφήγηση των έργων τέχνης ( Tan et al., 2021: 207). Ο επισκέπτης χρησιμοποιώντας την κάμερα στην εφαρμογή Instagram και σαρώνοντας την ετικέτα ονόματος Instagram του μουσείου παρακολουθεί τους πίνακες και ξεκινά η εμπειρία ( Tate Museum, 2022). Μέσω της αλληλεπίδρασης με τα έργα τέχνης ο επισκέπτης πέρα από γνώση δημιουργεί πιο ουσιαστική επαφή μαζί τους.



Εικόνα 6: Tate Museum: Untold Stories. Πηγή: <https://lbbonline.com/news/the-mill-brings-artworks-to-life-through-augmented-reality-at-the-tate-britain>

#### 4.2.4 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το μεγαλύτερο μέρος των πολιτιστικών οργανισμών διαθέτει τουλάχιστον ένα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα κοινωνικά μέσα με την ταχύτητα και την ευελιξία προσαρμογής που διαθέτουν έχουν την δυνατότητα να αυξήσουν την πολυδιάστατη επικοινωνία του οργανισμού. Ενθαρρύνοντας την συμμετοχή του κοινού μπορούν να ενισχύσουν τις σχέσεις μεταξύ οργανισμού και χρηστών (Fletcher et al, 2012: 505). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν έναν άμεσο τρόπο επικοινωνίας τόσο ανάμεσα στο μουσείο και το κοινό όσο και του ίδιου του κοινού μεταξύ του. Οι χρήστες αλληλεπιδρούν με τους πολιτιστικούς οργανισμούς, εκφράζουν την ευχαρίστηση και τους προβληματισμούς τους και διατυπώνουν με μεγαλύτερη ευκολία την γνώμη τους.

Τα περισσότερα μουσεία του κόσμου κατά την διάρκεια του εγκλεισμού διατηρούσαν επαφή με το κοινό μέσω των συχνών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα και παροτρύνοντας τους για συμμετοχή στις ψηφιακές τους δραστηριότητες. Κατά την διάρκεια της πανδημίας η προσπάθεια σύνδεσης με την πολιτιστική κληρονομία αλλά και η συμμετοχή σε διαλόγους με θέματα όπως η ιστορία και οι κοινές εμπειρίες παρουσίασαν σημαντική αύξηση (Ginzarly & Srouf, 2021: 2). Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της διεθνούς εκστρατείας της UNESCO στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε τα hashtags

#ShareOurHeritage και #ShareCulture για την προώθηση και την ενίσχυση της πρόσβασης στην πολιτιστική κληρονομιά κατά τη διάρκεια μαζικού εγκλεισμού (UNESCO, 2020β).

Σύμφωνα με την έρευνα του ICOM αν και οι μισοί από τους ερωτηθέντες απάντησαν ότι το μουσείο είχε ήδη παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πριν από την εμφάνιση της πανδημίας κατά την διάρκεια του εγκλεισμού παρατηρείται αύξηση της ψηφιακής επικοινωνίας σε τουλάχιστον 15% των μουσείων. Πιο αναλυτικά, οι δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυξήθηκαν για περισσότερα από τα μισά μουσεία που συμμετείχαν στην έρευνα. Επιπρόσθετα, παρόμοια στοιχεία φαίνεται να προκύπτουν και από την έρευνα του NEMO, όπου πάνω από το 70% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι το μουσείο τους έχει αυξήσει τις δραστηριότητες του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το μέσο που φαίνεται να προτιμούν οι περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί είναι το Facebook με 80% ενώ ακολουθεί του Instagram με σχεδόν το 20% των μουσείων να το επιλέγει ως πλατφόρμα επιλογής για τις δραστηριότητες του.

Κατά την διάρκεια του εγκλεισμού τα περισσότερα μουσεία ενημέρωναν σχεδόν καθημερινά το κοινό για ψηφιακές δράσεις και επεδίωκαν μια άμεση επαφή μαζί τους. Παρακάτω θα παρουσιαστούν ενδεικτικά μερικά από τα πολλά παραδείγματα δράσεων πολιτιστικών οργανισμών τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό που έλαβαν χώρα κατά την διάρκεια του εγκλεισμού καθώς και η ανταπόκριση του κοινού στις δράσεις αυτές.

## **Μουσείο Μπενάκη**



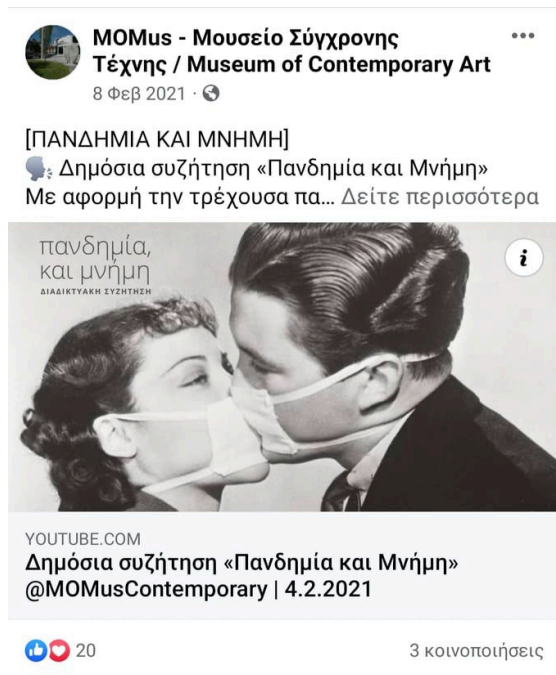
Εικόνα 7: Μουσείο Μπενάκη. Πηγή: <https://www.facebook.com/TheBenakiMuseum/>

Το Μουσείο Μπενάκη στην Αθήνα προκειμένου να διατηρήσει επαφή με το κοινό του κατά την διάρκεια της πανδημίας δημιουργεί μια σειρά βίντεο με τίτλο CLOSE UPS. Κάθε κύκλος επεισοδίων συνοδεύεται από διαφορετικό αφηγητή παρουσιάζοντας τόσο αντικείμενα της συλλογής του Μουσείου Μπενάκη όσο και τις ιστορίες που τα πλαισιώνουν. Το σύνολο των επεισοδίων ανέρχεται στα 25 με το πρώτο βίντεο που αναρτάτε στις 13 Μαΐου του 2020 στην ιστοσελίδα και στο κανάλι του Μουσείου στο Youtube να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον με 2,723 προβολές μέχρι στιγμής.

Η ενημέρωση του κοινού για την συγκεκριμένη δράση γίνεται κυρίως μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου και του Facebook όπου με συχνές αναρτήσεις γνωστοποιεί την προβολή του κάθε νέου επεισοδίου. Το κοινό ανταποκρίνεται με σχόλια, like και κοινοποιήσεις ενώ ενδεικτικά αναφέρεται ότι η καλύτερη ανάρτηση για το βίντεο «Το πουκάμισο της Καρπάθου» συγκέντρωσε 219 like και 47 κοινοποιήσεις. Στην προώθηση αυτής της σειράς βίντεο του Μουσείου Μπενάκη συνέβαλαν και αρκετές διαδικτυακές εφημερίδες και περιοδικά όπου συμπεριέλαβαν στο περιεχόμενο τους την ενημέρωση για την εν λόγω δράση.

## Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (MOMus)



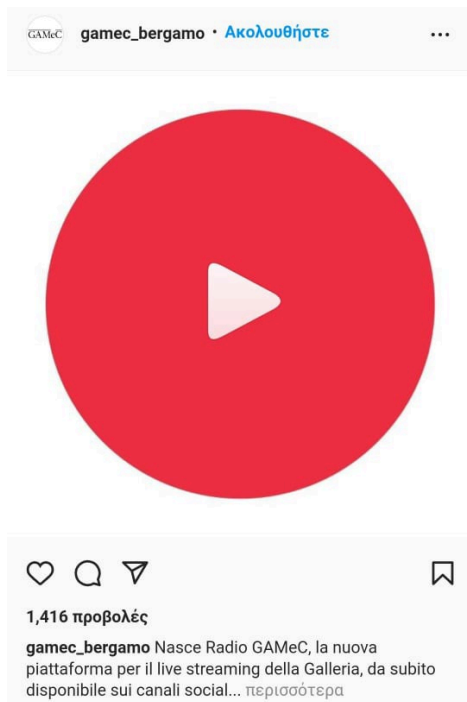


Εικόνα 8: Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης. Πηγή: <https://www.facebook.com/events/487832609268858?ref=newsfeed>

Το MOMus στην Θεσσαλονίκη διοργανώνει στις 4 Φεβρουαρίου του 2021 δημόσια διαδικτυακή συζήτηση με θέμα «Πανδημία και Μνήμη». Σκοπός της συζήτησης είναι να ανιχνεύσει μέσω της τέχνης, της λογοτεχνίας και της ψυχιατρικής την σύνθεση αυτών των δύο λέξεων. Ανατρέχοντας στο παρελθόν και ανακαλώντας μνήμες από παλαιότερες πανδημίες καλεί το κοινό σε ανοιχτή συζήτηση για το παρελθόν, το παρόν και το μέλλον.

Η συζήτηση πραγματοποιείται στο zoom και γίνεται γνωστή στο κοινό μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του οργανισμού (Facebook/ Instagram), συνοδευόμενη από μια αφίσα και τις απαραίτητες πληροφορίες διεξαγωγής της δράσης. Μετά το πέρας της παρουσίασης η συζήτηση είναι διαθέσιμη στο Facebook και το κανάλι του μουσείου στο YouTube. Το κοινό αλληλεπιδρά στις αναρτήσεις κυρίως με like και περιορισμένα σχόλια ενώ στο κανάλι του Youtube οι προβολές ανέρχονται στις 322 μέχρι στιγμής.

## Πινακοθήκη Μοντέρνας και Σύγχρονης Τέχνης ( GAMEC)

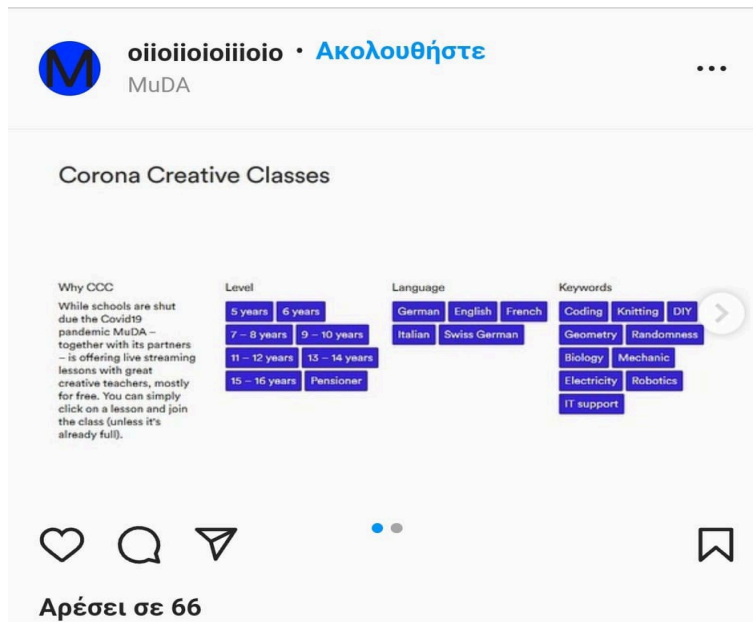


Εικόνα 9: Πινακοθήκη Μοντέρνας και Σύγχρονης Τέχνης. Πηγή: <https://www.instagram.com/p/B99qKPqmqOc/>

Η GAMeC στο Μπέργκαμο της Ιταλίας διοργάνωσε μια διαδικτυακή ραδιοφωνική εκπομπή η οποία χαρακτηρίστηκε σύμφωνα με την UNESCO ως μια από τις καλύτερες πρωτοβουλίες μουσείων κατά την διάρκεια της πανδημίας. Μεταξύ 22 Μαρτίου έως 26 Μαΐου 2020 το ράδιο GAMeC καθημερινά φιλοξενεί διαφορετικούς καλεσμένους με τους οποίους συζητά και αναλύει θέματα της επικαιρότητας. Η μουσική η τέχνη και η λογοτεχνία πλαισιώνουν κάθε εκπομπή και αποτελούν κομμάτι του διαλόγου κρατώντας συντροφιά στο κοινό.

Οι ραδιοφωνικές εκπομπές γίνονται γνωστές στο κοινό μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με ιδιαίτερο ενδιαφέρον να παρατηρείται στο Instagram όπου μεταδίδονται και ζωντανά οι εκπομπές. Τα συνολικά 66 επεισόδια των ραδιοφωνικών εκπομπών είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα του μουσείου, στην πλατφόρμα SoundCloud και στο κανάλι του μουσείου στο Youtube. Η πρώτη ανάρτηση για την ενημέρωση αυτής της πρωτοβουλίας στο Instagram συγκέντρωσε 1,416 προβολές με το ενδιαφέρον του κοινού να μένει σε υψηλά επίπεδα και στην πορεία της δράσης.

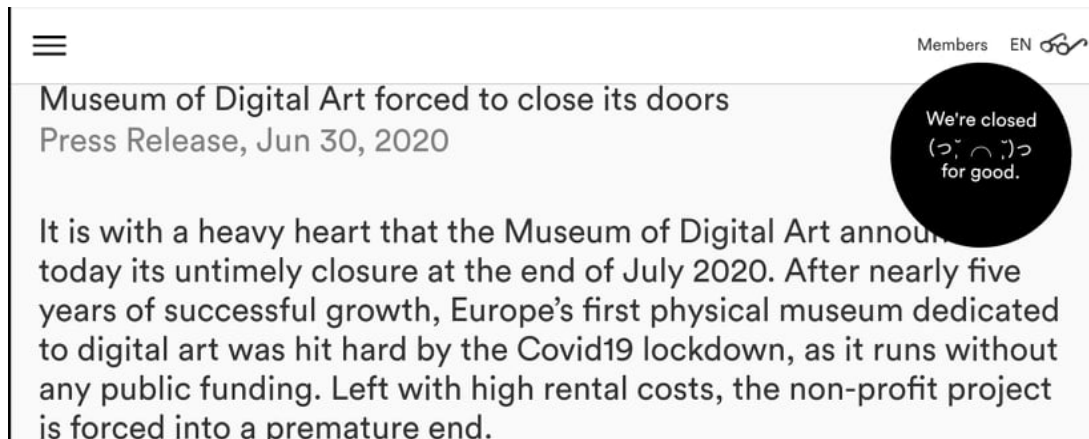
### **Μουσείο Ψηφιακής Τέχνης (MuDA)**



Εικόνα 10: Μουσείο Ψηφιακής Τέχνης. Πηγή: <https://www.instagram.com/p/B-FB0ilBoKZ/>

Το MuDA στην Ζυρίχη της Ελβετίας κατά την διάρκεια του εγκλεισμού διοργανώνει ζωντανά μαθήματα Creative Corona για παιδιά από 6 μέχρι 18 ετών, για ενήλικες και συνταξιούχους. Τα μαθήματα πραγματοποιούνται σε 5 διαφορετικές γλώσσες και ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει το κατάλληλο μάθημα βάση της ηλικιακής ομάδας, του θέματος και της γλώσσας. Τα περισσότερα μαθήματα πραγματοποιούνται χωρίς οικονομικό αντίτιμο παροτρύνοντας τους επισκέπτες για μια δωρεά.

Η έναρξη των μαθημάτων γίνεται γνωστή μέσω των σελίδων Facebook, Instagram και Twitter ενώ τα μαθήματα προβάλλονται μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου. Οι αντιδράσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα χαρακτηρίζονταν ως περιορισμένες με την ανάρτηση για την ανακοίνωση της έναρξης των μαθημάτων στο Instagram να συγκεντρώνει 66 like και στο Facebook να μην ξεπερνά τα 10 like. Οι επιπτώσεις της πανδημίας και το γεγονός ότι πρόκειται για έναν οργανισμό χωρίς δημόσια χρηματοδότηση, οδήγησε στο οριστικό κλείσιμο του MuDA στις 30 Ιουνίου το 2020.



Εικόνα 11: Museum of Digital Art. Πηγή:

<https://muda.co/closing/?fbclid=IwAR0k9cFN96aiEb2tuEF2NUp2Iuc2eI5kNh4mdjhH0xC1pH9tITWBzgV3QW8>

Ενδεικτικά σχολιάστηκαν παραπάνω τέσσερα παραδείγματα δράσεων από μουσεία που πραγματοποιήθηκαν κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Αρχικά εν συντομία αναφέρονται στοιχεία για την κάθε δράση και έπειτα καταγράφεται ο τρόπος ενημέρωσης και η ανταπόκριση του κοινού. Σε όλα τα παραπάνω παραδείγματα οι δράσεις αναρτώνται στις ιστοσελίδες των μουσείων και στους λογαριασμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, με μεγαλύτερο ενδιαφέρον από την πλευρά του κοινού να παρατηρείται στο Instagram ενώ δεύτερο ακολουθεί το Facebook. Αν και στα παραδείγματα των μουσείων που μελετήθηκαν η πλειοψηφία των μουσείων δημιουργούσε συχνά διαδικτυακές δράσεις και διατηρούσε ενεργούς τους λογαριασμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης η αλληλεπίδραση με το κοινό θα χαρακτηριζόταν ως αρκετά συγκερατημένη.

#### 4.2.5 Δημιουργία άλλων δραστηριοτήτων

Ορισμένα μουσεία εκτός από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω ανέπτυξαν κάποιες πρωτότυπες δράσεις κατά την διάρκεια του εγκλεισμού, μεταμορφώνοντας εγκαταλειμμένα δωμάτια ή χώρους σε μουσεία για να παρουσιάσουν μια ασυνήθιστη άποψη των συλλογών ή εικονικές περιηγήσεις με ένα ρομπότ (Tan et al., 2021: 200). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Hastings Contemporary στο Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο κατά την διάρκεια του πρώτου εθνικού εγκλεισμού το 2020 άρχισε να χρησιμοποιεί ένα ρομπότ τηλεπαρουσίας για την δημιουργία περιηγήσεων από απόσταση (Hastings Contemporary, 2022). Το

ρομπότ τηλεπαρουσίας ξεπέρασε τα εμπόδια της απομόνωσης και του αποκλεισμού παρέχοντας στο κοινό την δυνατότητα να επισκεφτεί την έκθεση από το σπίτι του (Hastings Contemporary, 2022). Η ιδέα αυτή πέρα από την ευκαιρία που έδωσε στους επισκέπτες να γνωρίζουν τα έργα του οργανισμού με ένα νέο τρόπο, βοήθησε να καθιερωθεί το ρομπότ και για περιπτώσεις ατόμων με αναπηρία.



