

# ΜΟΥΣΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ Ή ΓΙΑ ΤΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ;

**Δρ Μαρία Οικονόμου**

Αρχαιολόγος-Μουσειολόγος  
Λέκτορας Πανεπιστημίου Γλασκώβης

Στα περισσότερα μουσεία σήμερα φαίνεται να υπάρχει μια στεία διχοτόμηση μεταξύ της φροντίδας των συλλογών και της επικοινωνίας με το κοινό. Και οι δύο αυτές λειτουργίες του μουσείου είναι εξαιρετικά σημαντικές, χωρίς η μία να αποκλείει την άλλη. Το άρθρο αυτό επικεντρώνεται στο πρόβλημα της παρουσίασης και ερμηνείας των μουσειακών συλλογών, κυρίως των αρχαιολογικών, εξετάζει την εμπειρία της επίσκεψης στο μουσείο από την πλευρά του επισκέπτη, και προτείνει τρόπους για την καλύτερη επικοινωνία του μουσείου με το κοινό του.

## Το πρόβλημα της ερμηνείας

**Τ**α μουσειακά αντικείμενα προέρχονται από πολλές διαφορετικές πηγές και αποκτήθηκαν με ποικίλους τρόπους (ανασκαφή, δωρεά, αγορά κ.λπ.). Όμως, από τη στιγμή που εκτίθενται σε ένα μουσείο, αυτό που έχουν κοινό είναι η στέρηση της αρχικής τους χρήσης. Παραταγμένα πίσω από

τις προθήκες ή τοποθετημένα σε ομάδες στις αίθουσες, αποκτούν άλλο περιεχόμενο, σε ένα περιβάλλον εντελώς διαφορετικό από αυτό στο οποίο δημιουργήθηκαν, αποκομμένα από την αρχική τους λειτουργία. Η τοποθέτηση και η έκθεσή τους συχνά μαρτυρούν μία επισημονική αρχή ή ακολουθούν ένα μοντέλο κατηγοριοποίησης, σύμφωνα με τον τρόπο που χρησιμοποιούν οι επιμελητές ή ερευνητές για να οργα-

νώνουν τη γνώση: η έκθεσή τους εκφράζει επίσης, σε δεύτερο επίπεδο, συγκεκριμένες αξίες, υποδηλώνοντας μία ιδεολογική στάση από την πλευρά του μουσείου ή του οργανωτή της έκθεσης.

Στην περίπτωση των παραδοσιακών αρχαιολογικών εκθέσεων, ακόμα και οι ελάχιστες πληροφορίες, που δίνονται για την κοινωνία που παρήγαγε αυτά τα αντικείμενα, συνήθως χάνονται στην παρουσία-



1. Αναπαράσταση της ζωής πάνω σε μοντέλο πλοίου του 17ου αιώνα στο Ναυτικό Μουσείο του Λιμπερντ (φωτ. Μ. Οικονόμου).

ση. Σε πολλές περιπτώσεις τα αρχαιολογικά μουσεία δεν καθόρθωσαν να ακολουθήσουν τις δραστηριότητες αλλάγες που συνέβησαν στην επιστήμη της αρχαιολογίας: την εξέλιξη της από τη ρομαντική εικόνα που είχαν οι φιλόξενοι *cognoscenti* και *cognoscenti* για το παρελθόν και την προσέγγιση των ιστορικών της τέχνης που επικεντρώνονταν στα μεμονωμένα αντικείμενα, προς τη συνολική μελέτη των ευρημάτων και την ανάλυση των αρχαίων κοινωνιών ως συνθέτων συ-

τοποιήσεις με ηθοποιούς, αναπαραστάσεις ρωμαϊκών σπιτιών και αρχαίων μαχών, βιντεοταινίες εποχής είναι μερικοί από τους τρόπους που χρησιμοποιούνται γι' αυτήν τη στατική προσέγγιση του παρελθόντος (εικ. 1). Η προσπάθεια αναστήλωσης του ανακτόρου της Κνωσού από τον Evans, για παράδειγμα, μπορεί να ενταχθεί σ' αυτήν την κατηγορία. Το πρόβλημα με αυτή την εκλαίκευση της αρχαιολογίας είναι ότι, αν και συχνά μπορεί να προσελκύσει ένα ευρύ, συ-

φιλόξενο και συναρπαστικό. Και όμως ο συνδυασμός επιστημονικής αρτιότητας, κατανοητής παρουσίασης, ψυχαγωγίας και εξυπηρέτησης ενός ευρέος κοινού δεν είναι αδύνατο και δεν απαιτεί πάντοτε δαπάνη μεγάλων κονδυλίων (όπως θα γίνει σαφές παρακάτω).

## Η επικοινωνία με το κοινό

Κρατικές στατιστικές απογραφές και ανεξάρτητες έρευνες για τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών και την κοινωνική διάσταση των ενδιαφεσών σε μουσεία στις ΗΠΑ, τη Γαλλία<sup>2</sup>, τη Γερμανία, τη Βρετανία<sup>2</sup>, τη Σουηδία<sup>3</sup> και τον Καναδά<sup>4</sup>, δείχνουν ότι το κοινό των μουσείων, σε σύγκριση με το σύνολο του πληθυσμού, έχει υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης, υψηλότερα εισοδήματα, είναι πιο νέο σε ηλικία και πιο κινητικό<sup>5</sup>. Ο Nick Merriman υιοθετεί τις ιδέες του Pierre Bourdieu, του Γάλλου κοινωνιολόγου που ανέλυσε τη μουσειακή κουλτούρα<sup>6</sup>, προπαγανδίζοντας να εξηγηθεί γιατί οι πρακτικές των

2. Χρήση βιντεοταινιών ντοκουμέντ στο Μουσείο Ολοκαυτώματος της Ουάσινγκτον (φωτ. Μ. Οικονομού).

3. Έκθεμα για τους δισδικούς αριθμούς στο Μουσείο Υπολογιστών της Βοστώνης που χρησιμοποιεί γραφικά, αναφέρεται στο συγκρότημα των Beatles, και ενθαρρύνει τον επισκέπτη να συμμετάσχει ενεργά (φωτ. Μ. Οικονομού).



στημάτων με αλληλεπιδρώντα φαινόμενα.

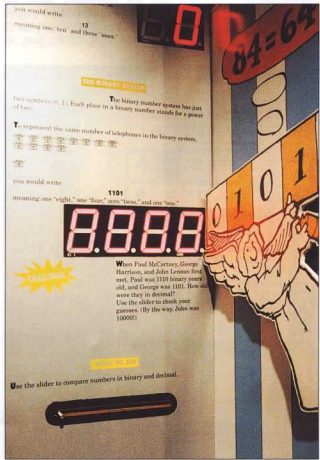
Ορισμένες μουσειακές εκθέσεις φαίνεται να αντικατοπτρίζουν ακόμη στοιχεία από τον παλιό τους ρόλο ως συλλογές αξιοπερίεργων αντικειμένων (τα "cabinets of curiosities" του 16ου και του 17ου αιώνα). Συνεχίζουν να λειτουργούν ως θησαυροφυλάκια θαυμαστών και παράξενων αντικειμένων από το παρελθόν, χωρίς να καταβάλλεται καμία προσπάθεια ερμηνείας. Οι δίναν επεξηγηματικές σύντομες πινακίδες είναι συνήθως γεμάτες από ακαδημαϊκή ορολογία, και σπάνια προσφέρουν το είδος των πληροφοριών που ενδοχεόμενες να ενδιέφεραν τους επισκέπτες. Η λανθάνουσα άποψη που περνάει στον επισκέπτη πολλών ελληνικών αρχαιολογικών μουσείων, για παράδειγμα, είναι ότι η ζωή έχει να κάνει με τους ανθρώπους, ενώ τα μουσεία έχουν να κάνουν με τα αντικείμενα.

Στο άλλο άκρο βρίσκεται η προσπάθεια ανάπτυξης και αναπαράστασης του παρελθόντος, το: "όπως ήταν". Δραμα-

νίθως νεαρό, κοινό, δεν μπορεί να αναπαράσχει την εξέλιξη των πολιτισμικών φαινομένων και τις διαδικασίες της αλλαγής. Εικονογραφεί μόνο μία από τις πιθανές ερμηνείες της αρχαίας κοινωνίας, σαν να ήταν απόλυτη, γενικά παραδεκτή γνώση – κάτι που συμβαίνει σπάνια στον αρχαιολογικό επιστημονικό διάλογο.

Ένα άλλο πρόβλημα με τις εκθέσεις των μουσείων είναι ότι συχνά δίνουν την εντύπωση ότι το επιστημονικό προσωπικό ασχολήθηκε κυρίως με την επιλογή των αντικειμένων προς παρουσίαση και όχι με τον τρόπο που αυτά θα γίνουν κατανοητά και θα κινήσουν το ενδιαφέρον του κοινού. Ο φόβος μήπως οι εξειδικευμένοι συνάδελφοι ανακαλύψουν επιστημονικές παραλείψεις μοιάζει ισχυρότερος από τη διάθεση για ερμηνεία των εκθεμάτων και παρουσίασή τους σε ένα κοινό χωρίς ειδικές γνώσεις για το αντικείμενο.

Αυτή η προσέγγιση επηρεάζει βέβαια άμεσα το είδος του κοινού που βρίσκει το μουσείο



επισκέψεων αντικατοπτρίζουν κοινωνικούς διαχωρισμούς:

“Οι μουσειακές εκθέσεις μπορούν να θεωρηθούν ως ένας κώδικας, ένα ειδικό είδος επικοινωνίας που πρέπει να αποκωδικοποιηθεί πρώτα για να γίνει κατανοητό. Όπως με τα σχολεία, η γλώσσα των μουσείων μιλιέται μόνο από ορισμένες ομάδες ανθρώπων που διαθέτουν ικανοποιητικό εκπαιδευτικό υπόβαθρο (ανάλογο με αυτό των επιμελητών των συλλογών) ώστε να κατανοήσουν το μήνυμά του μουσείου<sup>7</sup>.”