Εικόνα 12: Hastings Contemporary. Πηγή:

<https://www.archpaper.com/2020/04/hastings-contemporary-robot-tours/>

Μια ακόμα πρωτοβουλία που εφάρμοσαν αρκετά μουσεία μεμονωμένα ή σε συνεργασία με ενώσεις αποτελεί η διοργάνωση επαγγελματικών και επιστημονικών δραστηριοτήτων κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τακτικές διαδικτυακές συναντήσεις με αυστηρά επαγγελματικό και επιστημονικό τρόπο, τα οποία επικεντρώθηκαν σε θέματα που σχετίζονται με την κρίση του Covid-19 ( Tan et al., 2021: 200). Τα διαδικτυακά αυτά συνέδρια φαίνεται πως θα συνεχίσουν να πραγματοποιούνται και στο μέλλον καθώς μεταξύ άλλων λύνουν σημαντικά θέματα γεωγραφικής απόστασης.

Ένας ακόμα τρόπος που ορισμένα μουσεία χρησιμοποίησαν την περίοδο της καραντίνας είναι το περιεχόμενο ζωντανής ροής. Ο τρόπος αυτός μπορεί να προσελκύσει απομακρυσμένους επισκέπτες και να κάνει γνωστές τις συλλογές του μουσείου (Cuseum,2022). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το μουσείο Moderna της Σουηδίας όπου δημιούργησε δεκάλεπτες ξεναγήσεις με το όνομα "Sofa Tours" (Cuseum,2022). Το κοινό μέσω της ιστοσελίδας του μουσείου στο Facebook μπορεί να παρακολουθήσει της ζωντανές ξεναγήσεις και να θέσει τις ερωτήσεις του στο προσωπικό του μουσείου ( Moderna Museet, 2022). Η δράση αυτή έδωσε μια επιπλέον επιλογή στο κοινό του μουσείου να διατηρήσει την επαφή μαζί του. Κάτι παρόμοιο φαίνεται να έκανε και το κέντρο τοπικής ιστορίας Carnikava στην Λετονία, το οποίο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού δημοσίευε κάθε εβδομάδα στην σελίδα του στο Facebook βίντεο-διαλέξεις (Interreg Europe,2022).

Μια ακόμη επιλογή αποτελεί και η δυνατότητα πρόσβασης σε ένα μουσείο από επιτραπέζιο υπολογιστή ή κινητό μέσω της περιήγησης στο Google map street. Το κοινό αποκτώντας πρόσβαση στο περιβάλλον μπορεί να βρει πληροφορίες για έργα τέχνης και μουσειακές συλλογές ενώ μπορεί να μεγεθύνει περισσότερο όποιο έργο θέλει (Ahmed et al, 2020). Παράδειγμα αποτελεί το Βρετανικό μουσείο το οποίο προσφέρει εικονικές περιηγήσεις χρησιμοποιώντας την τεχνολογία Street View του χάρτη Google (Ahmed et al, 2020).

### **4.3 Αρνητικές επιπτώσεις τεχνολογικής ανάπτυξης**

Η τεχνολογική ανάπτυξη και η μεταφορά όλων των δραστηριοτήτων στο ψηφιακό περιβάλλον αναπάντεχα οδηγεί στον αποκλεισμό χαμηλότερων κοινωνικών στρωμάτων που δεν διαθέτουν τα απαραίτητα τεχνολογικά μέσα. Επιπλέον, σε κάποιες περιπτώσεις οι δράσεις που δημιουργούνταν από τους πολιτιστικούς οργανισμούς ήταν δύσχρηστες και περίπλοκες είτε γιατί απαιτούσαν κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα για να μπορέσουν να λειτουργήσουν είτε γιατί ήταν απαραίτητες εξειδικευμένες γνώσεις για την

εφαρμογή τους. Ένας σημαντικός λόγος στον οποίο μπορεί να οφείλονταν αυτό ήταν η έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού.

Σύμφωνα με την έρευνα του NEMO τα διαδικτυακά μουσεία αποτελούν μια σημαντική επέκταση των φυσικών μουσείων αλλά απαιτείται ένας αξιόπιστος τρόπος μέτρησης για την αξιολόγηση των διαδικτυακών επισκέψεων. Κατά την διάρκεια μιας επίσκεψης σε ένα φυσικό μουσείο το προσωπικό μπορεί να εντοπίσει πιο εύκολα τις αντιδράσεις του κοινού αλλά και το ίδιο το κοινό πιο άμεσα εκφράζει την ευχαρίστηση ή την δυσαρέσκεια του. Από την άλλη πλευρά η διαδικτυακή επίσκεψη αποτελεί μια πιο πολύπλοκη διαδικασία η οποία είναι ακόμα υπό μελέτη.

Όσο βοηθητική και αν υπήρξε η διαδικτυακή παρουσία των μουσείων κατά την διάρκεια του εγκλεισμού τίποτα δεν μπορεί να αντικαταστήσει την άμεση επαφή με την τέχνη. Οι συζητήσεις του κοινού όμως στα διαδικτυακά φόρουμ μουσείων δείχνουν ότι η καινοτομία θα πρέπει να προχωρήσει περαιτέρω (Crooke, 2020: 3) καθώς πέρα από το ψηφιακό κομμάτι αλλαγές χρειάζονται και στην προβολή του μουσειακού έργου γενικότερα. Αυτή η άποψη συνδέεται συμπληρωματικά με την ενόχληση ότι χρειάζεται μια πανδημία για να συνειδητοποιήσει ο τομέας του πολιτισμού τις δυνατότητες της ψηφιακής δέσμευσης (Crooke, 2020: 3). Δεν ήταν λίγες οι περιπτώσεις μουσείων όπου μέχρι και την στιγμή της εμφάνισης της πανδημίας δεν διέθεταν προσωπική ιστοσελίδα ή ενεργά μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιβεβαιώνοντας την παραπάνω θέση. Η πανδημία COVID 19 αποτέλεσε την αφορμή για την αναζήτηση νέων στρατηγικών και θεσμικών ρυθμίσεων (Bieczyński, 2021: 26) για περιπτώσεις εκτάκτου ανάγκης. Η πανδημία έδωσε την ευκαιρία να αναπτυχθεί σε μεγαλύτερο βαθμό η απομακρυσμένη επίσκεψη, η οποία θα συνεχίσει να υφίσταται στους πολιτιστικούς οργανισμούς ως προέκταση όμως του φυσικού μουσείου και όχι με σκοπό την αντικατάστασή του.

## **4.4 Το μέλλον των μουσείων**

Οι νέες τεχνολογίες τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα μετά την εμφάνιση της πρόσφατης πανδημίας διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η ψηφιοποίηση ενισχύει την ποιότητα της εμπειρίας, διευκολύνει την προσβασιμότητα σε μεγαλύτερη μερίδα του πληθυσμού και διαθέτει περισσότερη ευελιξία κινήσεων. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, η ψηφιοποίηση αποτελεί μια καινοτομία και επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην σχέση μεταξύ μουσείου-κοινού. Η πανδημία COVID -19 εν μέσω του μεταβαλλόμενου κοινωνικού πλαισίου κατάφερε να λειτουργήσει ως έναυσμα για την προσέλκυση νέων επισκεπτών (Byungjin & Junic, 2021: 5) τόσο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού όσο και έπειτα με το άνοιγμα των μουσειακών χώρων. Η πανδημία στάθηκε ικανή ώστε να επισπεύσει την ψηφιοποίηση σε πολλά μουσεία και να τονίσει την σημαντικότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του διαδικτύου γενικότερα.

Η νέα προσέγγιση των μουσείων σε συνδυασμό με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πέρα από τον υπάρχοντα εκθεσιακό χώρο ενισχύει το περιβάλλον με επίκεντρο τον χρήστη, δημιουργώντας ένα από τα πλεονεκτήματα των νέων μέσων (Byungjin & Junic, 2021: 4). Τα σημερινά μουσεία στοχεύουν όχι μόνο στην έκθεση αντικειμένων αλλά κυρίως στην αλληλεπίδραση τόσο με το ίδιο το μουσείο όσο και μεταξύ των επισκεπτών/χρηστών. Οι αλλαγές αυτές στη συμμετοχή των χρηστών στοχεύουν στη δημιουργία ενός χώρου ανοιχτό στο διάλογο όπου θα καθορίσουν τη βιωσιμότητα του μουσείου ακόμη και μετά την πανδημία COVID-19 (Byungjin & Junic, 2021: 5). Οι χρήστες πιο πολύ από ποτέ καλούνται να συμμετέχουν στην διαμόρφωση του περιεχομένου δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό νέα κανάλια επικοινωνίας με τα μουσεία. Η κατανόηση αυτής της σχέσης θα είναι σημαντική για το μέλλον των μουσείων και για μια ανταγωνιστική μετα-πανδημική εποχή (Byungjin & Junic, 2021: 3) καθώς η διαδραστικότητα και η άμεση επικοινωνία φαίνεται να απασχολούν όλο και περισσότερο.

Το μέλλον των μουσείων καθορίζεται από την ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας, η οποία καθιστά δυνατή την άμεση επικοινωνία του κοινού με τα μουσεία. Λαμβάνοντας υπόψη την ταχεία ανάπτυξη της τεχνολογίας σε όλους τους τομείς όλο και περισσότεροι χρήστες διαθέτουν smartphone συσκευή και



επιδιώκουν εύκολη πρόσβαση στο μουσειακό περιεχόμενο (Byungjin & Junic, 2021: 10). Για τον λόγο αυτό, τα μουσεία καλούνται να συνυπάρξουν με τις νέες τεχνολογίες και να ακολουθήσουν τις ανάγκες της εποχής που συνεχώς αλλάζουν προκειμένου να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν το κοινό τους. Αν και οι αλλαγές αυτές φέρουν πολλά πλεονεκτήματα, αν δεν χρησιμοποιηθούν σωστά, μπορούν να προκαλέσουν σημαντικά κοινωνικά προβλήματα καθώς τα μουσεία από την φύση τους έχουν ουσιαστικό ρόλο στην πολιτιστική και κοινωνική ζωή. Επιπλέον, αν και τα μουσεία ορίζονται ως μη κερδοσκοπικά μόνιμα ιδρύματα συμβάλλουν στην οικονομία της κοινωνίας. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, προκύπτει πως οι επισκέπτες/χρήστες διαθέτουν μεγάλες δυνατότητες για τη μελλοντική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και συμβάλλουν στη βιώσιμη διαχείριση των μουσείων (Byungjin & Junic, 2021: 3). Η ψηφιακή τεχνολογία είναι ικανή να δημιουργήσει νέες δυνατότητες και εμπειρίες στο μουσειακό κοινό καθώς πρόκειται για έναν ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα. Όπως επισημαίνει ο Aksoy (2020), όταν τελειώσει όλο αυτό που βιώνουμε θα χρειαστούμε μουσεία πιο πολύ από πριν, για να θυμηθούμε ποιοι είμαστε και από πού ερχόμαστε αλλά και για να αποφασίσουμε τι θέλουμε να κάνουμε για το μέλλον (Zanazzi & Corrola, 2021: 119). Λαμβάνοντας υπόψη την εμπειρία που θα έχει προηγηθεί από την πανδημία θα δημιουργηθούν νέες ανάγκες για την προβολή και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

# Κεφάλαιο 5

## Μεθοδολογία έρευνας

## **5.1 Μεθοδολογικό πλαίσιο**

Το μεθοδολογικό πλαίσιο που χρησιμοποιήθηκε για την διερεύνηση των προβλημάτων, συνεπειών και προοπτικών στα ευρωπαϊκά μουσεία των καιρών της πανδημίας COVID 19 βασίστηκε σε 5 ερευνητικά ερωτήματα. Στην συνέχεια διαμορφώθηκαν οι ερωτήσεις, με τρόπο τέτοιο ώστε να απαντούν στα ερωτήματα αυτά.

### **5.1.1 Αιτιολόγηση μεθοδολογίας**

Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε αρχικά είναι η βιβλιογραφική ανασκόπηση στοχεύοντας με τον τρόπο αυτό στην προσέγγιση του θεωρητικού πλαισίου του θέματος. Μέσω της βιβλιογραφίας μελετήθηκαν οι οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες που δημιουργήθηκαν από το αναπάντεχο κλείσιμο των μουσείων. Στη θεωρητική ανάλυση του θέματος σημαντικά στοιχεία αντλήθηκαν από πρόσφατες έρευνες που διεξήχθησαν από διεθνείς φορείς για το εν λόγω θέμα. Επιπλέον, στοχεύοντας σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση επιλέχθηκε η πρωτογενής έρευνα με την χρήση ερωτηματολογίου στο κοινό.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι συνέπειες από το κλείσιμο των μουσείων κατά την διάρκεια της πανδημίας αποτελεί ένα πρόσφατο γεγονός, τα αποτελέσματα που προκύπτουν αλλάζουν συνεχώς. Για τον λόγο αυτό επιλέχθηκε η μελέτη του θέματος μέσω συνδυαστικών μεθόδων με στόχο μια πολύπλευρη προσέγγιση. Οι έρευνες από διεθνείς φορείς που χρησιμοποιήθηκαν εξετάζουν κυρίως τις συνέπειες των μουσείων και των εργαζομένων τους ενώ η πρωτογενής έρευνα στοχεύει κυρίως στην άποψη του ίδιου του κοινού.

## **5.2 Ερωτηματολόγιο**

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας σχεδιάστηκε ένα online ερωτηματολόγιο, το οποίο βασίστηκε στα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα.

### **1<sup>ο</sup> Ερευνητικό ερώτημα**

*-Ποιες συνέπειες μπορεί να επιφέρει μια πανδημία στην κοινωνία και την οικονομία;*

### **2<sup>ο</sup> Ερευνητικό ερώτημα**

*-Ποιοι νέοι τρόποι επικοινωνίας δημιουργούνται μεταξύ μουσείου και κοινού με την εμφάνιση της πανδημίας;*

### **3<sup>ο</sup> Ερευνητικό ερώτημα**

*-Ποια η σχέση μουσείου-κοινού κατά την διάρκεια του εγκλεισμού και πως συμβάλει η τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη σχέση αυτή;*

### **4<sup>ο</sup> Ερευνητικό ερώτημα**

*-Ποια οφέλη και ποιες αρνητικές συνέπειες δημιουργούνται με την χρήση των ΤΠΕ στα μουσεία κατά την διάρκεια της πανδημίας;*

### **5<sup>ο</sup> Ερευνητικό ερώτημα**

*-Ποιο το μέλλον των μουσείων στη μετά-Covid εποχή;*

Για τον σχεδιασμό του ερωτηματολογίου αντλήθηκαν πληροφορίες από πρόσφατες μελέτες που πραγματοποιήθηκαν από το ICOM, την UNESCO, το NEMO και την AAM. Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου συγκεντρώνει δημογραφικά στοιχεία με τις ερωτήσεις 1-4 να καταγράφουν το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και την επαγγελματική κατάσταση. Έπειτα, οι ερωτήσεις 5-8 συλλέγουν στοιχεία σχετικά με την χρήση του διαδικτύου. Οι ερωτήσεις 9-23 αφορούν τις επιδράσεις της πανδημίας στη σχέση του μουσείου με το κοινό τόσο κατά την διάρκεια της πανδημίας όσο και μελλοντικά. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν βάση των ερευνητικών ερωτημάτων που διατυπώθηκαν βασίζονται τόσο στην βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία όσο και στις απαντήσεις του ερωτηματολογίου που σχεδιάστηκε για τον σκοπό αυτό.

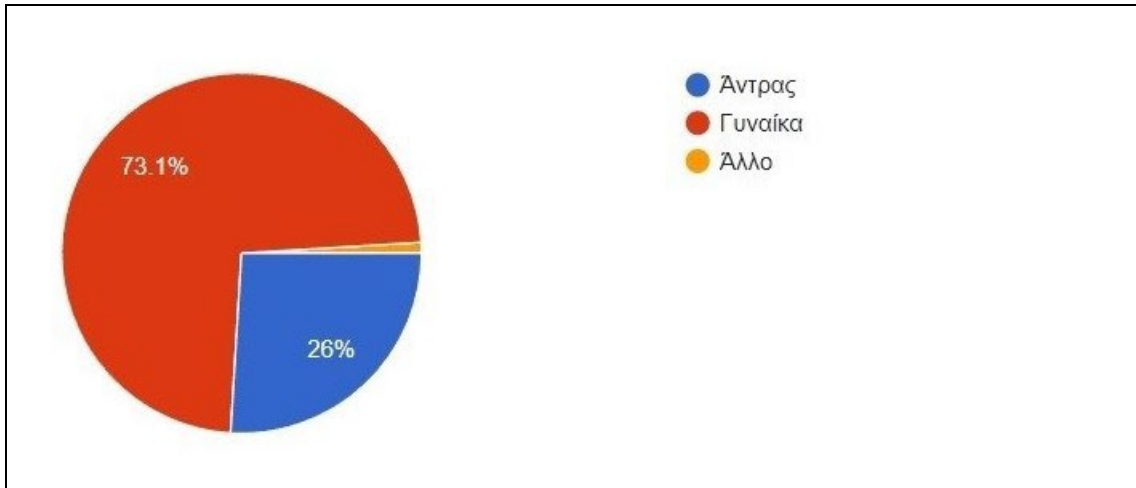
Πριν το ερωτηματολόγιο διανεμηθεί δοκιμάστηκε πιλοτικά σε 8 άτομα, έπειτα από επισημάνσεις υπήρξαν κάποιες αλλαγές κυρίως στην διατύπωση των ερωτήσεων και στις επιλογές των απαντήσεων. Ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου υπολογίστηκε στα 2-5 λεπτά. Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε μέσω του Google forms. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα είναι διαθέσιμο στο παράρτημα Α.

### **5.3 Δείγμα έρευνας**

Η παρούσα έρευνα περιορίστηκε σε όσους κάνουν χρήση του διαδικτύου καθώς η διανομή της ήταν μόνο σε ηλεκτρονική μορφή . Η επιλογή αυτή ήταν σκόπιμη καθώς οι ερωτήσεις της έρευνας αφορούσαν την χρήση του διαδικτύου, την επικοινωνία του κοινού με το μουσείο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού , τις προοπτικές αλλά και τις συνέπειες που επέφερε η νέα αυτή κατάσταση.

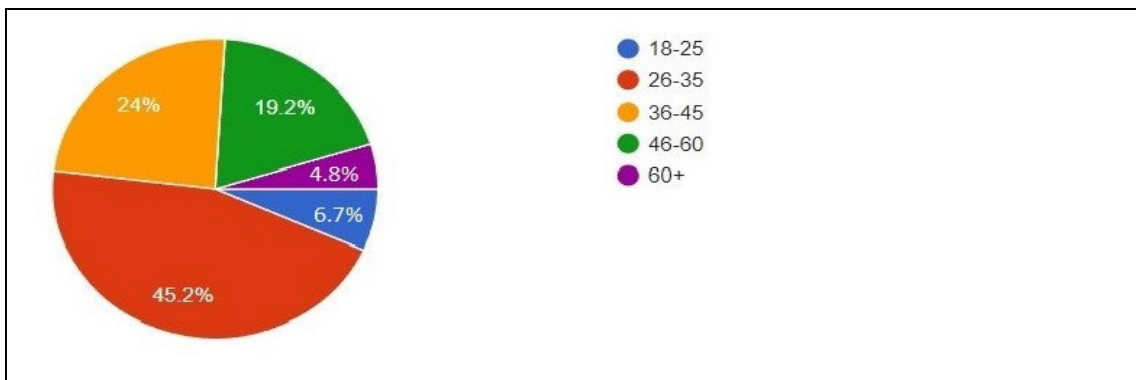
Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν ενήλικα άτομα με μόνη προϋπόθεση κατά την διάρκεια της πανδημίας να μπορούσαν να παρακολουθήσουν διαδικτυακά την παρουσία των μουσείων. Το δείγμα ήταν δείγμα ευκολίας και το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν 104. Παρακάτω ακολουθούν αναλυτικότερα τα αποτελέσματα της κάθε ερώτησης.

**Ερώτηση 1:** Ποιο είναι το φύλο σας;



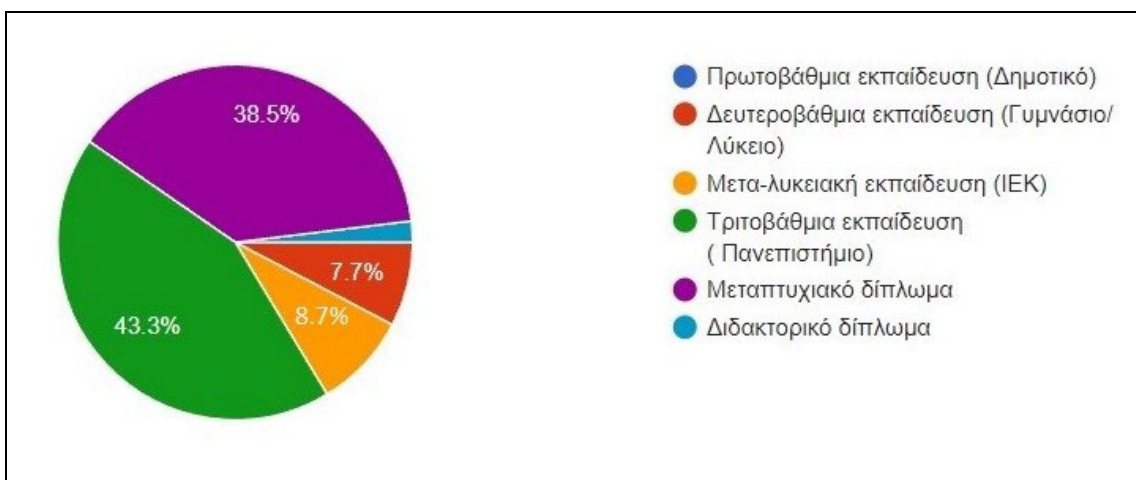
Πίνακας 1 : Φύλο

**Ερώτηση 2:** Ποια είναι η ηλικία σας;



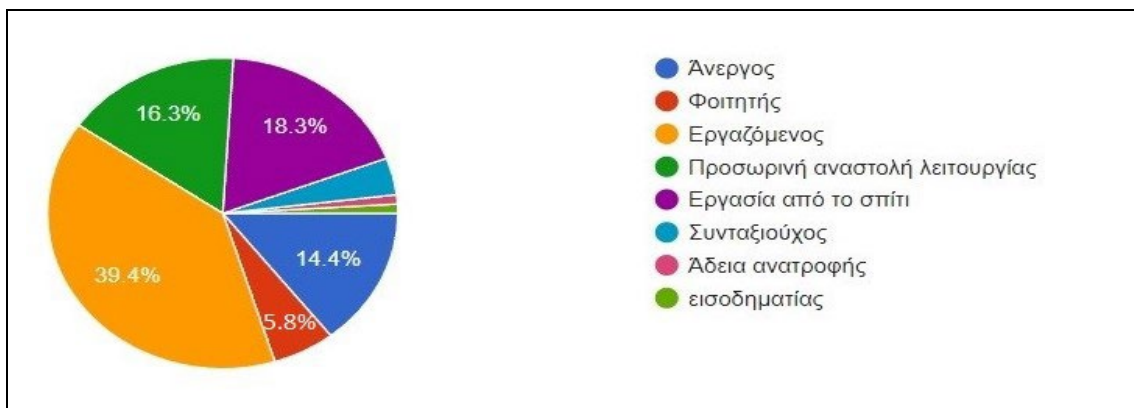
Πίνακας 2 : Ηλικία

**Ερώτηση 3:** Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;



Πίνακας 3 : Μορφωτικό επίπεδο

**Ερώτηση 4:** Κατά την διάρκεια του εγκλεισμού ποια ήταν η επαγγελματική σας κατάσταση;



Πίνακας 4 : Επαγγελματική κατάσταση

Βάση των παραπάνω απαντήσεων προκύπτει ότι με σημαντική διαφορά το μεγαλύτερο ποσοστό που συμπλήρωσε το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο ήταν γυναίκες με 73,1%. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων διαθέτει τριτοβάθμια εκπαίδευση κατά 43,3% ενώ ακολουθεί με 38,5% η κατοχή μεταπτυχιακού διπλώματος. Επιπλέον, κατά την διάρκεια του εγκλεισμού το μεγαλύτερο ποσοστό κατά 39,4% δήλωσε πως εργάζονταν, το 18,3% εργάζονταν από το σπίτι, το 16,3% βρίσκονταν σε προσωρινή αναστολή λειτουργίας ενώ το 14,4% ήταν άνεργοι. Παρά τις δύσκολες συνθήκες της πανδημίας ένα μεγάλο ποσοστό φαίνεται είτε απομακρυσμένα είτε δια ζώσης να εργάζεται και κατά την διάρκεια του εγκλεισμού.

## 5.4 Περιορισμοί παρούσας έρευνας

Βασικός περιορισμός της παρούσας έρευνας αποτελεί ο αριθμός των συμμετεχόντων ο οποίος ανέρχεται στα 104 άτομα. Λόγω του ότι πρόκειται για περιορισμένο δείγμα τα ποσοστά που προκύπτουν δεν μπορούν να είναι αντιπροσωπευτικά για μεγάλη μερίδα του πληθυσμού. Ένας ακόμα περιορισμός που σχετίζεται με τον πρώτο αποτελεί η ποικιλία του δείγματος. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε στα κοινωνικά δίκτυα του ανοιχτού πανεπιστημίου της Κύπρου, σε ομάδες που σχετίζονται με τον πολιτισμό και την πολιτισμική κληρονομία και κοινοποιήθηκε από προσωπικούς λογαριασμούς. Λαμβάνοντας

υπόψη τα παραπάνω μια μεγάλη μερίδα των συμμετεχόντων είχαν ήδη κάποιο ενδιαφέρον για το μουσειακό χώρο, δημιουργώντας τον προβληματισμό πως αν το ερωτηματολόγιο διαμοιράζονταν σε περισσότερα μέσα πιθανόν να οδηγούσε σε διαφορετικά αποτελέσματα.

## **5.5 Προστασία Προσωπικών δεδομένων**

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η προστασία προσωπικών δεδομένων διαδραματίζει σημαντικό παράγοντα, στην παρούσα εργασία τα προσωπικά δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν μόνο για τις ανάγκες της έρευνας. Επιπλέον, το online ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε για την καλύτερη ανάπτυξη του θέματος ήταν ανώνυμο και οι ερωτηθέντες ενημερώθηκαν με βάση των κανονισμό προστασίας προσωπικών δεδομένων.

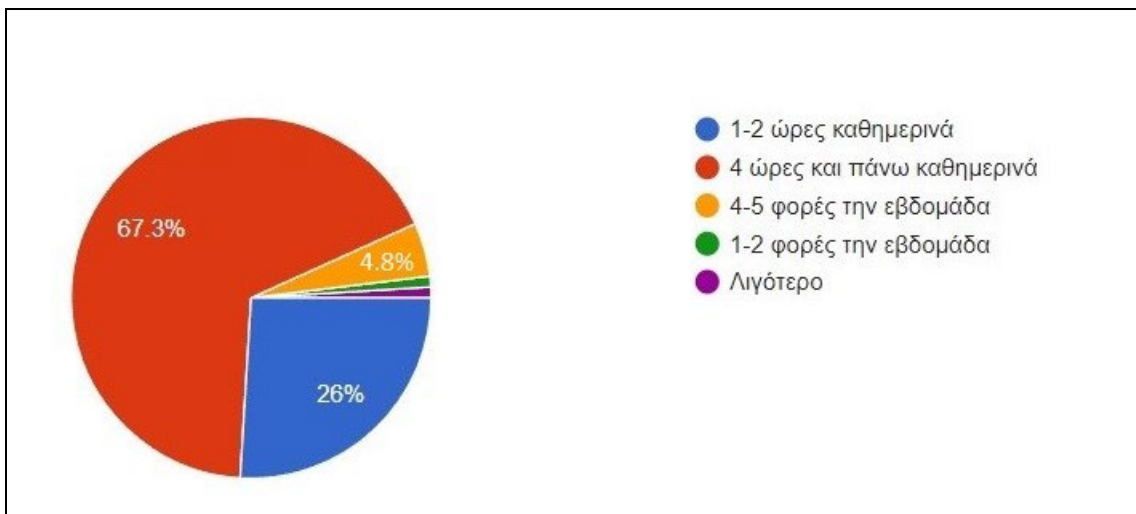
# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

## Αποτελέσματα έρευνας

### 6.1 Στοιχεία έρευνας σε σχέση με το διαδίκτυο

Οι ερωτήσεις 5-8 του ερωτηματολογίου αποσκοπούσαν στη συλλογή στοιχείων σχετικά με την χρήση του διαδικτύου.

**Ερώτηση 5:** Πόσο συχνά χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού;



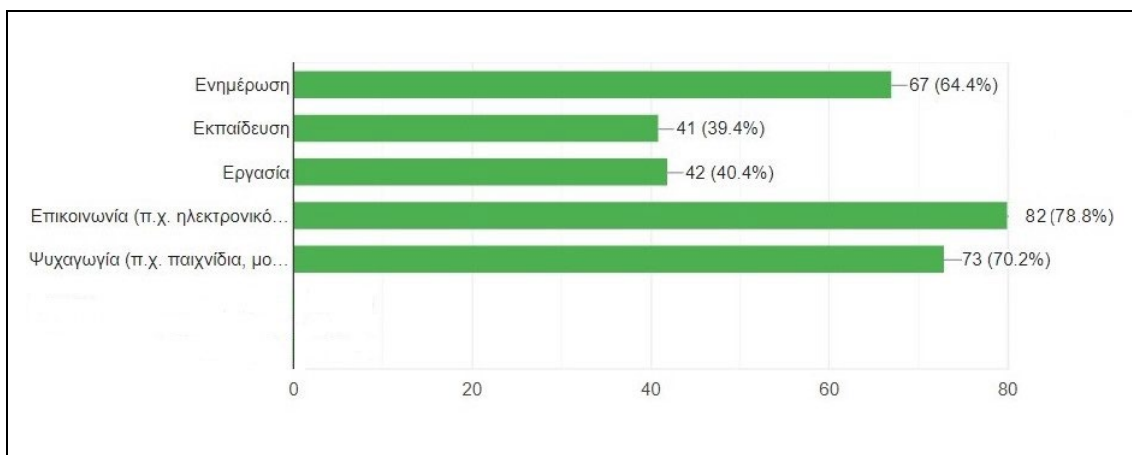
Πίνακας 5 : Αποτελέσματα συχνότητας διαδικτύου

Η σκοπιμότητα της ερώτησης 5 είναι για να εξετάσει την συχνότητα του κοινού στην χρήση του διαδικτύου προκειμένου να διερευνηθεί η εξοικείωση του με την τεχνολογία. Βάση των απαντήσεων προκύπτει ότι η πλειοψηφία του κοινού με 93,3% χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση το διαδίκτυο με το μεγαλύτερο ποσοστό



67,3% να δηλώνει πως αφιερώνει 4 ώρες και πάνω. Το 5,8% το χρησιμοποιούν σε εβδομαδιαία βάση ενώ μόλις 1% λιγότερο.

**Ερώτηση 6:** Για ποιο λόγο χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού; (Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες μπορούν να επιλέξουν πάνω από μια απάντηση).

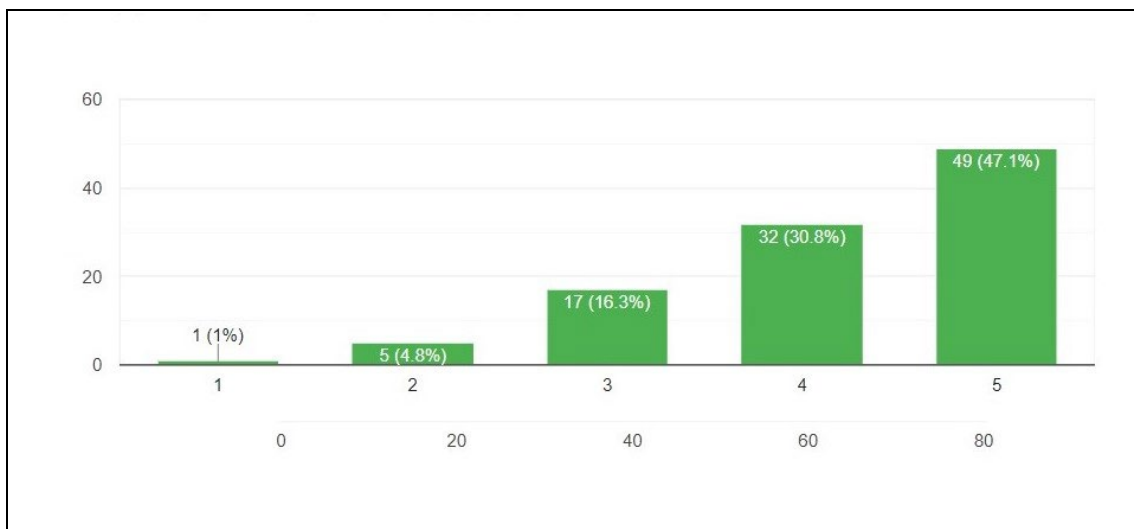


Πίνακας 6 : Αποτελέσματα λόγων χρήσης του διαδικτύου

Η σκοπιμότητα της ερώτησης 6 είναι για να εξετάσει τους λόγους χρήσης του διαδικτύου ώστε να καταγραφούν μέσω των απαντήσεων οι ανάγκες του κοινού ειδικά την περίοδο του εγκλεισμού. Μέσω των αποτελεσμάτων προκύπτει ότι το μεγαλύτερο μέρος του κοινού χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού για επικοινωνία με 78,8%, δεύτερη θέση κατέχει η ψυχαγωγία με 70,2%, ακολουθεί η ενημέρωση με 64,4% ενώ με μικρή διαφορά μεταξύ τους είναι η εργασία με 40,4% και η εκπαίδευση με 39,4%. Συνεπώς, το ηλεκτρονικό δίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σύμφωνα με τους ερωτηθέντες αποτέλεσαν την μεγαλύτερη ανάγκη κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Τα υψηλά ποσοστά στις κατηγορίες εκπαίδευση και εργασία δικαιολογούνται λόγο της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης και εργασίας που κρίθηκε αναγκαία κατά το διάστημα της καραντίνας.

**Ερώτηση 7:** Αξιολογήστε την ικανότητα σας στην χρήση του διαδικτύου.

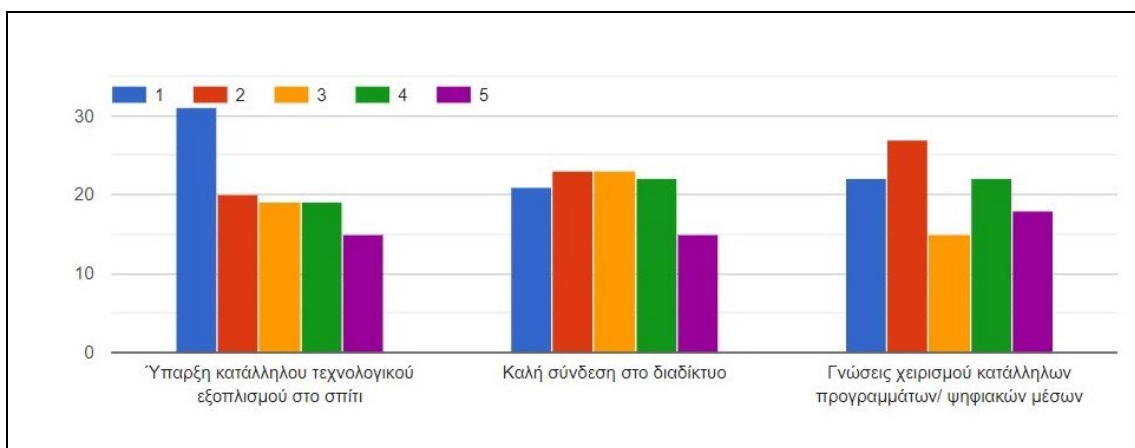
(Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες επέλεξαν την απάντηση 1 ως καθόλου καλή, την απάντηση 2 ως λιγότερο καλή, την απάντηση 3 ως μέτρια, την απάντηση 4 ως καλή και την απάντηση 5 ως πολύ καλή).



Πίνακας 7 : Αποτελέσματα ικανότητας χρήσης του διαδικτύου

Η σκοπιμότητα της ερώτησης 7 είναι για να διαπιστώσει την ικανότητα και την εξοικείωση του κοινού σε σχέση με τα Τ.Π.Ε. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού έρχεται σε επαφή με τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο καθώς αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας του. Τα αποτελέσματα της ερώτησης φανερώνουν ότι το μεγαλύτερο μέρος του κοινού με 47,1% θεωρεί πολύ καλή την ικανότητα του στο διαδίκτυο, ακολουθεί το 30,8% χαρακτηρίζοντας την ως καλή, το 16,3% έως μέτρια ενώ μόλις το 4,8% θεωρεί ως λιγότερη καλή και 1% ως καθόλου καλή.

**Ερώτηση 8:** Βαθμολογήστε από το 1 (καθόλου) μέχρι το 5 (πάρα πολύ) τον βαθμό δυσκολίας που αντιμετωπίσατε κατά την διάρκεια της πανδημίας σε σχέση με την ύπαρξη κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού στο σπίτι, την σύνδεση στο διαδίκτυο και τις γνώσεις χειρισμού κατάλληλων προγραμμάτων/ψηφιακών μέσων.



Πίνακας 8 : Αποτελέσματα βαθμού δυσκολίας με τα Τ.Π.Ε.