Είναι σημαντικό να αντιμετωπίσουν τα μουσεία όλα αυτά τα προβλήματα και τα στεγανά και να προσπαθήσουν να χρησιμοποιήσουν διαφορετική γλώσσα και κώδικα επικοινωνίας, κατανοητά σε ένα ευρύτερο κομμάτι του κοινωνικού συνόλου. Δεν υποστηρίζω ότι το προσωπικό του μουσείου θα πρέπει να προσπαθήσει να φέρει τον καθένα στις αίθουσές του. Έχει όμως γίνει φανερό από τις σχετικές έρευνες ότι υπάρχουν πολλά εμπόδια και παράγοντες που κάνουν τα μουσεία απωθητικά και αβιόβιωτα μέρη για πολλούς ανθρώπους με γνήσιο ενδιαφέρον για την τέχνη και το παρελθόν. Στις μέρες μας, οι

επαγγελματίες των μουσείων καλούνται να προσπαθήσουν να ανατρέψουν αυτές τις στατιστικές και να κάνουν τα μουσεία πιο προστά και ανοιχτά. Η ανάγκη να ανοίξουν τα μουσεία σε ένα ευρύτερο κοινό προβάλλει ακόμα πιο πιεστική στην περίπτωση των δημοσίων πολιτιστικών ιδρυμάτων που χρηματοδοτούνται κυρίως από το φορολογούμενο πολίτη.

Πολλά μουσεία συνειδητοποιούν αυτόν τον ελλεισμό και, ιδιαίτερα μετά τη δεκαετία του 1960, καταβάλλουν προσπάθειες να απευθυνθούν σε όλη την κοινότητα και να περιλάβουν και τις λιγότερο προνομιούχες ομάδες. Προσπαθούν με διαφορετικούς τρόπους να καταρτίσουν την εικόνα τους ως μουσεία γνώσης για τους λίγους προνομιούχους: συχνά προλαμβάνουν ειδικό προσωπικό που αναλαμβάνει το ρόλο της προσέγγισης της κοινότητας και της επικοινωνίας με μη-επισκέπτες του μουσείου, μειονότητες, ανθρώπους με διανοητικές ή φυσικές αναπηρίες, και τους ενθαρρύνουν να επισκεφτούν το μουσείο<sup>8</sup>. Διοργανώνουν ειδικές εκθέσεις, όπως η έκθεση “Παρακαλώ, αγγίξτε” (“Please Touch”), που οργανώσε το Βρετανικό Μουσείο πριν από λίγα χρόνια<sup>9</sup>, καλώντας τους επισκέπτες να αγγίσουν τα αντικείμενα, σε μια προσπάθεια να κρεμίσουν κάποια από τα φράγματα που συναντούν οι τυφλοί ή οι άνθρωποι με μειωμένη όραση.

Συγχρόνως, τμήμα των συλλογών βγαίνει από τα μουσεία και μεταφέρεται προς το κοινό. Για παράδειγμα, το Αμερικανικό Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, σε συνεργασία με διάφορους πολιτιστικούς οργανισμούς της Νέας Υόρκης, δημιούργησε το 1993 ένα Κινητό Μουσείο που περιodeύει σε σχολεία, γειτονιές και κοινοτικά κέντρα, επιχειρώντας με περιοδικές εκθέσεις να εισαγάγει το νέο πληθυσμό της πόλης στην κοινωνική ιστορία, στην ιστορία της επιστήμης και σε άλλους τομείς της γνώσης<sup>10</sup>.

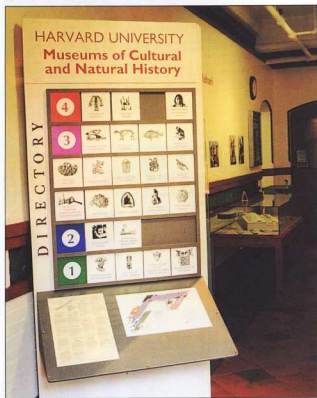
Άλλα μουσεία και πολιτιστικοί οργανισμοί κάνουν χρήση των τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και της τηλεόρασης για να απευθυνθούν σε ένα κοινό που προτιμά να βιώνει το παρελθόν και τον πολιτισμό με

σα από αυτά τα μέσα. Ένα από τα πολλά παραδείγματα αποτελεί η σειρά ταινιών για Αμερικανούς καλλιτέχνες που σχεδίασε η Εθνική Πινακοθήκη στην Ουάσιγκτον, μια και, όπως έδειξε σχετική έρευνα του Εθνικού Προγράμματος Επιχορήγησης των Τεχνών στην Αμερική, το τηλεοπτικό κοινό προγραμμάτων για τις εικαστικές τέχνες είναι πολύ σημαντικό σε Ηνωμένες Πολιτείες, πλησιάζοντας τα 500 εκατομμύρια το 1992<sup>11</sup>. Επίσης, κάποια μουσεία στήνουν προσωρινές εκθέσεις σε πολυκαταστήματα και βιβρίνες για να φέρουν το μουσείο και τις συλλογές του πιο κοντά στο κοινό και την καθημερινή ζωή, όπως συνέβη με το βροχικό Μουσείο του Παλιού Ρεμπό στην Tuscon της Αριζόνας, που λειτουργήσει με τον αντίστροφο τρόπο προσπαθώντας να ελκύσει μέσω των εκθέσεων του νέο κοινό σε μια παρηκμασμένη πολυαγορά<sup>12</sup>.