Η σκοπιμότητα της ερώτησης 8 είναι για να καταγράψει πιθανές δυσκολίες σε σχέση με τα Τ.Π.Ε. Η πανδημία έφερε στο προσκήνιο την ανάγκη συχνότερης χρήσης των τεχνολογικών μέσων δημιουργώντας σε κάποιες περιπτώσεις ελλείψεις στην πρόσβαση ψηφιακής τεχνολογίας. Οι απαντήσεις του κοινού οδηγούν στο συμπέρασμα ότι το μεγαλύτερο μέρος του κοινού στην ερώτηση για την ύπαρξη κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού στο σπίτι απάντησε ότι διαθέτει τα απαραίτητα κατά 29,8%. Οι περισσότερες όμως απαντήσεις συγκεντρώθηκαν μεταξύ 2-4 στην κλίμακα όπου συνολικά κατά 55,7% δείχνουν πως ένα μεγάλο μέρος των ερωτηθέντων διαθέτει τεχνολογικό εξοπλισμό στο σπίτι αλλά όχι επαρκή. Ενώ, το 14,4% του κοινού φαίνεται να αντιμετώπισε σημαντικές ελλείψεις όσο αναφορά τον τεχνολογικό εξοπλισμό.

Στην ερώτηση που αφορά την καλή σύνδεση στο διαδίκτυο το 20,1% απάντησε απόλυτα ευχαριστημένο ενώ το μεγαλύτερο μέρος παρατηρείται πάλι μεταξύ 2-4 στην κλίμακα κατά 65,3% γεγονός που δείχνει ότι άλλοι σε μεγαλύτερο και άλλοι σε μικρότερο βαθμό αντιμετώπισαν προβλήματα με την σύνδεση τους. Από την άλλη το 14,4% είναι απόλυτα δυσαρεστημένο με την σύνδεση στο διαδίκτυο.

Στην τελευταία ερώτηση σε σχέση με τις γνώσεις χειρισμού κατάλληλων προγραμμάτων/ψηφιακών μέσων το 21,1% θεωρεί πως δεν αντιμετωπίζει καμία δυσκολία, το 25,9% επιλέγει την κατηγορία 2 στο βαθμό δυσκολίας αφήνοντας περιθώρια κάποιων δυσκολιών, το 14,4% βρίσκεται στην μέση με την κατηγορία 3. Ενώ το 21,1% φαίνεται να αντιμετωπίζει αρκετές δυσκολίες και το 17,3%

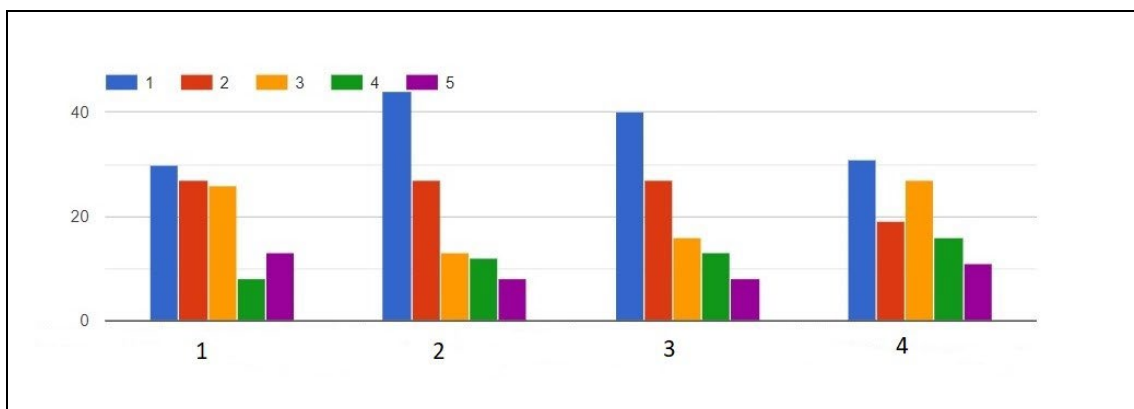
ακόμα περισσότερες. Στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν παρατηρούνται μεγάλες αποκλίσεις από την μια επιλογή στην άλλη, αν και ένα μεγάλο ποσοστό 47% θεωρεί πως κατέχει σε σημαντικό βαθμό τις κατάλληλες γνώσεις, το 38,4% πιστεύει πως αντιμετωπίζει δυσκολίες στον χειρισμό κατάλληλων προγραμμάτων.

## 6.2 Επιδράσεις πανδημίας στη σχέση μουσειούκοινού

Οι ερωτήσεις 9 – 23 του ερωτηματολογίου αφορούσαν τις επιδράσεις της πανδημίας στη σχέση του μουσείου με το κοινό τόσο κατά την διάρκεια της πανδημίας όσο και μελλοντικά.

**Ερώτηση 9:** Βαθμολογήστε από το 1 (καθόλου) μέχρι το 5 (πάρα πολύ) τον βαθμό συχνότητας στα παρακάτω:

1. Συχνότητα επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους/μουσεία πριν την εφαρμογή των μέτρων που λήφθηκαν κατά την εξάπλωση του COVID-19
2. Συχνότητα ψηφιακών επισκέψεων σε μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού
3. Συχνότητα χρήσης των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης πολιτιστικών οργανισμών, που διέθεταν την επιλογή παρακολούθησης δράσεων πριν την εμφάνιση της πανδημίας
4. Συχνότητα χρήσης των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης πολιτιστικών οργανισμών για ψυχαγωγία και επικοινωνία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού



## Πίνακας 9 : Αποτελέσματα συχνότητας πριν και μετά των εγκλεισμό

Η σκοπιμότητα της ερώτησης είναι για εντοπιστεί κατά πόσο άλλαξε η συχνότητα επισκέψεων σε φυσικούς/ψηφιακούς χώρους αλλά και η χρήση των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης στους πολιτιστικούς οργανισμούς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Βάση των απαντήσεων προκύπτει ότι:

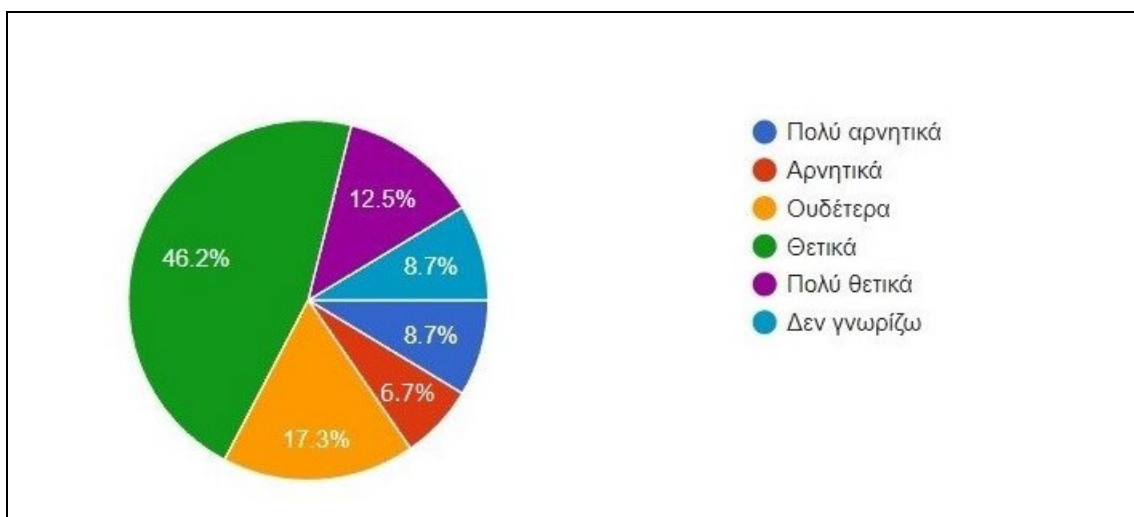
1. Στην πρώτη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό 82% απάντησε πως είτε δεν επισκέπτονταν καθόλου αρχαιολογικούς χώρους πριν την εφαρμογή των μέτρων κατά του COVID-19 (28,8%) είτε επισκέπτονταν κάποιος από αυτούς σπάνια (52%). Μόλις το 20% πραγματοποιούσε συχνές επισκέψεις σε μουσεία.
2. Στην δεύτερη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό 83,5% απάντησε πως είτε δεν επισκέφτηκε ποτέ κάποιο ψηφιακό μουσείο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού (42,3%) είτε πραγματοποίησε ελάχιστες επισκέψεις (39,5%). Μόλις το 19,6% πραγματοποιούσε συχνές ψηφιακές επισκέψεις το συγκεκριμένο διάστημα.

Συγκριτικά με τις δυο παραπάνω ερωτήσεις παρατηρείται ότι το ποσοστό των ανθρώπων που δεν επισκέπτονταν αρχαιολογικούς χώρους πριν την πανδημία δεν επιλέγει να πραγματοποιήσει και κάποια ψηφιακή. Όπως επισημαίνεται από την Unesco (2021) το κοινό το οποίο επισκέπτεται ήδη μουσεία αυτό είναι που θα χρησιμοποιήσει και την εικονική επίσκεψη. Με την διαπίστωση αυτή να δημιουργεί τον προβληματισμό κατά πόσο σε αυτή την περίπτωση η ψηφιακή τεχνολογία λειτουργεί βοηθητικά και όχι ενισχύοντας τον αποκλεισμό ατόμων (Unesco, 2021: 23). Σύμφωνα με την έρευνα μεγάλη αύξηση του ποσοστού εντοπίζεται στην ερώτηση 2 όπου το 42,3% δεν έχει επισκεφτεί κανένα μουσείο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού, παρατηρώντας ότι το ποσοστό των ανθρώπων που στην πρώτη ερώτηση είχαν επισκεφτεί έστω κάποιες φορές μουσεία κατά την διάρκεια της πανδημίας δεν επιλέγει να το κάνει. Από την άλλη το ποσοστό των επισκεπτών που πραγματοποιούσαν και πριν την πανδημία επισκέψεις δεν φαίνεται να αλλάζει σημαντικά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού.

3. Στην Τρίτη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό 38,4% δεν παρακολουθούσε καθόλου τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης των πολιτιστικών οργανισμών πριν την πανδημία είτε παρακολουθούσε από λίγο 15,3% έως ελάχιστα 25,9%. Το 20,5% των επισκεπτών παρακολουθούσε πάρα πολύ ή πολύ τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης.
4. Στην τέταρτη ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό 29,8% δεν παρακολουθούσε καθόλου τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης των πολιτιστικών οργανισμών κατά την διάρκεια του εγκλεισμού, το 18,2% παρακολουθούσε ελάχιστα ενώ το 25,9% παρακολουθούσε σε μέτριο βαθμό. Το 26,3% παρακολουθούσε από πάρα πολύ μέχρι πολύ τα κοινωνικά δίκτυα των πολιτιστικών οργανισμών.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν σημαντικό κομμάτι σύνδεσης του μουσείου με το κοινό καθώς μπορούν να προωθήσουν την ιστοσελίδα τους, πολιτιστικά προϊόντα, εκδηλώσεις και ψηφιακές δράσεις (Martel S & Vitulli R, 2021:17). Για τον λόγο αυτό πολλά ήταν τα μουσεία τα οποία κατά την διάρκεια της πανδημίας έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στην βελτίωση της εικόνας τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό που προκύπτει βάση των παραπάνω απαντήσεων είναι ότι το ποσοστό των ανθρώπων που παρακολουθούσαν τους λογαριασμούς των πολιτιστικών οργανισμών πριν την πανδημία, κατά την διάρκεια του εγκλεισμού έχει αυξηθεί σε όλες τις βαθμίδες συχνότητας. Η διαπίστωση αυτή οδηγεί στο συμπέρασμα πως τα μουσεία κατάφεραν μέσω των συχνών αναρτήσεων να βελτιώσουν τα ποσοστά συμμετοχής του κοινού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

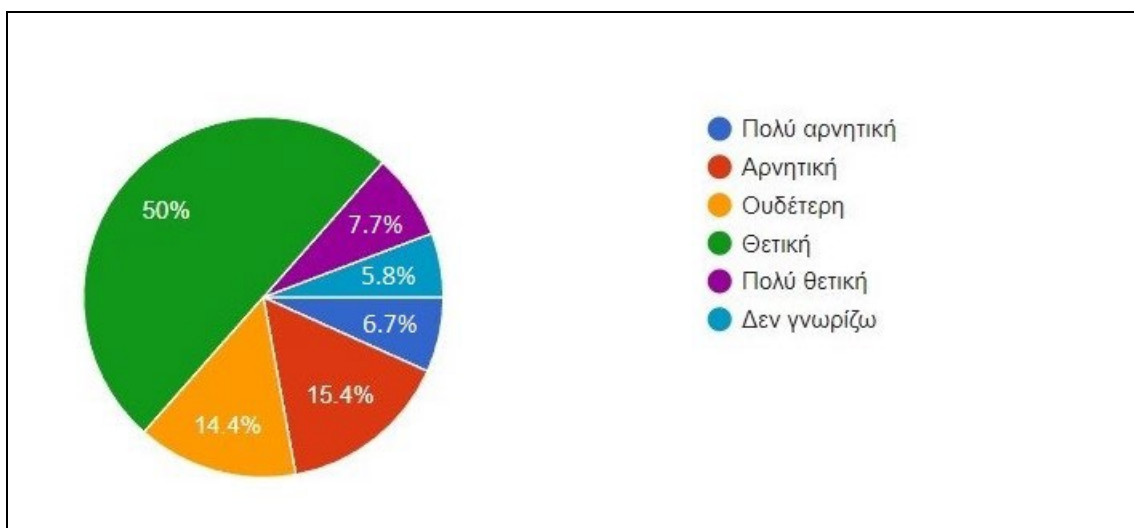
**Ερώτηση 10:** Πως πιστεύετε ότι επέδρασε η πανδημία στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό του;



Πίνακας 10 : Αποτελέσματα νέων τρόπων επικοινωνίας μουσείου-κοινού

Η ερώτηση στοχεύει να εντοπίσει πως το κοινό αντιλαμβάνεται την επίδραση της πανδημίας σχετικά με την εύρεση νέων τρόπων επικοινωνίας των μουσείων. Τόσο η ανάπτυξη της τεχνολογίας όσο και η εμφάνιση της πανδημίας οδήγησε σε σημαντικές αλλαγές στους τρόπους λειτουργίας των πολιτιστικών οργανισμών (Salvi et al, 2020). Όλες οι ψηφιακές δράσεις που δημιούργησε ένα μουσείο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού έχουν ως στόχο την επικοινωνία του μουσείου με το κοινό. Σύμφωνα με τις απαντήσεις το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων κατά 46,2% θεωρεί θετική την επίδραση της πανδημίας στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό ενώ το 17,3% θεωρεί ουδέτερη την επίδραση της πανδημίας ως προς τον τομέα της επικοινωνίας. Ακολουθεί το 12,5% το οποίο θεωρεί πολύ θετική την αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας ενώ ισάριθμα μοιράζονται το 17,4% οι απαντήσεις που είτε δεν γνωρίζουν είτε θεωρούν πολύ αρνητική την επίδραση της πανδημίας στο συγκεκριμένο τομέα.

**Ερώτηση 11:** Τι επίπτωση πιστεύετε ότι είχε η νέα αυτή συνθήκη επικοινωνίας μεταξύ του μουσείου με το κοινό;

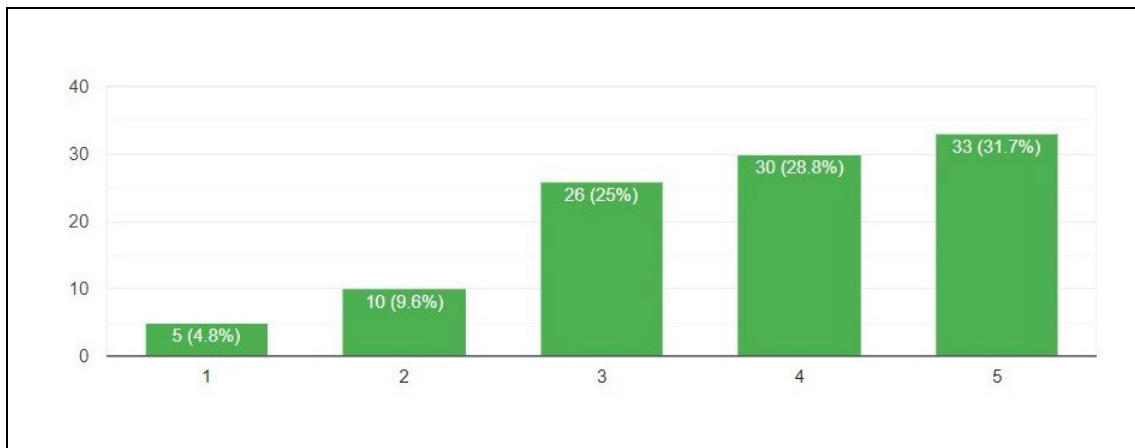


Πίνακας 11 : Αποτελέσματα επικοινωνίας μουσείου-κοινού

Η ερώτηση στοχεύει να εντοπίσει κατά πόσο τα μουσεία κατάφεραν να επικοινωνήσουν με το κοινό τους κατά την διάρκεια της πανδημίας. Σύμφωνα με την έρευνα του NEMO (2020) 2 στα 5 μουσεία ανέφεραν αύξηση στις διαδικτυακές επισκέψεις μεταξύ 10 και 150% κατά την διάρκεια της έρευνας διαπιστώνοντας ότι ένα σημαντικό ποσοστό κατάφερε να προσεγγίσει το κοινό την περίοδο του εγκλεισμού. Μέσω των απαντήσεων προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων κατά 50% θεωρεί ότι η νέα αυτή συνθήκη επέφερε θετικά αποτελέσματα στην επικοινωνία του μουσείου με το κοινό. Το 15,4% θεωρεί αρνητική την επίδραση ενώ το 14,4% ουδέτερη. Σύμφωνα με τις απαντήσεις 10 και 11 προκύπτει ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων πιστεύει πως τα μουσεία κατάφεραν στην συγκεκριμένη συνθήκη να δημιουργήσουν νέα μέσα και τελικά να επικοινωνήσουν με το κοινό τους.

**Ερώτηση 12:** Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι συνέβαλε η τεχνολογία στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού; Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες επέλεξαν την απάντηση 1 ως καθόλου, την απάντηση 2 ως λίγο, την απάντηση 3 ως μέτριο, την απάντηση 4 ως μεγάλο και την απάντηση 5 ως πολύ μεγάλο

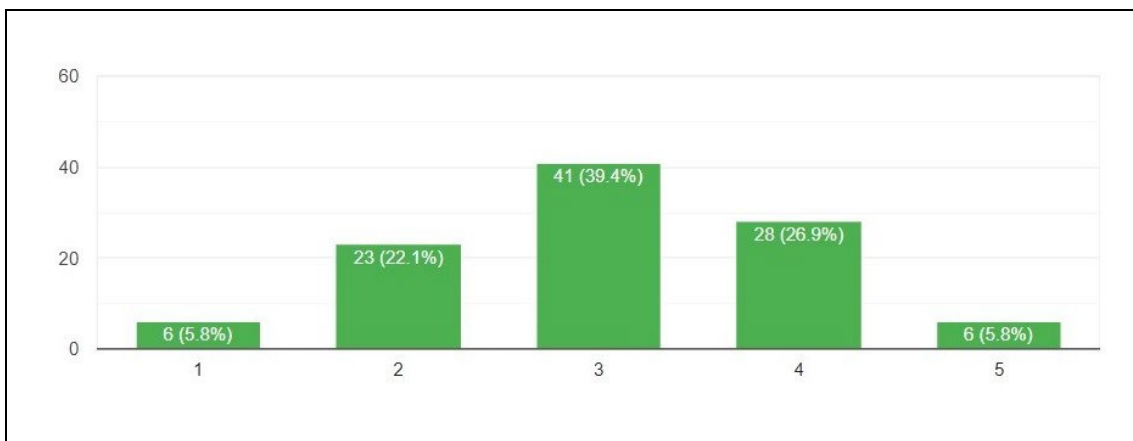




Πίνακας 12 : Αποτελέσματα επικοινωνίας μουσείου-κοινού σε σχέση με την τεχνολογία

Η ερώτηση στοχεύει να καταγράψει τον βαθμό στον οποίο συνέβαλε η τεχνολογία σε σχέση με την επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Η πανδημία COVID-19 έχει επιταχύνει την υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών (Raimo, Turi, Ricciardelli, & Vitolla, 2021). Βάση των απαντήσεων της έρευνας το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων 31,7% θεωρεί πως η τεχνολογία συνέβαλε σε πολύ μεγάλο βαθμό στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού, ακολουθεί το 28,8% που πιστεύει ότι συνέβαλε σε μεγάλο βαθμό και το 25% σε μέτριο βαθμό. Σύμφωνα με έρευνα του μουσείου Innovation Barometer 2021 αποδεικνύει πως ο βασικός λόγος εισαγωγής νέων τεχνολογιών στα μουσεία όπως η επαυξημένη πραγματικότητα, η εικονική πραγματικότητα και η μικτή πραγματικότητα ήταν η εμφάνιση της πανδημίας ( Giannini & Bower, 2022: 195). Η τεχνολογία βοήθησε ώστε να δημιουργηθούν νέα κανάλια επικοινωνίας μεταξύ μουσείου-κοινού.

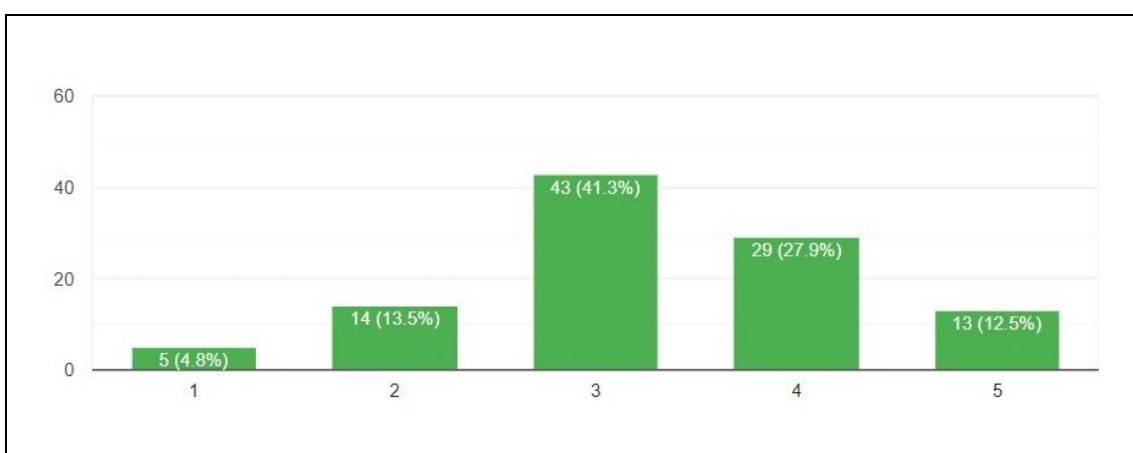
**Ερώτηση 13:** Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε από την χρήση των νέων τεχνολογιών στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού στα μουσεία της Ελλάδας και της Κύπρου; Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες επέλεξαν την απάντηση 1 ως καθόλου, την απάντηση 2 ως λίγο, την απάντηση 3 ως μέτρια, την απάντηση 4 ως αρκετά και την απάντηση 5 ως πολύ.



Πίνακας 13 : Αποτελέσματα χρήσης νέων τεχνολογιών στα μουσεία της Ελλάδας και της Κύπρου

Η ερώτηση αποσκοπεί στο να καταγράψει κατά πόσο κατάφερε η χρήση νέων τεχνολογιών να προβάλλει την πολιτιστική κληρονομιά κατά την συνθήκη του εγκλεισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Κύπρο. Τα αποτελέσματα της ερώτησης δείχνουν ότι η πλειοψηφία του κοινού κατά 39,4% θεωρεί μέτρια την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού, κατά 26,9% αρκετή ενώ ακολουθούν οι απαντήσεις κατά 22,1% που πιστεύουν ότι η προβολή δεν ήταν επαρκής.

**Ερώτηση 14:** Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε από την χρήση των νέων τεχνολογιών στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά μουσεία; (εκτός της Ελλάδας και της Κύπρου)

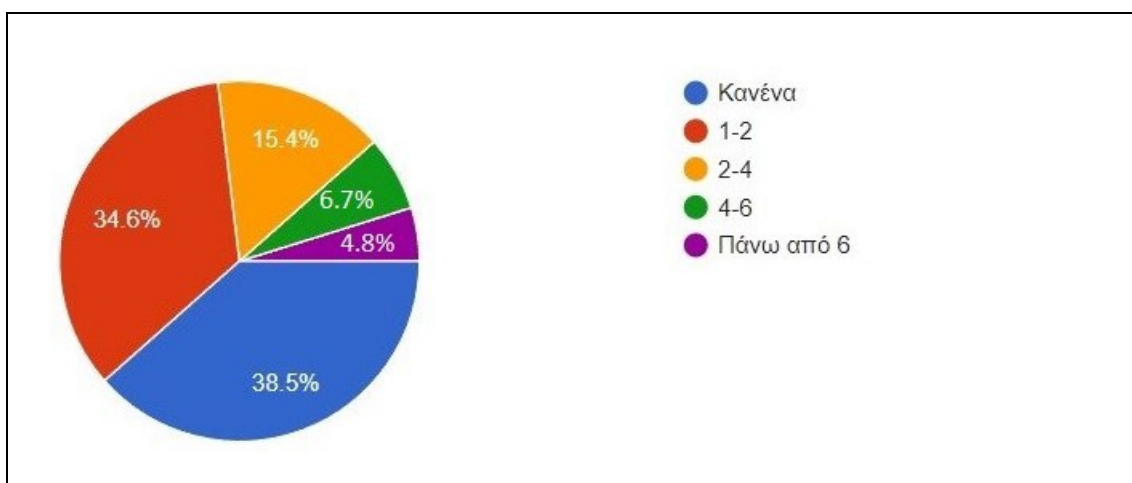


Πίνακας 14 : Αποτελέσματα χρήσης νέων τεχνολογιών στα ευρωπαϊκά μουσεία

Η ερώτηση αποσκοπεί στο να καταγράψει κατά πόσο κατάφερε η χρήση νέων τεχνολογιών να προβάλλει την πολιτιστική κληρονομιά κατά την συνθήκη του εγκλεισμού στα ευρωπαϊκά μουσεία. Σύμφωνα με τις απαντήσεις η πλειοψηφία του κοινού κατά 41,3% θεωρεί μέτρια την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού, κατά 27,9% αρκετή ενώ ακολουθούν οι απαντήσεις κατά 13,5% που πιστεύουν ότι η προβολή δεν ήταν επαρκής.

Η πολιτιστική κληρονομία με την ανοιχτή διαδικτυακή πρόσβαση στις ψηφιακές εφαρμογές αποτελεί μια ευκαιρία για ανάπτυξη και δημιουργική διαδικασία για την διατήρηση του πολιτισμού. Η περίοδος της πανδημίας απέδειξε ότι η τέχνη σε όλες τις μορφές προσφέρει πέρα από την δυνατότητα δημιουργικής έκφρασης και μια βασική πηγή διασκέδασης από το σπίτι ( Micheli, 2020: 80). Σύμφωνα με την ερώτηση 13 και 14 οι απαντήσεις με μικρές αποκλίσεις κυμαίνονται στο ίδιο συμπέρασμα. Οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι η χρήση νέων τεχνολογιών κατάφερε σε μέτριο βαθμό να προβάλλει την πολιτιστική κληρονομία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού τόσο στα ευρωπαϊκά μουσεία γενικότερα όσο και στα μουσεία της Ελλάδας και της Κύπρου ειδικότερα.

**Ερώτηση 15:** Πόσα ευρωπαϊκά μουσεία επισκεφτήκατε διαδικτυακά αυτό το διάστημα;

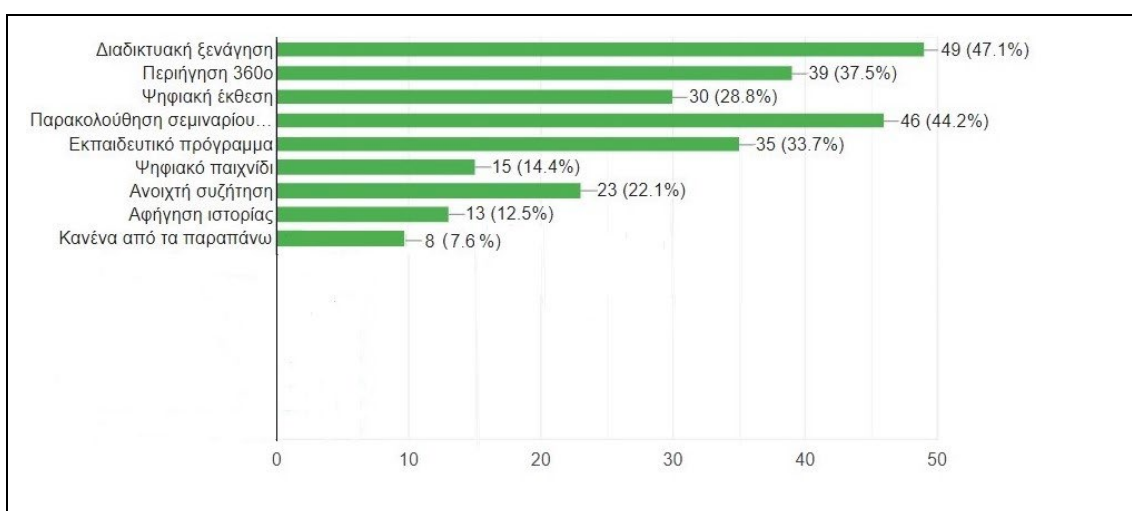


Πίνακας 15 : Αποτελέσματα διαδικτυακών επισκέψεων σε ευρωπαϊκά μουσεία

Η ερώτηση στοχεύει να διαπιστώσει τον αριθμό των μουσείων όπου οι ερωτηθέντες επισκέφτηκαν διαδικτυακά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Από

τις απαντήσεις των ερωτηθέντων διαφαίνεται ότι το 38,5% δεν επισκέφτηκε κανένα μουσεία το συγκεκριμένο διάστημα, ακολουθεί το 34,6% όπου επισκέφτηκε από 1 μέχρι 2 μουσεία και έπεται το 15,4% όπου επισκέφτηκε 2-4 μουσεία. Μικρά ποσοστά συγκεντρώνουν οι επισκέψεις από 4 μουσεία και πάνω. Συμπερασματικά, αν και ένα σημαντικό ποσοστό των μουσείων φαίνεται να ανταποκρίθηκε έγκαιρα και διέθετε ποικίλες ψηφιακές επιλογές στο κοινό παρατηρείται βάση της συγκεκριμένης έρευνας μικρή ψηφιακή πρόσβαση κατά την περίοδο της πανδημίας.

**Ερώτηση 16:** Παρακολουθήσατε κάποιες από τις παρακάτω δράσεις διαδικτυακά; (Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογές).

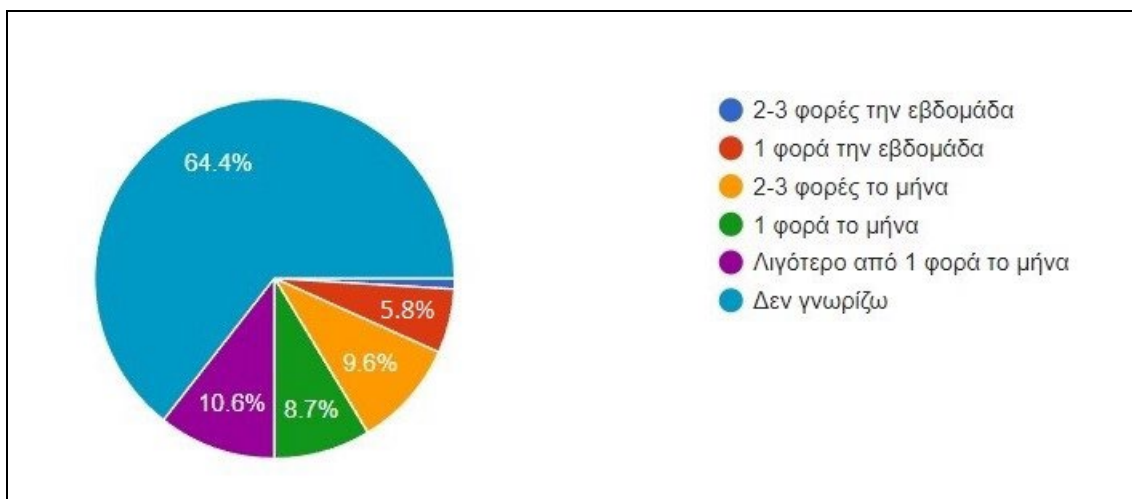


Πίνακας 16 : Αποτελέσματα διαδικτυακών δράσεων

Η συγκεκριμένη ερώτηση στοχεύει να διερευνήσει τις επιλογές του κοινού στις διαδικτυακές δράσεις που επέλεξε να παρακολουθήσει το διάστημα αυτό. Για την αντιμετώπιση της κρίσης του Covid-19 πολλά πολιτιστικά ιδρύματα αξιοποιούν τα οφέλη της ψηφιακής τεχνολογίας δημιουργώντας, ψηφιακές εκθέσεις, εικονικές περιηγήσεις 360°, ψηφιακά παιχνίδια, εκπαιδευτικά προγράμματα, διαδικτυακές ξεναγήσεις και εκδηλώσεις ( Tan et al., 2021). Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν το μεγαλύτερο ποσοστό κατά 47,1% επέλεξε την διαδικτυακή ξενάγηση, με μικρή διαφορά κατά 44,2% ακολουθεί η παρακολούθηση σεμιναρίου ή επιστημονικής διάλεξης. Έπειτα κατά 37,5% συγκέντρωσε η περιήγηση 360°, κατά 33,7% κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα και κατά 28,8% η ψηφιακή έκθεση. Μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν η

ανοιχτή συζήτηση (22,1%), το ψηφιακό παιχνίδι ( 14,4%) και η αφήγηση ιστορίας (12,5%). Μόλις το 7,6% δεν επέλεξε να παρακολουθήσει καμία από τις παραπάνω επιλογές γεγονός που δείχνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό παρακολούθησε έστω και μια δράση διαδικτυακά.

**Ερώτηση 17:** Πόσο συχνά το αγαπημένο σας μουσείο δημιουργούσε μια νέα δράση κατά την διάρκεια του εγκλεισμού;



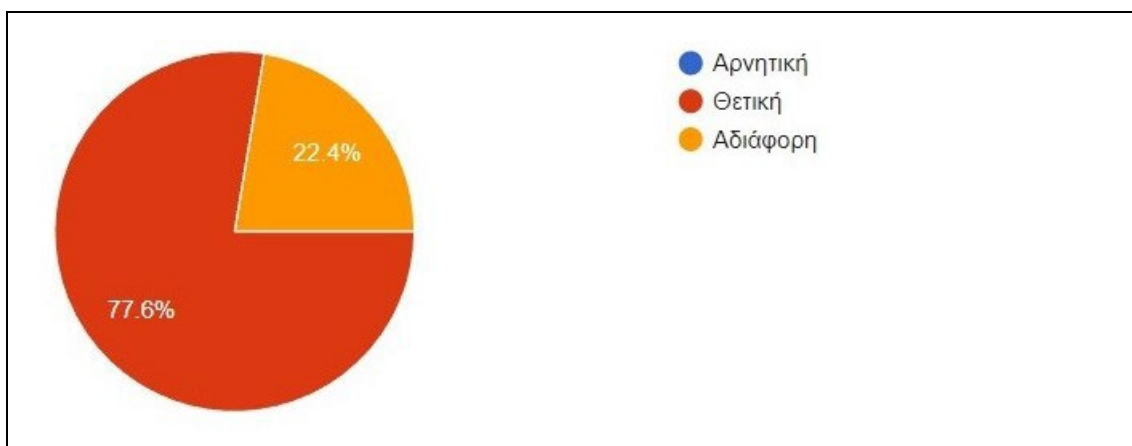
Πίνακας 17 : Αποτελέσματα συχνότητας νέων δράσεων

Η συγκεκριμένη ερώτηση στοχεύει να εντοπίσει την συχνότητα όπου τα μουσεία δημιουργούσαν μια νέα δράση κατά την διάρκεια του εγκλεισμού με σκοπό να εντοπιστεί πόσο ενεργά ήταν τα μουσεία. Τα μουσεία, αναζητούν καινοτόμους τρόπους επαφής με τους επισκέπτες μέσω ψηφιακών τεχνολογιών αιχμής (Tan et al, 2021, Tscheu & Buhalis, 2016). Κατά την διάρκεια της πανδημίας η ανάγκη αυτή γίνεται πιο έντονη με τα περισσότερα μουσεία να προσπαθούν να έχουν όσο πιο συχνή επικοινωνία γίνεται με το κοινό. Σύμφωνα με τις απαντήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό με διαφορά των ερωτηθέντων (64,4%) απάντησε πως δεν γνωρίζει την συχνότητα των νέων δράσεων του μουσείου που προτιμά. Ακολουθεί με 10,6% το λιγότερο από 1 φορά το μήνα και με 9.6% το 2-3 φορές το μήνα.

**Ερώτηση 18α:** Αναφέρατε ένα ευρωπαϊκό μουσείο το οποίο επισκεφθήκατε διαδικτυακά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού.