Μέσα στο μουσείο χρησιμοποιούνται διαφορετικές ερευνητικές μέθοδοι και επικοινωνιακές προσεγγίσεις για να ανταποκριθούν στο ευρύ φάσμα των αναγκών και των ενδιαφερόντων των επισκεπτών. Τα διάφορα μέσα παρουσίασης μπορούν να συνεισφέρουν στο πρόβλημα της ερμηνείας και της έλλειψης συμφραζόμενων στις εκθέσεις, προσφέροντας έναν πλούτο πληροφοριών με πρωτότυπα και ενδιαφέροντα τρόπο (εικ. 2). Πώς ανακαλύφθηκαν αυτά τα αντικείμενα; Πώς κατασκευάστηκαν; Πού και πότε; Πώς λειτουργούσαν; Ποιος τα χρησιμοποίησε; Τι μπορούμε να μάθουμε απ’ αυτά; Τι πιστεύουν οι ειδικοί γι’ αυτά; Υπάρχουν διαφορετικές απόψεις για την ερμηνεία τους; κ.λπ.

Είναι φυσικά αναπόφευκτο οι υπεύθυνοι, επιλέγοντας τις πληροφορίες και τα θέματα της έκθεσης να επηρεάζονται από τις δικές τους προκαταλήψεις και πεποιθήσεις. Αυτό δεν είναι κατ’ ανάγκη προβληματικό, αρκεί οι οργανωτές της έκθεσης να είναι ειλικρινείς στις προθέσεις τους και να καθίστούν εμφανές ότι προβάλλουν μόνο μία από τις πιθανές ερμηνείες. Το μουσείο δεν θα

4. Πίνακας προσανατολισμού και ευρετήριο στο Μουσείο Peabody του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ, Μασαχουσέτη (φωτ. Μ. Οικονόμου).





πρέπει να συνεχίζει το μύθο ότι οι εκθέσεις και οι δημοσιεύσεις του παρουσιάζουν την "απόλυτη" αλήθεια ή τη μοναδική, έγκυρη ερμηνεία. Αντίθετα, μπορεί να επικοινωνήσει με το κοινό με έναν πιο δυναμικό και απελευθερωτικό τρόπο για να παρουσιάσει εναλλακτικές λύσεις, να περιγράψει αναρπαστικά προβλήματα, να παραδειχτεί αμφιβολία και αβεβαιότητα.

Για να επιτευχθεί αυτό, δεν είναι πάντα απαραίτητο να καταφεύγει το μουσείο σε πολυδάπανες λύσεις: Κείμενα απλά, που εξηγούν τους ειδικούς όρους και τους χρησιμοποιούν μόνο όταν είναι απαραίτητοι· χρήση χαρτών, εικόνων και γραφικών σχεδίων (εικ. 3)· χρήση μοντέλων αναπαράστασης και ερμηνείας της αρχικής χρησιμοποίησης των αντικειμένων (όπως, για παράδειγμα, γίνεται για τα προϊστορικά εργαλεία στο Αρχαιολογικό Μουσείο του Βόλου ή για τον αργαλείο στην έκθεση για την παλαιохριστιανική πόλη του Μουσείου Βυζαντινού Πολιτισμού της Θεσσαλονίκης)· φροντίδα και για τη φυσική διάσταση της επίσκεψης (με σχεδιασμό χώρων εκκούρασης ή άνετης παρατήρησης των εκθεμάτων, μελέτη του τρόπου κυκλοφορίας των επισκεπτών και καλής οργάνωσης του χώρου, εύκολο προσανατολισμό (εικ. 4)), όλα αυτά έχουν καθοριστική επίδραση στον τρόπο που οι επισκέπτες θα συμπεριφερθούν στην έκθεση και στο τι θα αποκομίσουν από αυτήν.

## Επίσκεψη στο μουσείο: μια πολυσύνθετη εμπειρία

Η εμπειρία της επίσκεψης στο μουσείο είναι σύνθετη και επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες. Σύμφωνα με το μοντέλο των Falk και Dierking<sup>13</sup>, περιλαμβάνει την **προσωπική** διάσταση (το μοναδικό συνδυασμό εμπειριών, ενδιαφερόντων και γνώσεων κάθε επισκέπτη), την **κοινωνική** διάσταση (τη σχέση με τους φίλους ή την οικογένεια, τους άλλους επισκέπτες, το προσωπικό του μουσείου) και τη **φυσική** διάσταση (την αρχιτεκτο-



νική και την ατμόσφαιρα του συγκεκριμένου κτηρίου, τα φυσικά χαρακτηριστικά των συλλογών, την άνεση ή τη σωματική κούραση που αισθάνεται κάθε επισκέπτης). Και οι τρεις αυτοί παράγοντες έχουν άμεση επίδραση στο πώς θα βιώσουν το μουσείο οι επισκέπτες, στην εικόνα που θα σχηματίσουν για τις συλλογές, στη συμπεριφορά τους, και στο είδος της μάθησης που ίσως αποκομίσουν.