Η συγκεκριμένη ερώτηση στοχεύει να καταγράψει τα μουσεία που επισκέφτηκε διαδικτυακά σε μεγαλύτερο ποσοστό το κοινό. Από τους 104 ερωτηθέντες που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στην συγκεκριμένη ερώτηση απάντησαν οι 72 από αυτούς. Το 15,2% προτίμησε το μουσείο του Λούβρου, το 11,1% απάντησε πως δεν επισκέφτηκε κανένα μουσείο αυτό το διάστημα, ενώ ακολουθεί με 9,7% το Βρετανικό Μουσείο, με 8,3% το Tate Museum και με 5,5% το Μουσείο Van Gogh. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα μουσεία που βρίσκονται στις πρώτες επιλογές του κοινού ήταν αυτά που ήταν και πιο ενεργά στις ιστοσελίδες και διέθεταν αρκετές επιλογές στους επισκέπτες. Πιο συγκεκριμένα το μουσείο του Λούβρου παρείχε εικονική περιήγηση, εφαρμογή για κινητά και πολλές δράσεις (Lounre, 2022), το Βρετανικό μουσείο από την άλλη διέθετε δωρεάν περιήγηση στις αίθουσες του μουσείου (The British Museum, 2022) ενώ το Tate Museum προσέφερε επαυξημένη πραγματικότητα (Tate Museum, 2022). Οι υπόλοιπες απαντήσεις δεν παρουσιάζουν ομοιότητες συνεπώς δεν μπορεί να προκύψει ποσοστό απαντήσεων. Ενδεικτικά αναφέρονται μερικά από τα μουσεία που επισκέφτηκε το κοινό: MOMA Νέας Υόρκης, το Μουσείο της Ακρόπολης, Μουσείο Victoria and Albert, Rijksmuseum και Musee d'Orsay.

**Ερώτηση 18β:** Ποία η εμπειρία σας από αυτήν την επίσκεψη;

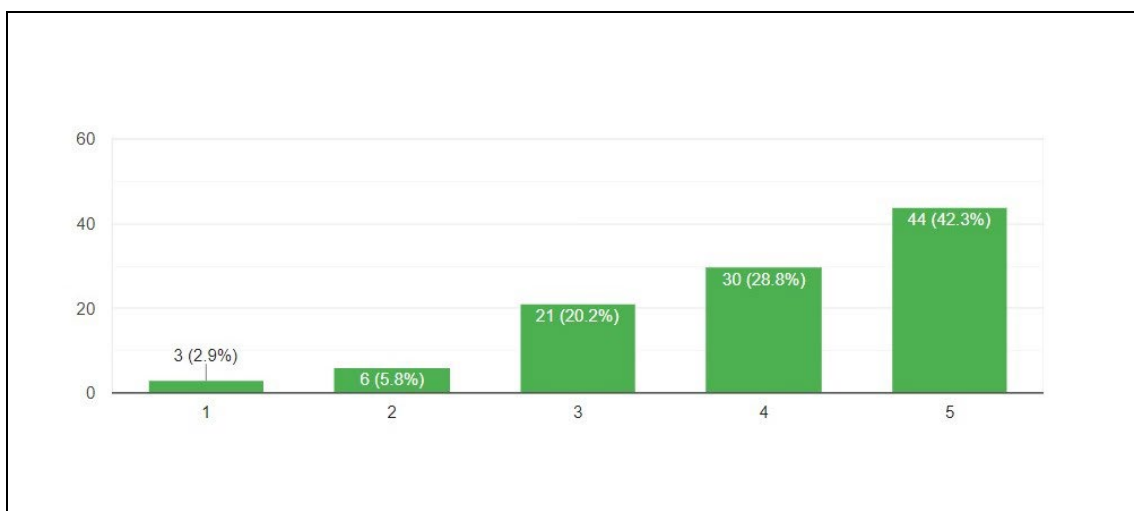


Πίνακας 18 : Αποτελέσματα εμπειρίας επίσκεψης

Η συγκεκριμένη ερώτηση ή οποία συνδέεται με την ερώτηση 18α στοχεύει να καταγράψει την γνώμη των επισκεπτών σε σχέση με την εμπειρία που αποκόμισε από το διαδικτυακό μουσείο που επέλεξε να επισκεφτεί. Η πλειοψηφία των

ερωτηθέντων κατά 77.6% απάντησε πως η εμπειρία επίσκεψης ήταν θετική ενώ το 22,4% απάντησε πως ήταν αδιάφορη.

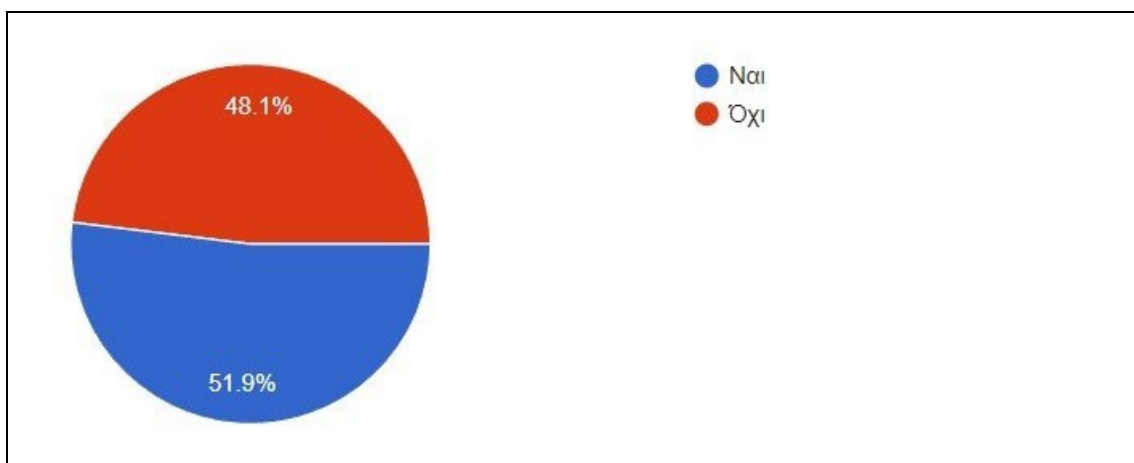
**Ερώτηση 19:** Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι συμβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία των μουσείων με το κοινό; Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες επέλεξαν την απάντηση 1 ως καθόλου, την απάντηση 2 ως λίγο, την απάντηση 3 ως μέτρια, την απάντηση 4 ως μεγάλο και την απάντηση 5 ως πολύ μεγάλο.



Πίνακας 19 : Αποτελέσματα συμβολής μέσων κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με την επικοινωνία

Η ερώτηση στοχεύει να καταγράψει την γνώμη των ερωτηθέντων σε σχέση με τον βαθμό συμβολής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία του μουσείου με το κοινό. Σύμφωνα με τον Scott τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καταλαμβάνουν σημαντικό μέρος της διαδικτυακής επικοινωνίας και είναι εξαιρετικά δημοφιλή σε όλο τον κόσμο (Scott, 2015: 213). Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με 42,3% πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλουν σε πολύ μεγάλο βαθμό στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου-κοινού. Ακολουθεί το 28,8% όπου πιστεύει ότι παίζουν σημαντικό ρόλο, το 20,2% θεωρεί μέτρια την συμβολή τους ενώ μικρό ποσοστό συγκεντρώνουν οι υπόλοιπες απαντήσεις.

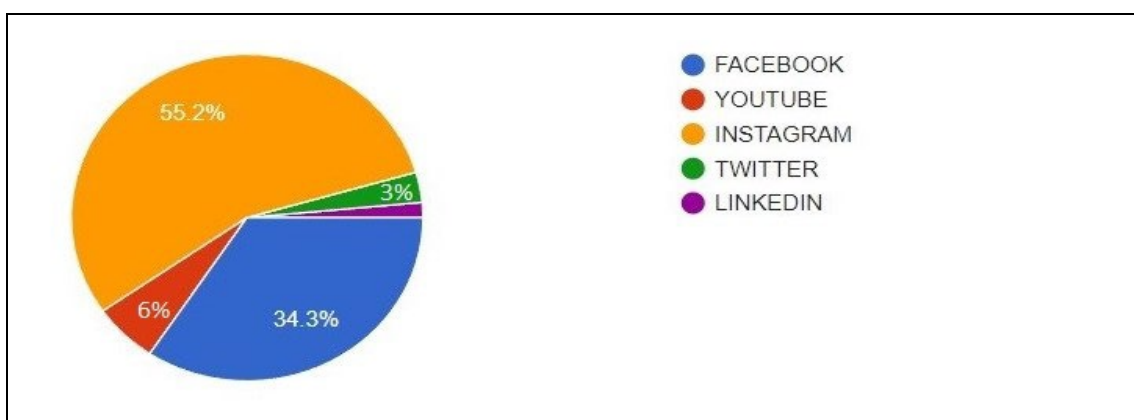
**Ερώτηση 20:** Ακολουθείτε κάποιο/κάποια μουσεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



Πίνακας 20 : Αποτελέσματα ακολούθων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων

Η ερώτηση στοχεύει να καταγράψει τον αριθμό ακολούθων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων. Σύμφωνα με την έρευνα του ICOM αν και τα περισσότερα μουσεία διέθεταν ήδη παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την διάρκεια της πανδημίας παρατηρείται αύξηση της ψηφιακής επικοινωνίας κατά 15%. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με 51.9% ακολουθεί κάποιο/κάποια μουσεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενώ με μικρή διαφορά ακολουθούν με 48.1% όσοι δεν ακολουθούν κανένα μουσείο.

**Ερώτηση 21:** Αν ναι, ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης προτιμάτε περισσότερο;



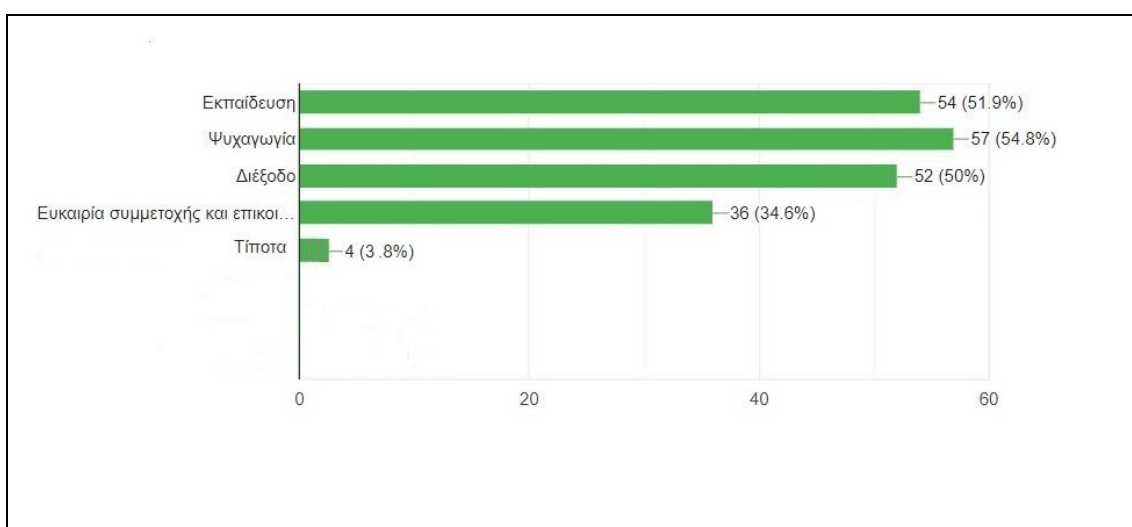
Πίνακας 21 : Αποτελέσματα προτίμησης μέσων κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων

Η συγκεκριμένη ερώτηση αφορά όσους έδωσαν θετική απάντηση στην παραπάνω ερώτηση και σκοπός της είναι να εντοπίσει την σειρά προτίμησης του κοινού στα διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων. Σύμφωνα με τις



απαντήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων προτιμάει με 55,2% το Instagram ενώ δεύτερη επιλογή είναι το Facebook με 34,3%. Ιδιαίτερα μικρή προτίμηση καταγράφεται στο Youtube, το Twitter και το Linkedin. Αντίθετα, σύμφωνα με την έρευνα του NEMO οι πολιτιστικοί οργανισμοί προτιμούν περισσότερο το facebook με 80% και έπειτα το Instagram με σχεδόν 20% ως πλατφόρμα επιλογής για τις δραστηριότητες τους. Συνεπώς, προκύπτει μια σημαντική διαφορά στην επιλογή προτίμησης του μουσείου σε σχέση με το κοινό.

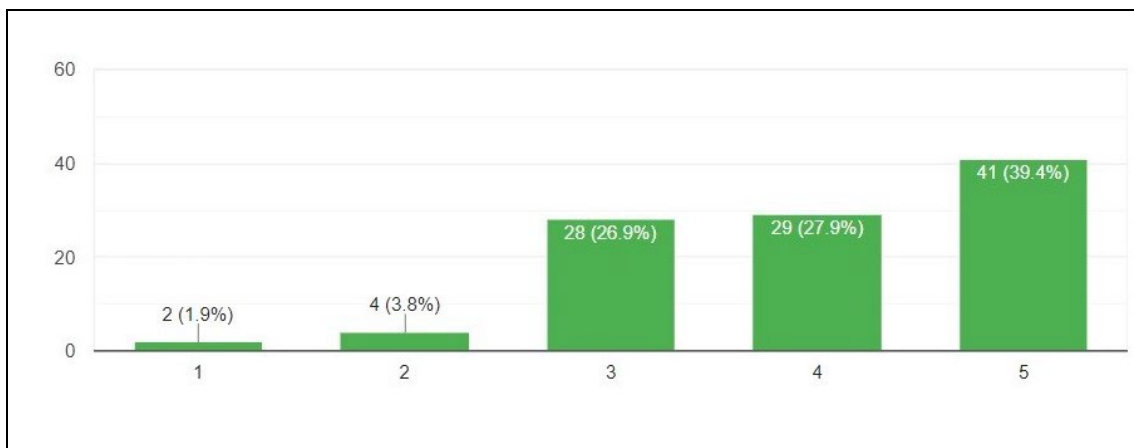
**Ερώτηση 22:** Ποιο από τα παρακάτω ισχύει για εσάς. Τα μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού προσέφεραν; (Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια επιλογές)



Πίνακας 22 : Αποτελέσματα λόγων επίσκεψης στα διαδικτυακά μουσεία

Η ερώτηση στοχεύει να καταγράψει τους λόγους προτίμησης διαδικτυακής επίσκεψης του κοινού κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Σύμφωνα με την Duxbury (2016) η ενεργός συμμετοχή των ανθρώπων σε πολιτιστικές δραστηριότητες βελτιώνει την ποιότητα ζωής και ενισχύει τις ευκαιρίες που τους προαφαιρούνται. Μέσω του πολιτισμού το κοινό νιώθει πιο έντονα την αίσθηση του «ανήκειν» (Duxbury et al., 2016) και την εμπλοκή στην πολιτιστική ζωή. Βάση των απαντήσεων η πλειοψηφία του κοινού κατά 54,8% πιστεύει ότι τα μουσεία προσέφεραν ψυχαγωγία στην περίοδο του εγκλεισμού, κατά 51,9% προσέφεραν εκπαίδευση, ακολουθεί η διέξοδος με 50% ενώ το 34,6% πιστεύει ότι ήταν μια ευκαιρία συμμετοχής και επικοινωνίας.

**Ερώτηση 23:** Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι θα επηρεάσουν οι συνέπειες της πανδημίας την επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού στο μέλλον των μουσείων; Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ερωτηθέντες επέλεξαν την απάντηση 1 ως καθόλου, την απάντηση 2 ως λίγο, την απάντηση 3 ως μέτρια, την απάντηση 4 ως μεγάλο και την απάντηση 5 ως πολύ μεγάλο.



Πίνακας 23 : Αποτελέσματα επικοινωνίας μεταξύ μουσείου-κοινού στο μέλλον

Η συγκεκριμένη ερώτηση στοχεύει να καταγράψει την άποψη των ερωτηθέντων σε σχέση με τις συνέπειες της πανδημίας στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού στο μέλλον. Μέσω των απαντήσεων προκύπτει ότι η πλειοψηφία του κοινού με 39,4% πιστεύει ότι η επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού θα επηρεαστεί σε πολύ μεγάλο βαθμό ενώ με μικρή διαφορά ακολουθεί η άποψη κατά 27,9% ότι θα επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό και με 26,9% σε μεσαίο βαθμό. Η συνέχιση της ψηφιοποίησης είναι αναπόφευκτη και στη μετά Covid εποχή λόγω των θετικών μετρήσιμων στοιχείων που προήλθαν από τις εναλλακτικές πηγές εσόδων (CoMuseum, 2021). Συνεπώς οι αλλαγές αυτές με την συνέχιση της ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών θα επηρεάσουν και την επικοινωνία μεταξύ μουσείου-κοινού.

## 6.3 Συζήτηση αποτελεσμάτων

Ο ψηφιακός χώρος θεμελιώνει εξ αποστάσεως σχέσεις μουσείου - κοινού και δημιουργεί συνδέσεις με νέα απομακρυσμένα ακροατήρια (Μπαντιμαρούδης, 2011 :122). Κατά την διάρκεια του εγκλεισμού λόγω της πανδημίας ένα μεγάλο ποσοστό του κοινού (93,3%) βάση της έρευνας χρησιμοποιούσε σε καθημερινή βάση το ίντερνετ. Οι λόγοι που το χρησιμοποιούσαν ήταν κυρίως για επικοινωνία και ψυχαγωγία και ακολουθούν η ενημέρωση, η εκπαίδευση και η εργασία.