Οι επιμελητές συλλογών και οι σχεδιαστές πρέπει κατά το σχεδιασμό εκθέσεων να λαμβάνουν υπόψη και τους τρεις αυτούς παράγοντες, καθώς και τον τρόπο που αυτοί αλληλοσυνδέονται. Για παρά-

δειγμα, ο καλός σχεδιασμός των ερμηνευτικών εργαλείων επιτρέπει τη συμμετοχή και την επικοινωνία της ομάδας, αναγνωρίζοντας τον πολύ σημαντικό κοινωνικό χαρακτήρα της επίσκεψης. Οι σχέσεις με τους φίλους, τα άλλα μέλη της οικογένειας ή της σχολικής τάξης παίρνουν καθοριστικό ρόλο στην εμπειρία της επίσκεψης και στο τι θα αποκομίσουν από αυτήν το κάθε μέλος.

Μελέτες οι οποίες ασχολήθηκαν με τον τρόπο που οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται τις μουσειακές εκθέσεις και με το τι θα ήθελαν να βλέπουν σ' αυτές δείχνουν ότι οι παρουσιάσεις που παρέχουν πληροφορίες για τους ανθρώπους και

5. Αίθουσα συλλογής Ρίεσκο Κινέζικης κεραμικής, Clocktower, Κρόντον Λονδίνου. Ενομάτωση της προσωπικής, ανθρώπινης διάστασης της μουσειακής επίσκεψης με σχόλια του κοινού και των ειδικών για το αγαπημένο τους αντικείμενο (φωτ. Μ. Οικονόμου).

6. Νεαρός επισκέπτης χρησιμοποιεί ένα πρόγραμμα υπολογιστή στο Μουσείο Φυσικής Ιστορίας του Λονδίνου (φωτ. Μ. Οικονόμου)



τη ζωή τους, που έχουν προσωπικό χαρακτήρα και δεν παραθέτουν μόνο γεγονότα, είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς<sup>14</sup> (εικ. 5). Επίσης το χιούμορ, όταν χρησιμοποιείται με προσοχή, μπορεί να αποτελέσει ισχυρό και αποτελεσματικό μέσο για την επικοινωνία του μουσείου με το κοινό του<sup>15</sup>. Ειδικά τα αρχαιολογικά μουσεία, οι επισκέπτες φαίνεται να εκτιμούν τα γραφικά, τις φωτογραφίες, τις βινταϊστανίες που δείχνουν πού και πώς βρέθηκαν τα αντικείμενα: οπτικές πληροφορίες για άλλα αρχαιολογικά στοιχεία που δεν μπορούν να εκτεθούν στο μουσείο, όπως κτήρια, περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά και σχέδια πόλεων<sup>16</sup>. Πληροφορίες για το πώς φτιάχθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν τα αντικείμενα, π.χ. πώς κατασκευάστηκαν τα αγγεία ή τα χάλκινα αγάλματα: εξήγηση όρων όπως η στρωματογραφία και η ανασκαφή με κνάβο<sup>16</sup>. Τα διαδραστικά μέσα μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν σε εκθέσεις για να ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών (να τους τοποθετήσουν, για παράδειγμα, στο ρόλο του αρχαιολόγου σε μια μίμηση ανασκαφής στην οθόνη ενός υπολογιστή), όπως το πρόγραμμα "Κυνηγός Ανθρωποειδών" [Hominid Hunter] του Αμερικανικού Μουσείου Φυσικής Ιστορίας στη Νέα Υόρκη, που χρησιμοποιεί πολύχρωμα γραφικά και έναν αρχαιολόγο σε κινούμενα σχέδια ο οποίος λειτουργεί σαν ξενάγωγος προσκαλώντας τους χρήστες σε μια ανασκαφή προϊστορικών καταλοίπων).

Τα συμπεράσματα από το ερευνητικό πρόγραμμα "Οπτικές γωνίες" (Points of View), που οργάνωσε στην Καλιφόρνια το Getty Art History Information Program και το Computer Interchange of Museum Information, έδειξαν ότι οι επισκέπτες κάνουν συχνά απροσδόκητες ερωτήσεις, περιμένουν άμεση επαφή με τους ειδικούς, και συχνά μπορεί να θέλουν να καταγράφουν και τη δική τους άποψη και πολιτισμική ερμηνεία των εκθεμάτων<sup>17</sup>.

Η έρευνα και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των εκθέσεων πρέπει να γίνουν

αναπόσπαστο κομμάτι της μουσειακής πρακτικής. Δυστυχώς (ακόμα και στη Βρετανία με την αξιολόγηση παράδοση στα εκπαιδευτικά προγράμματα και κάποιες ενδιαφέρουσες προσπάθειες αξιολόγησης), πολύ λίγα μουσεία σήμερα "αξιολογούν την εκπαιδευτική αποτελεσματικότητα των εκθέσεων ή των άλλων υπηρεσιών τους, αναλαμβάνουν έρευνα για τη μάθηση ή μελετούν το εκπαιδευτικό έργο άλλων μουσείων"<sup>18</sup>.

## Διαδραστικά πολυμέσα στις εκθέσεις

Η ανάγκη για αξιολόγηση είναι ακόμα πιο σημαντική όταν το μουσείο χρησιμοποιεί υπολογιστές στις εκθέσεις. Αν και χρειάζεται περαιτέρω έρευνα για να πιστοποιηθεί η ακριβής επίδραση των εφαρμογών πολυμέσων στους χρήστες, οι σχεδιαστές εκθέσεων ήδη εκμεταλλεύονται μερικά από τα πλεονεκτήματα της σύγχρονης διαδραστικής τεχνολογίας. Σε ορισμένες περιπτώσεις τα διαδραστικά εκθέματα (λόγω της ελκυστικότητας του σχετικά νέου αυτού μέσου) μπορούν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον επισκεπτών χωρίς προηγουμένως γνώσεις σε εξειδικευμένα θέματα. Τα συστήματα πολυμέσων, χάρη στην ευελιξία και την προσαρμοστικότητά τους σε διαφορετικές ανάγκες των χρηστών, μπορούν να αποδειχθούν ισχυρό εργαλείο παρουσίασης και να προσφέρουν τις πρόσθετες πληροφορίες που οι επισκέπτες χρειάζονται συνήθως για να κατανοήσουν καλύτερα τα εκθέματα και να έχουν μια ευχάριστη και ουσιαστική εμπειρία στο μουσείο (εικ. 6).

Τα διαδραστικά συστήματα πολυμέσων μπορούν να χρησιμοποιηθούν δημιουργικά σε μεγάλες δημόσιες εκθέσεις για να κάνουν συσχετίσεις μεταξύ διαφορετικών τμημάτων των συλλογών του μουσείου, να προσφέρουν το ευρύτερο πλαίσιο για την εξέταση των μεμονωμένων αντικειμένων και να συνθέσουν διαφορετικά θέματα. Εδώ πρέπει βέβαια να θυμίσουμε ότι:

"[τα μουσεία] που χρησιμοποιούν διαδραστικά οπτικο-

ακουστικά μέσα δεν πρέπει να προσπαθούν να αντικαταστήσουν τα πρωτότυπα αντικείμενα και την άμεση προσωπική επαφή, αλλά αντίθετα να αποδώσουν με πλούσιο τρόπο τα περιβάλλον των αντικειμένων, να προκαλέσουν σκέψη και διάλογο για θέματα σημαντικά για τις αντίστοιχες κοινότητες και να προσεγγίσουν ένα πιο ευρύ κοινό και νέες ομάδες επισκεπτών"<sup>19</sup> (Nash 1992, 178).

## Πίσω από τη βτρίνα: καταγραφή μουσειακής πληροφορίας

Η εξημερήστωση του κοινού του μουσείου εκφράζεται με ποικίλους τρόπους, όπως για παράδειγμα η προσφορά εκπαιδευτικών προγραμμάτων και υλικού σε σχολεία, προσφορά ανεξάρτητων εργαλείων (π.χ. φυλλάδια πληροφοριών, ξενάγοι, κατάλογοι, καρτέτες) που συνοδεύουν τις εκθέσεις και απευθύνονται σε διαφορετικές ηλικίες και ενδιαφέροντα, και παροχή ειδικών πληροφοριών σε ερευνητές και μελετητές.

Για να μπορέσει να ανταποκριθεί σ' αυτές τις ανάγκες, το προσωπικό του μουσείου πρέπει να έχει βαθιά γνώση των συλλογών (οργανωμένα σύστημα για την καταγραφή, φύλαξη, ανταλλαγή, συνδεση πληροφοριών, καθώς και για τη μέτεπειτα ανάκτηση και συνθεσή τους).

Η διατήρηση ενημερωμένων αρχείων πληροφοριών για τις συλλογές του μουσείου, η ερμηνεία τους σε διαφορετικά επίπεδα, η σωστή ανάδειξή τους, η χρήση διαφορετικών μεθόδων παρουσίασης (από τη δημοσίευση εξειδικευμένων καταλόγων μέχρι τη χρήση πολυμέσων) είναι σημαντικά παράγοντες που επηρεάζουν την εικόνα που έχει το κοινό για το μουσείο ως χώρο ζωντανό, που μπορεί να συνεισφέρει ενεργά στην ψυχιαγωγία, στην εκπαίδευση, στην έρευνα.