Η μουσειακή κοινότητα έχει αναφέρει ευρέως, μέσω επιστημονικών δημοσιεύσεων, τις προσπάθειες ορισμένων ιδρυμάτων στον ψηφιακό τομέα από το 2020 και μετά (UNESCO, 2021). Τα μουσεία έχουν κάνει σημαντικά βήματα για να παραμείνουν συνδεδεμένα και ενεργά με το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ( Tan et al., 2021). Σύμφωνα με την Unesco (2020) μεταξύ των μουσείων σε 86 χώρες δημιουργήθηκαν περίπου 826 στοιχεία διαδικτυακών δραστηριοτήτων κατά την περίοδο του εγκλεισμού. Η άμεση ανταπόκριση αρκετών μουσείων για μεταφορά στον ψηφιακό κόσμο βασίστηκε σε προηγούμενες επενδύσεις και συνεχείς προσπάθειες που έγιναν πριν την πανδημία Covid-19, όπως η δημιουργία εικονικών περιηγήσεων και η ψηφιοποίηση των μουσειακών συλλογών ( Tan et al., 2021). Αν και τα μουσεία δημιούργησαν ψηφιακές δράσεις για να κρατήσουν επαφή με το κοινό τους δεν παρατηρείται ιδιαίτερο ενδιαφέρον από την πλευρά των επισκεπτών. Όσοι αποτελούσαν ήδη μέρος του κοινού ενός μουσείου συνέχισαν να το επισκέπτονται και ψηφιακά ενώ όσοι δεν επισκέπτονταν αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία από πριν δεν επέλεξαν να το κάνουν και ψηφιακά. Η ψηφιακή προσφορά φαίνεται επομένως να είναι ένα μέσο επικοινωνίας που στοχεύει στην παρουσίαση των δραστηριοτήτων των μουσείων αλλά προορίζεται για κοινό που είναι ήδη εξοικειωμένο με το μουσειακό χώρο (UNESCO, 2021). Ο τομέας που φαίνεται να παρουσιάζει αυξητική τάση κατά την διάρκεια της πανδημίας είναι αυτός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εξετάζοντας την ψηφιακή δραστηριότητα τους την περίοδο της πανδημίας συγκριτικά με τις αρχικές ψηφιακές δραστηριότητες, τα μουσεία χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο από πριν (NEMO, 2020). Με το κοινό να θεωρεί πως κατά 42,3% συμβάλλουν στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου-κοινού. Το 51,9% ακολουθεί κάποιο/κάποια μουσεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με

μεγαλύτερο ενδιαφέρον κατά 55,2% να συγκεντρώνει το Instagram. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λαμβάνουν σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητας των χρηστών και κυρίως των νέων ατόμων (Αρβανίτης, 2014). Για τον λόγο αυτό τα μουσεία επιλέγουν να γίνουν πιο δραστήρια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να προσεγγίσουν μεγαλύτερη μερίδα ατόμων νεαρής ηλικίας. Λαμβάνοντας υπόψη τις απαντήσεις της έρευνας, το ποσοστό των ανθρώπων που παρακολουθούσαν τους λογαριασμούς των πολιτιστικών οργανισμών πριν την πανδημία, κατά την διάρκεια του εγκλεισμού φαίνεται να εμφανίζει μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Όσο αφορά στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό κατά την διάρκεια της πανδημίας το ποσοστό κατά 46,2% θεωρεί ότι επέδρασε θετικά. Σύμφωνα με την έρευνα του NEMO την περίοδο αυτή παρατηρείται αύξηση στις εικονικές και διαδικτυακές εκθέσεις. Ενώ, σχεδόν το 70% των μουσείων αύξησαν την παρουσία τους στο διαδίκτυο από τότε που έκλεισαν λόγω μέτρων κοινωνικής αποστασιοποίησης (NEMO, 2020).

Βάση των απαντήσεων της έρευνας προκύπτει ότι το 50% πιστεύει ότι η νέα συνθήκη επικοινωνίας μεταξύ μουσείου και κοινού είχε θετική επίδραση, ενώ το υπόλοιπο 50% πιστεύει ότι επέδρασε αρνητικά, ουδέτερα ή πολύ θετικά. Η επίδραση αυτή της επικοινωνίας σύμφωνα με την πλειοψηφία κατά 60,5% θεωρεί ότι οφείλεται στην τεχνολογία. Ενώ, τα τεχνολογικά μέσα τα οποία φαίνεται να αναπτύχθηκαν περισσότερο το διάστημα αυτό αφορούν τις διαδικτυακές υπηρεσίες που απαιτούν λιγότερους πρόσθετους οικονομικούς πόρους, εμπειρία και δεξιότητες όπως hashtags σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή δραστηριότητες γύρω από μια ήδη υπάρχουσα διαδικτυακή συλλογή. Αντίθετα, υπηρεσίες που απαιτούν χρόνο, πόρους και δεξιότητες όπως podcasts, ζωντανό περιεχόμενο, διαδικτυακή μάθηση αυξήθηκαν λιγότερο (NEMO, 2020: 14). Σε σχέση με την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς κατά την διάρκεια του εγκλεισμού στα ευρωπαϊκά μουσεία το κοινό απάντησε κατά 40% περίπου πως ήταν μέτρια ικανοποιημένο.

Σύμφωνα με την έρευνα το κοινό κατά 38,5% δεν επισκέφτηκε κανένα μουσείο ψηφιακά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού ενώ το 34,6% επισκέφτηκε 1-2 μουσεία. Προκύπτει συνεπώς πως αν και η διαδικτυακή δραστηριότητα των

μουσείων έχει συχνά διπλασιαστεί σε σύγκριση με την προηγούμενη, το ενδιαφέρον και οι αλληλεπιδράσεις με το κοινό παραμένουν σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε σύγκριση με τις δυνατότητες της επιτόπιας επίσκεψης στο μουσείο (NEMO, 2020). Οι δράσεις που επέλεξε το κοινό να παρακολουθήσει διαδικτυακά ήταν με 47,1% η διαδικτυακή ξενάγηση, με 44,2% η παρακολούθηση σεμιναρίου ή επιστημονικής διάλεξης, με 37,5% η περιήγηση 360<sup>0</sup> και με 33,7% κάποιο εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Σύμφωνα με την UNESCO έχει δημιουργηθεί ένας αριθμός δημοσιεύσεων σχετικά με τους κύριους τύπους ανταπόκρισης που προτιμούν τα μουσεία με τις πιο συχνές δραστηριότητες να σχετίζονται με την εκπαίδευση. Με πολλούς συγγραφείς να τονίζουν την ευκαιρία που αδράξαν τα μουσεία για να αναπτύξουν νέους τύπους μαθησιακών εμπειριών ή προβληματισμών για κοινωνικά ζητήματα (UNESCO, 2021:22). Τα περισσότερα μουσεία τα οποία επέλεξε το κοινό να επισκεφτεί αφορούν μουσεία εκτός Ελλάδας και Κύπρου με τα μεγαλύτερα ποσοστά να συγκεντρώνονται στο μουσείο του Λούβρου με 15,2%, στο Βρετανικό Μουσείο με 9,7% και με 8,3% στο Tate Museum. Ενώ σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το 11,1% απάντησε πως δεν επισκέφτηκε κανένα μουσείο ενώ στη συγκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν 32 άτομα.

Τα μουσεία μέσα από την ενημέρωση, την εκπαίδευση, τα φόρουμ συζήτησης και γενικότερα τις δράσεις τους κατάφεραν να δείξουν τον ουσιαστικό κοινωνικό ρόλο που διαδραματίζουν (UNESCO, 2021). Το κοινό κατά 54,8% πιστεύει ότι τα μουσεία προσέφεραν ψυχαγωγία στην περίοδο του εγκλεισμού, κατά 51,9% προσέφεραν εκπαίδευση, ακολουθεί η διέξοδος με 50% ενώ το 34,6% πιστεύει ότι ήταν μια ευκαιρία συμμετοχής και επικοινωνίας. Η τρέχουσα συγκυρία οδηγεί τα μουσεία και τα κράτη μέλη να προβληματιστούν σχετικά με τη μελλοντική εξέλιξη αυτής της κατάστασης (UNESCO, 2021) και να λάβουν μέτρα βιώσιμης ανάπτυξης. Οι ερωτηθέντες κατά 39,4% πιστεύουν ότι η επικοινωνία του κοινού με το μουσείο μετά την πανδημία θα επηρεαστούν σε σημαντικό βαθμό. Τα μουσεία για να ανταπεξέλθουν οφείλουν να προσδιορίσουν τον ρόλο τους και να είναι ευέλικτα για να προσαρμοστούν στις κοινωνικές αλλαγές (Tan et al., 2021).

# **Κεφάλαιο 7**

## **Επίλογος**

## **7.1 Σκοπός έρευνας**

Σκοπός της έρευνας ήταν η εξέταση των προβλημάτων που δημιούργησε η πανδημία στους πολιτιστικούς οργανισμούς καθώς και οι τρόποι διαχείρισης τους. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τρεις μεγάλες μελέτες του ICOM, της UNESCO και του NEMO αλλά και μέσω των απαντήσεων σε δείγμα του πληθυσμού, βοήθησαν στο να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός.

## **7.2 Στόχοι έρευνας**

Στόχοι της έρευνας ήταν η καταγραφή των συνεπειών και των προοπτικών που δημιουργήθηκαν στα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19. Οι στόχοι της έρευνας συνδυάστηκα με τα ερευνητικά ερωτήματα δημιουργήσαν τους άξονες διερεύνησης και τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Στο κεφάλαιο 5.1.2 γίνεται αναλυτική αναφορά.

## **7.3 Συμπεράσματα**

Η ξαφνική εμφάνιση της πανδημίας COVID-19 επέφερε σημαντικές αλλαγές στην καθημερινότητα των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι επιδράσεις της είναι εμφανής σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο δημιουργώντας την ανάγκη μέτρων αντιμετώπισης της νέας αυτής πραγματικότητας. Κατά την διάρκεια της πανδημίας και έπειτα από την λήψη έκτακτων μέτρων των κυβερνήσεων της κάθε χώρας το μεγαλύτερο μέρος των μουσείων (84%) κλείνει τις πόρτες του στο κοινό. Η νέα αυτή κατάσταση δημιουργεί την ανάγκη στα μουσεία να επανεξετάσουν τους τρόπους προσέγγισης και εξυπηρέτησης του κοινού τους με το μεγαλύτερο μέρος των ιδρυμάτων να αυξάνουν την χρήση

ψηφιακών μέσων (Maciuk, Jakubiak, Sylaiou & Falk, 2022: 616). Όπως επισημαίνει ο Williams η τεχνολογία είναι αποτέλεσμα ιστορικών αναγκών και στόχων και πρέπει να αντιμετωπίζεται στο περιβάλλον των κοινωνικοοικονομικών εξελίξεων από το οποίο προκύπτει (Μπαντιμαρούδης, 2011: 149). Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω τα περισσότερα μουσεία χρησιμοποιώντας ψηφιακά αποθετήρια, εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, βίντεο 360<sup>ο</sup> και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσπαθούν να προσαρμοστούν στις νέες ανάγκες και να κερδίσουν το ενδιαφέρον του κοινού.

Σύμφωνα με το NEMO τα μουσεία χρησιμοποιούν περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετά την εμφάνιση της πανδημίας, με το κοινό να θεωρεί πως κατά 42,3% συμβάλλουν στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου-κοινού. Βάση της έρευνας το 51,9% ακολουθεί κάποιο/κάποια μουσεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με μεγαλύτερο ενδιαφέρον κατά 55,2% να συγκεντρώνει το Instagram. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραδείγματα τεσσάρων μουσείων που χρησιμοποιήθηκαν στο κεφάλαιο 4 αλλά και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα κοινού ένα μεγάλο ποσοστό των ιδρυμάτων μεταφέρει ή δημιουργεί νέες δράσεις σε ψηφιακή μορφή αλλά το κοινό φαίνεται να ανταποκρίνεται σε μικρό βαθμό. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως μόλις το 34,6% επισκέφτηκε 1-2 μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού ενώ το 38,5% δεν επισκέφτηκε κανένα. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων αν και τα ποσοστά συμμετοχής του κοινού στις δράσεις των μουσείων είναι χαμηλά, η πλειοψηφία με 46,2% θεωρεί ότι η πανδημία επέδρασε θετικά στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας μεταξύ μουσείου-κοινού. Κατά την διάρκεια της πανδημίας τα μουσεία ενίσχυσαν τα ψηφιακά μέσα τους πιο γρήγορα από ότι θα είχε σχεδιαστεί ενώ το κοινό φαίνεται να αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο βιώνει την μουσειακή εμπειρία (Cuseum,2022). Η δημιουργία αυτών των μεγάλων και γρήγορων αλλαγών φέρουν στο προσκήνιο την ανάγκη διασφάλισης βιώσιμης ανάπτυξης για το μέλλον των μουσείων και την σχέση τους με το κοινό.

## **7.4 Ερωτήματα για περαιτέρω έρευνα**



Λαμβάνοντας υπόψη την παραπάνω βιβλιογραφία και τα αποτελέσματα της έρευνας δημιουργούνται νέα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε μετέπειτα έρευνα. Παρακάτω αναγράφονται τα ερωτήματα για περαιτέρω έρευνα:

-Έρευνα βασιζόμενη κυρίως στο μέλλον των μουσείων με συμμετέχοντες πολιτιστικούς φορείς και προσωπικό των μουσείων.

-Μελέτη χρήσης των ιστοσελίδων και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των μουσείων τόσο από το κοινό όσο και από το ίδιο το προσωπικό.

-Καταγραφή ευχρηστίας των ιστοσελίδων των μουσείων. Στοχεύοντας να καταγραφούν και να επιλυθούν πιθανά προβλήματα ή να αναδιαμορφωθεί ο τρόπος και το περιεχόμενο παρουσίασης ανάλογα με τις ανάγκες της εποχής.

## **Βιβλιογραφία**

### **Ελληνική βιβλιογραφία**

Αρβανίτης, Κ. (2014). Από την τεχνολογία του μουσείου στη μουσειολογία της τεχνολογίας. Στο Μ. Μούλιου (επιμ.), *Τα μουσεία και η μουσειολογία στη σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις, νέες σχέσεις*. Αναρτήθηκε από: <https://www.archaiologia.gr> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

André Desvallées & François Mairesse (Επιμ.). (2014) *Βασικές έννοιες της μουσειολογίας*. Armand Colin & ICOM.

Δασκαλοπούλου, Σ. & Μπούνια, Α., (2008). Ψηφιακός πολιτισμός και "εικονικά μουσεία": έννοιες, τάσεις, προκλήσεις. Στο: Λυριτζής, Ι., 2008. (επίμ.). *Νέες τεχνολογίες στις αρχαιολογικές επιστήμες*. Αθήνα: Gutenberg.

Δεληγιάννης, Ι. & Παπαϊωάννου, Γ. (2014). Μουσείο και αξιοποίηση πολιτισμικού αποθέματος με χρήση ψηφιακής τεχνολογίας και διαδραστικών πολυμέσων. Στο: Μπίκος, Γ.Δ. & Κανιάρη, Α. (2014). (επίμ.). *Μουσειολογία, πολιτιστική διαχείριση και εκπαίδευση*, Αθήνα: Γρηγόρη, σελ. 113-155.

Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας. Αναρτήθηκε από: <https://eody.gov.gr/neos-koronaios-covid-19/> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Micheli, A. (2020). Ο πολιτισμός σε «περιορισμό». Η πολιτιστική εμπειρία του φανταστικού και του πραγματικού χώρου. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 154, 75–88. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.12681/grsr.23230/> (Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). *Πολιτιστική Επικοινωνία: Οργανισμοί, Θεωρίες, Μέσα.*, Αθήνα: Κριτική.

Μπούνια, Α. (2009). *Στα παρασκήνια του μουσείου. Η διαχείριση των μουσειακών συλλογών*. Αθήνα: Πατάκη.

Μπούνια, Α., Οικονόμου, Μ., Νικονάνου, Κ. (2008). *Η τεχνολογία στην υπηρεσία της πολιτισμικής κληρονομιάς : διαχείριση, εκπαίδευση, επικοινωνία* . Αθήνα: Καλειδοσκόπιο.

Νάκου, Ε. (2001). *Μουσεία: εμείς, τα πράγματα και ο πολιτισμός*. Αθήνα: Νήσος.

Νικολοπούλου, Π. (2021). "Alice: Curiouser and Curiouser": Η νέα έκθεση του Μουσείου Victoria and Albert για το παγκόσμιο φαινόμενο της Αλίκης στη χώρα των θαυμάτων. Αναρτήθηκε από: <https://elculture.gr/alice-curiouser-and-curiouser-i-nea-ekthesi-tou->

mouseiou-victoria-and-albert-gia-to-pagkosmio-fainomeno-tis-alikis-sti-chora-ton-thavmaton/ (Τελευταία προσπέλαση: 2/1/2022).

Οικονόμου, Μ., (2004). Νέες τεχνολογίες και μουσεία: εργαλείο, τροχοπέδη ή συρμός;, *Museology*, 1, 1-14.

Οικονόμου, Μ. (2003). *Μουσείο: Αποθήκη ή Ζωντανός Οργανισμός*;. Αθήνα: Κριτική.

Zissi, A., & Chtouris, S. (2020). Η πανδημία Covid-19: Επιταχυντής των ανισοτήτων και εγκαταστάτης νέων μορφών ανισοτήτων. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 154, 65-73. Αναρτήθηκε από: doi:<https://doi.org/10.12681/grsr.23229> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Ψηφιακή Πλατφόρμα Google Art and Culture. Αναρτήθηκε από: <https://artsandculture.google.com/> (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Ψηφιακή Πλατφόρμα Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <https://www.momus.gr/news/pandhmis-mnimi> (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Ψηφιακή Πλατφόρμα Μουσείου Μπενάκη. Αναρτήθηκε από: [https://www.benaki.org/index.php?option=com\\_multimedia&view=multimedia&PageType=2&MediaType=0&Category=3&Itemid=214&lang=el](https://www.benaki.org/index.php?option=com_multimedia&view=multimedia&PageType=2&MediaType=0&Category=3&Itemid=214&lang=el) (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Ψηφιακή Πλατφόρμα Μουσείου Ψηφιακής Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <https://muda.co/zurich/> (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Ψηφιακή Πλατφόρμα Radio Gamec. Αναρτήθηκε από: <https://www.gamec.it/en/radio-gamec/> (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Ψηφιακό αποθετήριο Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <http://repository-mca.ekt.gr/mca/> (Τελευταία προσπέλαση: 24/10/2022).

Ψηφιακό αποθετήριο της Ζωοφόρου του Παρθενώνα. Αναρτήθηκε από: <https://www.parthenonfrieze.gr/?sn=0> (Τελευταία προσπέλαση: 24/10/2022).

## Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Ahmed, Z. A., Qaed, F., & Almurbati, N. (2020). "Enhancing Museums' Sustainability Through Digitalization," *2020 Second International Sustainability and Resilience Conference: Technology and Innovation in Building Designs(51154)*, pp. 1-4. Αναρτήθηκε από: doi: 10.1109/IEEECONF51154.2020.9319977 (Τελευταία προσπέλαση: 2/11/2022).

Allan, R., (2009). *Virtual Research Environments: From Portals to Science Gateways*. Oxford: Chandos Publishing.

Antara, N. & Sen, S. (2020). The impact of Covid-19 on the museums and the way forward for resilience, *Journal of International Museum Education*, 2(1), 54-61 Αναρτήθηκε από: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jimuseumed/issue/54620/804469> ( Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Bieczyński, M. (2021). 'Culture Shock': Museums' activity during the pandemic. *Muzealnictworocznik*, 2021(62), 23-29. Αναρτήθηκε από: [muzealnictworocznik.com](https://muzealnictworocznik.com) ( Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

British Museum. Αναρτήθηκε από: <https://www.britishmuseum.org/visit/family-visits/museum-missions> (Τελευταία προσπέλαση: 2/1/2022).

Byungjin, C., & Junic, K. (2021). Changes and Challenges in Museum Management after the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation*, 7, 148. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.3390/joitmc7020148> (Τελευταία προσπέλαση: 5/10/2022).

CoMuseum, (2021). (Επανα)Προσδιορίζοντας το μουσείο του αύριο, CoMuseum.

Crooke, E. (2020). Communities, Change and the Covid-19 crisis. *Museum and Society Special edition Museums and COVID 19: First Responses*. Αναρτήθηκε από: <https://pure.ulster.ac.uk/en/publications/communities-change-and-the-covid-19-crisis> ( Τελευταία προσπέλαση: 5/10/2022).

Duxbury, N., Hosagrahar, J., Pascual, J. (2016). *Why must culture be at the heart of sustainable urban development?* Agenda 21 for culture. United Cities and Local Governments.

Filippopoliti, A., Sylaiou, S. (2015). *Museum & Society* .Museum & Society special issue. Museum education today: creative synergies and pedagogic innovations in multicultural contexts. 13 (2) 119-122.

Fletcher, A., & Lee, M. J. (2012). *Current social media uses and evaluations in American museums*. *Museum Management and Curatorship*.

Galani, A., & Kidd, J. (2020). Hybrid Material Encounters – Expanding the Continuum of Museum Materialities in the Wake of a Pandemic. *Museum & Society*, 18(3) 298-301.

Giannini, T., & Bowen, J.P. (2022). Museums and Digital Culture: From Reality to Digitality in the Age of COVID-19. *Heritage* 5, 192–214. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.3390/heritage5010011> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Ginzarly, M., & Srour, F. J. (2021) Cultural heritage through the lens of COVID-19. *Poetics*, 92, Part A. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101622> (Τελευταία προσπέλαση: 25/6/2022).

Górajec, P., Pasternak-Zabielska, M. (2021). (R)Evolution of Museum education during the Covid-19 pandemic. *Muzealnictworocznik* , 2021(62), 267-272. Αναρτήθηκε από: [muzealnictworocznik.com](http://muzealnictworocznik.com) ( Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Cuseum. Αναρτήθηκε από: <https://cuseum.com/blog/2020/3/24/4-ways-museums-can-successfully-leverage-digital-content-and-channels-during-coronavirus-covid-19> (Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Hanussek, B. (2020). Enhanced Exhibitions? Discussing Museum Apps after a Decade of Development. *Advances in Archaeological Practice* 8(2), pp. 206–212 Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.1017/aap.2020.10> (Τελευταία προσπέλαση: 20/10/2022).

Hastings Contemporary Αναρτήθηκε από: <https://www.hastingscontemporary.org/robot-tours/> (Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Hill, L., O’Sullivan, C., & O’Sullivan, T. (2003). *Creative Arts Marketing*. Oxford, UK :Butterworth-Heinemann.

Huremović, D. (2019). Brief history of pandemics (pandemics throughout history) In: Huremović D., (ed). *Psychiatry of Pandemics: A Mental Health Response to Infection Outbreak*. Springer International Publishing, Switzerland, pp. 7–35.

Interreg Europe. Αναρτήθηκε από: <https://www.interregeurope.eu/find-policy-solutions/stories/digital-technologies-and-museums-post-pandemic-experiences>

(Τελευταία προσπέλαση: 2/11/2022).

International Council of Museums (ICOM). (2020). *Museums, museum professionals and COVID-19*. Αναρτήθηκε από: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf> (Τελευταία

προσπέλαση: 20/10/2022).

Kist, C. (2020). Museums, Challenging Heritage and Social Media During COVID-19. *Museum & Society*, 18(3) 345-348 Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.29311/mas.v18i3.3539> (Τελευταία προσπέλαση: 20/3/2022).

Loureiro, S. M. C. (2021). The Use of Augmented Reality to Expand the Experience of Museum Visitors. In Geroimenko, V., (ed). *Augmented Reality in Tourism, Museums and Heritage*. Springer Series on Cultural Computing, Springer, Cham. pp. 141-151. Αναρτήθηκε από: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-70198-7\\_8](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-70198-7_8) (Τελευταία προσπέλαση: 20/10/2022).

Louvre Museum. Αναρτήθηκε από: <https://www.louvre.fr/en/what-s-on/life-at-the-museum/the-mona-lisa-in-virtual-reality-in-your-own-home> (Τελευταία προσπέλαση: 20/10/2022).

Maciuk, K., Jakubiak, M., Sylaiou, S., Falk, J. (2022). Museums and the pandemic- How Covid-19 impacted museums as seen through the lens of the worlds' most visited art museums. *International Journal of conservation science*, 13(2), 609-618.

Martel, S., & Vitulli, R. (2021). *Long Term Strategies for Sustainable Communication*. Eu Heritage M4 - U4 SU4.4.1.

Marty, Paul F., & Buchanan, V. (2021). Exploring the Contributions and Challenges of Museum Technology Professionals during the COVID-19 Crisis. *Curator the Museum Journal*, 65(1), 117-133. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.1111/cura.12455> (Τελευταία προσπέλαση: 26/1/2022).

Markopoulos, E., et al. (Eds.). (2021) Digital Museum Transformation Strategy Against the Covid-19 Pandemic Crisis. LNNS 276, pp. 225–234. S 276, pp. 225–234, 2021. Αναρτήθηκε από: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80094-9\\_27](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80094-9_27) (Τελευταία προσπέλαση: 7/10/2022).

Merriam dictionary. Αναρτήθηκε από: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/pandemic> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Moderna museet. Αναρτήθηκε από: <https://www.modernamuseet.se/stockholm/en/event/sofa-tours/> (Τελευταία προβολή: 2/11/2022).

Musei Vaticani. Αναρτήθηκε από: <https://m.museivaticani.va/content/museivaticani-mobile/en/collezioni/musei/tour-virtuali-elenco.html> (Τελευταία προσπέλαση: 2/1/2022).

Network of European Museum Organisations. (2020). Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Αναρτήθηκε από: [https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO\\_documents/NEMO\\_COVID19\\_Report\\_12.05.2020.pdf](https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf) (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Nicola, M. , Alsafib, Z., Sohrabic , C., Kerwand, A., Al-Jabird , A., Iosifidisc , C., Aghae ,M., Aghaf. R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review, *International Journal of Surgery* 2020(78), 185-193. Αναρτήθηκε από: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1743919120303162?via%3Dihub> ( Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Nolan, R., (2020). 'We are all in this together!' Covid-19 and the lie of solidarity. *Irish Journal of Sociology*, 2021 29(I). Αναρτήθηκε από: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0791603520940967> ( Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Puspasari, S., Suhandi, N., Iman, J.N. (2020). Augmented Reality Development for Supporting Cultural Education Role in SMB II Museum During Covid-19 Pandemic. *Fifth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*. Αναρτήθηκε από: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9288619/authors#authors> (Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Raimo, N., Turi, I., Ricciardelli, A., &Vitolla, F. (2021). Digitalization in the cultural industry: evidence from Italian museums. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Salvi, A., Vitolla, F., Rubino, M., Giakoumelou, A. and Raimo, N. (2020). *Online information on digitalisation processes and its impact on firm value*. *Journal of Business Research*, 124, 437-444.

Scott, D. M. (2015). *The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly*. Canada: John Wiley & Sons.

Soccini, A., Marras, A.M. (2021). Towards a Standard Approach for the Design of a both Physical and Virtual Museum. *IEEE International Conference on Artificial Intelligence and Virtual Reality (AIVR)*, pp. 106-108, Αναρτήθηκε από: doi: 10.1109/AIVR52153.2021.00025 ( Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Sylaiou, S., Liarokapis F., Kotsakis, K., Patias, P. (2009). Virtual museums, a survey and some issues for consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10, 520–528.

Tan, G. S., Ab. Aziz, K., Ahmad, Z. (2021). Ensuring Resilience Using Augmented Reality: How Museums Can Respond During and Post COVID-19?. In: Geroimenko, V. (ed) *Augmented Reality in Tourism, Museums and Heritage*. Springer Series on Cultural Computing. Springer, Cham. pp. 195-210. Αναρτήθηκε από: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-70198-7\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-030-70198-7_11)(Τελευταία προσπέλαση: 1/11/2022).

Thyssen-Bornemisza Museum. Αναρτήθηκε από: <https://www.museothyssen.org> (Τελευταία προσπέλαση: 16/3/2022).

Unesco. (2021, April) Museums around the world in the face of COVID-19. Αναρτήθηκε από: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

Victoria & Albert Museum. Αναρτήθηκε από: <https://www.vam.ac.uk/articles/curious-alice-the-vr-experience> (Τελευταία προσπέλαση: 2/1/2022).

Xie, I., & Matusiak, K. (2016). *Discover Digital Libraries: Theory and practice*.

Zanazzi, S., & Coppola, S. (2021). Experiencing art from a distance. Digital technologies for museums during and beyond the pandemic. *Form@re - Open Journal Per La Formazione in Rete*, 21(3), 118-132. Αναρτήθηκε από: <https://doi.org/10.36253/form-11617> (Τελευταία προσπέλαση: 20/2/2022).

## **Εικόνες**

Αποθετήριο της Ζωοφόρου του Παρθενώνα. Εικόνα web. Αναρτήθηκε από: <https://econtent.ekt.gr/el/discovery/content/repositories> (Τελευταία προβολή: 24/10/2022)



«Πανδημία και Μνήμη». Εικόνα. Facebook Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <https://www.facebook.com/events/487832609268858?ref=newsfeed> (Τελευταία προβολή: 3/3/2022).

“Close ups”. Εικόνα. Facebook Μπενάκη. Αναρτήθηκε από: <https://www.facebook.com/TheBenakiMuseum/> (Τελευταία προσπέλαση: 8/3/2022).

“Gamec\_pergamo”. Εικόνα. Instagram Πινακοθήκη Μοντέρνας και Σύγχρονης Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <https://www.instagram.com/p/B99qKPkqmOc/> (Τελευταία προβολή: 3/3/2022)

“Courtesy Hastings Contemporary”. Εικόνα archpaper. Αναρτήθηκε από: <https://www.archpaper.com/2020/04/hastings-contemporary-robot-tours/> (Τελευταία προβολή: 2/11/2022)

“Creative Corona”. Εικόνα. Instagram Μουσείο Ψηφιακής Τέχνης. Αναρτήθηκε από: <https://www.instagram.com/p/B-FB0ilBoKZ/> (Τελευταία προβολή: 3/3/2022)

“Museum of Digital Art”. Εικόνα web. Αναρτήθηκε από: <https://muda.co/closing/?fbclid=IwAR0k9cFN96aiEb2tuEF2NUp2Iuc2eI5kNh4mdjhH0xC1pH9tlTWBzgV3QW8> (Τελευταία προβολή: 3/3/2022)

“Mona Lisa: Beyond the Glass”. Εικόνα Lifo. Αναρτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/culture/eikastika/leonarnto-nta-bintsi-me-eikoniki-pragmatikotita-sto-loybro> (Τελευταία προβολή: 20/10/2022)

“Tate’s Virtual”. Εικόνα web. Αναρτήθηκε από: <https://lbbonline.com/news/the-mill-brings-artworks-to-life-through-augmented-reality-at-the-tate-britain> (Τελευταία προβολή: 2/1/2022)

## Παραρτήματα

### A. Ερωτηματολόγιο έρευνας

#### Έρευνα για τις επιδράσεις της πανδημίας COVID-19 στα μουσεία

Στο πλαίσιο της πτυχιακής διατριβής του μεταπτυχιακού τμήματος Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη του Ανοιχτού Πανεπιστημίου Κύπρου δημιουργήθηκε το παρακάτω ερωτηματολόγιο με σκοπό να καταγράψει τις επιδράσεις της πανδημίας COVID-19 στα μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού. Οι απαντήσεις σας είναι ανώνυμες και τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για εκπαιδευτικούς και επιστημονικούς σκοπούς της πτυχιακής διατριβής. Η συμπλήρωση του συνεπάγεται της συγκατάθεση σας και ο χρόνος που απαιτείται ανέρχεται στα 4 λεπτά. Στοιχεία ερευνητή: Οξινά Ευθυμία. Θέμα διατριβής: Τα ευρωπαϊκά μουσεία τον καιρό της πανδημίας COVID-19: Προβλήματα, συνέπειες, προοπτικές.

Διάρκεια Έρευνας: Απρίλιος-Μάιος 2022

## **A. Δημογραφικά στοιχεία**

**1. Ποιο είναι το Φύλο σας;**  Άντρας  Γυναίκα  Άλλο

**2. Ποια είναι η ηλικία σας;**

18-25

26-35

36-45

46-60

60+

**3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;**

Πρωτοβάθμια εκπαίδευση (Δημοτικό)

Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο/ Λύκειο)

Μετα-λυκειακή εκπαίδευση (ΙΕΚ)

Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Πανεπιστήμιο)

Μεταπτυχιακό δίπλωμα

Διδακτορικό δίπλωμα

**4. Κατά την διάρκεια του εγκλεισμού ποια ήταν η επαγγελματική σας κατάσταση;**

Άνεργος

Φοιτητής

Εργαζόμενος

Προσωρινή αναστολή εργασίας

Εργασία από το σπίτι

Συνταξιούχος

Άλλο

**5. Πόσο συχνά χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού;**

1-2 ώρες καθημερινά

4 ώρες και πάνω καθημερινά

4-5 φορές την εβδομάδα

1-2 φορές την εβδομάδα

Λιγότερο

**6. Για ποιο λόγο χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο κατά την διάρκεια του εγκλεισμού; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια επιλογές)**

Ενημέρωση

Εκπαίδευση

Εργασία

Επικοινωνία (π.χ. ηλεκτρονικό δίκτυο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης)

Ψυχαγωγία (π.χ. παιχνίδια, μουσική, ταινίες)

### 7. Αξιολογήστε την ικανότητά σας στην χρήση του διαδικτύου

1 2 3 4 5

Καθόλου καλή ○ ○ ○ ○ Πολύ καλή

### 8. Βαθμολογήστε από το 1 (καθόλου) μέχρι το 5 (πάρα πολύ) τον βαθμό δυσκολίας που αντιμετωπίσατε κατά την διάρκεια της πανδημίας.

	1	2	3	4	5
Υπαρξη κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού στο σπίτι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καλή σύνδεση στο διαδίκτυο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γνώσεις χειρισμού κατάλληλων προγραμμάτων/ψηφιακών μέσων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### B. Επιδράσεις πανδημίας στην σχέση μουσείου-κοινού

#### 9. Βαθμολογήστε από το 1 (καθόλου) μέχρι το 5 (πάρα πολύ) τον βαθμό συχνότητας στις παρακάτω προτάσεις

1 2 3 4 5

Συχνότητα επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία πριν την εφαρμογή των μέτρων που λήφθηκαν κατά την εξάπλωση του COVID-19

Συχνότητα ψηφιακών επισκέψεων σε μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού

Συχνότητα χρήσης των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης πολιτιστικών οργανισμών, που διέθεταν την επιλογή παρακολούθησης δράσεων πριν την εμφάνιση της πανδημίας

Συχνότητα χρήσης των λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης πολιτιστικών οργανισμών για ψυχαγωγία και επικοινωνία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού

**10. Πως πιστεύετε ότι επέδρασε η πανδημία στην αναζήτηση νέων τρόπων επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό του;**

- Πολύ αρνητικά
- Αρνητικά
- Ουδέτερα
- Θετικά
- Πολύ θετικά
- Δεν γνωρίζω

**11. Τι επίπτωση πιστεύετε ότι είχε η νέα αυτή συνθήκη επικοινωνίας μεταξύ του μουσείου με το κοινό;**

- Πολύ αρνητική
- Αρνητική
- Ουδέτερη
- Θετική
- Πολύ θετική
- Δεν γνωρίζω

**12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι συνέβαλε η τεχνολογία στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού;**

1 2 3 4 5  
Καθόλου      Πολύ μεγάλο

**13. Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε από την χρήση των νέων τεχνολογιών στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομίας κατά την διάρκεια του εγκλεισμού στα μουσεία της Ελλάδας και της Κύπρου;**

1 2 3 4 5  
Καθόλου      Πολύ μεγάλο

**14. Πόσο ικανοποιημένοι νιώθετε από την χρήση των νέων τεχνολογιών στην προβολή της πολιτιστικής κληρονομίας κατά την διάρκεια του εγκλεισμού στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά μουσεία; (εκτός της Ελλάδας και της Κύπρου)**

1 2 3 4 5  
Καθόλου      Πολύ μεγάλο

**15. Πόσα ευρωπαϊκά μουσεία επισκεφτήκατε διαδικτυακά αυτό το διάστημα;**

- Κανένα
- 1-2
- 2-4
- 4-6
- Πάνω από 6

**16. Παρακολουθήσατε κάποιες από τις παρακάτω δράσεις διαδικτυακά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια επιλογές)**

- Διαδικτυακή ξενάγηση

- Περιήγηση 360°
- Ψηφιακή έκθεση
- Παρακολούθηση σεμιναρίου ή επιστημονικής διάλεξης
- Εκπαιδευτικό πρόγραμμα
- Ψηφιακό παιχνίδι
- Ανοιχτή συζήτηση
- Αφήγηση ιστορίας
- Άλλο

**17. Πόσο συχνά το αγαπημένο σας μουσείο δημιουργούσε μια νέα δράση κατά την διάρκεια του εγκλεισμού;**

- 2-3 φορές την εβδομάδα
- 1 φορά την εβδομάδα
- 2-3 φορές το μήνα
- 1 φορά το μήνα
- Λιγότερο από 1 φορά το μήνα
- Δεν γνωρίζω

**18α. Αναφέρετε ένα ευρωπαϊκό μουσείο το οποίο επισκεφτήκατε διαδικτυακά κατά την διάρκεια του εγκλεισμού.**

.....

**18β. Ποια η εμπειρία σας από αυτήν την επίσκεψη;**

- Αρνητική
- Θετική
- Αδιάφορη

**19. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι συμβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία των μουσείων με το κοινό ;**

1 2 3 4 5

Καθόλου      Πολύ μεγάλο

**20. Ακολουθείτε κάποιο/κάποια μουσεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;**

Ναι

Όχι

**21. Αν ναι, ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης προτιμάτε;**

[FACEBOOK](#)

[YOUTUBE](#)

[INSTAGRAM](#)

[TWITTER](#)

[LINKEDIN](#)

Άλλο

**22. Ποιο από τα παρακάτω ισχύει για εσάς. Τα μουσεία κατά την διάρκεια του εγκλεισμού προσέφεραν; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια επιλογές)**

Εκπαίδευση

Ψυχαγωγία

Διέξοδο

Ευκαιρία συμμετοχής και επικοινωνίας

Άλλο



**23. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι θα επηρεάσουν οι συνέπειες της πανδημίας στην επικοινωνία μεταξύ μουσείου και κοινού στο μέλλον των μουσείων;**

1 2 3 4 5  
Καθόλου      Πολύ μεγάλο

**Ευχαριστώ πολύ!**