Η μουσειακή πληροφορία είναι πολύπλοκη και σύνθετη, όπως συμβαίνει με όλα τα πολιτισμικά φαινόμενα. Μπορεί να ειδικωθεί από διαφορετικές οπτικές γωνίες, έχει συχνά έναν αισθητικό, συναισθηματικό, πνευ-

ματικό χαρακτήρα και είναι συνηθισμένη με πολύπλοκες συνδέσεις (όπως, για παράδειγμα, ένα όστρακο που χρονολογείται από γεωμετρική περίοδο, έχει ιδιαίτερη διακόσμηση, κατασκευάστηκε σε αρχαία πόλη της Ευβοίας, ανακαλύφθηκε σε οικισμό της Μακεδονίας μαζί με άλλα συγκεκομημένα αντικείμενα, και μπορεί να υποδηλώνει οικονομικές και άλλες σχέσεις μεταξύ των δύο περιοχών κατά την αρχαιότητα). Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά κάνουν την καταγραφή των πληροφοριών για τις μουσειακές συλλογές έργο δύσκολο, είτε αυτή γίνεται στο χαρτί (με ειδικά βιβλία και καρτέλες καταγραφής) είτε αυτόματα στον υπολογιστή (χρησιμοποιώντας ειδικές βάσεις δεδομένων ή άλλα προγράμματα). Η σωστή και προσεκτική όμως τήρηση και ενημέρωση των αρχείων αυτών αποτελεί πολύτιμη βάση για όλες τις λειτουργίες του μουσείου και για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού. Βασία και ολοκληρωμένη γνώση των συλλογών (όχι μόνο στη μνήμη ενός ειδικού επιμελητή, αλλά καταγραμμένη με τρόπο που να μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλο το προσωπικό) σπρίζει μια σειρά λειτουργιών, όπως η δημοσίευση ειδικών καταλόγων και εγκυκλίων βιβλίων, η οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ο σχεδιασμός του δημόσιου προσώπου του οργανισμού, η απάντηση σε ερωτήσεις του κοινού και η νομική κάλυψη για την κυριότητα των συλλογών.

Σωστή φροντίδα των συλλογών, οργάνωμένη καταγραφή των πληροφοριών γι' αυτές και δημιουργική χρήση διαφορετικών τρόπων επικοινωνίας είναι απαραίτητα βήματα για ένα μουσείο που θέλει να είναι ζωντανός οργανισμός: ένας οργανισμός που επιβράχιασε στο παρόν, κατάγεται βαρβατά το μέλλον και αντιμετωπίζει με σεβασμό το παρελθόν, χωρίς να μένει στείρα προσκολλημένος σ' αυτό.

#### Σημειώσεις

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την Αντζέλα Δημητράκη, τη Μαρία Κωστόπουλου και την Ανδρόμαχη Γκαλί για τις χρήσιμες παρατηρήσεις που έκαναν κατά τη διάρκεια της συγγραφής αυτού του κειμένου.

1. Bourdieu, P., Darbel, A. και Schnapper, D., 1969. *L'Amour de l'art: les musées d'art européens et leurs publics*. Paris: Les Éditions de Minuit.
2. Merriman, N., 1989. "The Social Basis of Museum and Heritage Visiting", στο S. Pearce (ed.), *Museum Studies in Material Culture*. Leicester: Leicester University Press, 153-171.
3. Arnell, V., Hammer, I. και Nyfjöl, G., 1976. *Going to Exhibitions*. Riksställningar/ Swedish Travelling Exhibitions.
4. Dixon, B., Courtney, A. και Bailey, R., 1974. *The Museum and the Canadian Public*. Toronto: Art and Culture Branch, Department of the Secretary of State.
5. Οι μελέτες αυτές πρέπει βέβαια να εξετάζονται με προσοχή και να τοποθετούνται στο κοινωνικό και πολιτιστικό πλαίσιο από το οποίο προκύπτουν, για το οποίο τα στοιχεία τους δεν ισχύουν αναγκαστικά για άλλες χώρες. Αποτελεί ένα γενικότερο μεθοδολογικό πρόβλημα τι λίγες από αυτές τις έρευνες καλύπτουν ευρείς δείγματα ή κατατάσσονται σε συμπληρωματικά που μπορούν να συγκριθούν ή να γενικευτούν. Το πιο σημαντικό όμως πρόβλημα, ειδικά στον ελληνικό χώρο, είναι ότι δεν γίνονται αρκετές συστηματικές και εμπειροπαισμένες μελέτες για το όραμα του κοινού που επικοινωνεί τα μνηστικά τους μηνύματα, και τους λόγους που καθορίζουν αυτές τις επιλογές.
6. Bourdieu et al., 1969: Bourdieu, P., 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & K. Paul. Bourdieu, P. και Passeron, J.-C., 1977. *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage Publications.
7. Merriman, 1989, 161.
8. Δηλιγιάνης, Μ. κ.α., 1997. *Μουσεία και όραμα με ειδικές ανάγκες*. Αθήνα: Gutenberg. Πολλά παραδείγματα μουσείων που προσποθούν με διαφορετικούς τρόπους να δειρύνουν το κοινό τους περιγράφονται στο τεύχος 1 (3) του περιοδικού *Museum Practice* (1996), που είναι αφιερωμένο στο "Outreach" (ο αγγλικό γενικός όρος που δεν μεταφράζεται εύκολα στα ελληνικά στα που περιγράφει δραστηριότητες πολιτιστικών ιδρυμάτων που προσποθούν ενεργά να "αναύξουν" προς όλη την κοινωνία, και συχνά προς συγκεκριμένες μειονότητες ή περιθωριοποιημένες ομάδες). Κάποια παραδείγματα αναφέρονται και στο τεύχος 2(2) (1997), αφιερωμένο στην "Εργηλεία".
9. Coles, P., 1984. *Please touch: an evaluation of the "Please touch" exhibition at the British Museum 31st March to 8th May 1983*. Dunfermline: Committee of Inquiry into the Arts and Disabled People.
10. Πληροφορίες στο Διαδίκτυο: <http://www.amnh.org/education/educators/moveable.shtml>
11. Perlin, R., 1996. "Media, Art Museums, and Distant audiences", στο Thomas, S. και Mintz, A. (εξέδ.), *The Virtual and the Real: Media in the Museum*. Washington, DC: American Association of Museums. Άλλα παραδείγματα εξετάζονται στο Crane, V., Chen, M., και Bitgood, S., 1994. *Informal Science Learning: What the Research Says About Television, Science Museums, and Community-Based Projects*. Dedham, MA: Research Communications, και στο Group for Education in Museums (GEM) 1995: *The Ages of Learning* (Conf. Proceedings).
12. Hupert, D., 1997. "Museum in a mall, or bring the hand you feed". *Curator* 40(2), 93-96.
13. Falk, J. H. και Dierking, L. D., 1992. *The Museum Experience*. Washington, DC: Whitelock Books.
14. Anderson, P. και Cook, Roc. B., 1993. *The Museum Impact and Evaluation Study: Roles of Affect in the Museum Visit and Ways of Assessing Them*. Vol. 1: Summary. Chicago: Museum of Science and Industry, Economist, M., 1996. "The Evaluation of Museum Multimedia Applications: Lessons from Research". *Museum Management and Curatorship* (υπό έκδοξη). Hein, G., 1998. *Learning in the Museum*. London: Routledge (π.χ. σσ. 128-129, 153, 161-164). Merriman 1989.

15. Όπως χρησιμοποιήθηκε, για παράδειγμα, σ' ένα πρόγραμμα του Shedd Aquarium, που χρησιμοποιεί μια αγέλη τύπου "Ζητήματα σύμφωνοι" για να εξηγήσει το αναπαραγωγικό σύστημα των ευελιθιών, και σε μια ταινία κινούμενων σχεδίων για το φαινόμενο του θερμοκηπίου του Αμερικού Μουσείου Φυσικής Ιστορίας της Νέας Υόρκης, όπου ηχητικά απόχρησιμοπούνται για να γράφεται τρόπο στον μια γενεά από απελευθερωμένα μέμβρα και από τις δύο άκρες του πεπτικού της συστήματος... Serrell, B. και Raphael, B., 1992. "Computers on the Exhibit Floor", *Curator* 35(3), 181-189 (κυρίως σσ. 187-188).
16. Economou, M., 1996. "Interactive Multimedia for the Public Presentation of Archaeology: The Eussepides Project", στο Higgins, T., Mann, P. και Lang, J. (εξέδ.), *Imaging the Past: Electronic Imaging and Computer Graphics in Museums and Archaeology* (Conf. Proceedings), November 1994, London: The British Museum Occasional Paper 114, 127-139, και Economou 1998.
17. Sledge, J., 1995. "Points of view" στο D. Bearman (ed.), *Multimedia Computing and Museums*, vol. 1. ICHIM '95/ICN '95 (1), (Conf. Proceedings), Pittsburgh, PA: Archives & Museum Informatics, 335-346.
18. Anderson, D., 1997. *A Common Wealth: Museums and Learning in the United Kingdom (a report to the Department of National Heritage)*. London: Department of National Heritage, vli.
19. Nash, C., 1992. "Interactive media in museums: Looking backwards, forwards and sideways", *Museum Management and Curatorship* 11, 171-184 ( σ. 176).

## Museums for People or for Objects?

Dr. Maria Economou

Museums have responded differently to the problem of interpretation and the lack of the original context of their collections. Some have conserved their image as "cabinet of curiosities," presenting beautiful objects with little information about them, while others have opted for a "slice of the past" approach, thus trying to recreate the past "as it was." A number of museums have realized their elitist role and are trying different ways of opening up to the public and to disadvantaged sections of the community. The use of various interpretation media can assist the communication with the audience and enhance understanding and learning in the museum. The museum visit is a multifaceted phenomenon that includes the interaction between three different contexts, the personal, the social, and the physical. Interactive multimedia applications, when used effectively, can be a powerful interpretation medium in exhibitions. In order to perform successfully its functions (collections management, public service, research), the museum needs to have deep knowledge of its collections and a well-organized system of recording museum information.

M. E.