

ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Δρ Μάρλεν Μούλιου
Αρχαιολόγος-Μουσειολόγος

Δρ Αλεξάνδρα Μπούιντα
Αρχαιολόγος-Μουσειολόγος

Η επικοινωνία είναι μια από τις πιο θεμελιώδεις λειτουργίες των μουσείων και πινακοθηκών. Συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών, μηνυμάτων και εμπειριών, με σαφή, αποτελεσματικό και ευχάριστο τρόπο, σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα, με ποικίλες προσδοκίες, αναζητήσεις και ενδιαφέροντα. Συνδέεται άμεσα με τις υπόλοιπες λειτουργίες του μουσείου (συλλογή, έρευνα, διαχείριση αντικειμένων και συλλογών, κ.λπ.), ορίζει και καθορίζει τη δημόσια εικόνα του μουσείου, επηρεάζει τις αντιλήψεις και τη στάση των ανθρώπων προς αυτό, και συνεπώς την απόφασή τους να το επισκεφθούν ή όχι.

Κατά τα τελευταία είκοσι χρόνια τουλάχιστον, τα μουσεία δέχονται πιέσεις να δικαιολογήσουν τη χρηματοδότησή τους, να αποδείξουν τον κοινωνικό τους ρόλο και τη σημασία τους και να βελτιώσουν την απόδοσή τους, ιδιαίτερα σε σχέση με άλλους τομείς της "βιομηχανίας του ελεύθερου χρόνου" που αναπτύσσονται απειλητικά (βλ. και άρθρα του αφιερώματος στα δύο προηγούμενα τεύχη του περιοδικού). Οι παράγοντες αυτοί σχετίζονται με την αντίληψη ότι τα μουσεία υπάρχουν όχι μόνο για να αντικείμενα που φυλάσσουν αλλά κυρίως για να συμβάλουν στη δημιουργία ενός υψηλότερου επιπέδου ζωής για όλους. Χαρακτηριστική της τάσης αυτής είναι η απόφαση της Ένωσης Μουσείων Αγγλίας, το 1998, να αντικαταστήσει τον ορισμό του μουσείου που είχε υιοθετήσει πριν από 20 περίπου χρόνια με έναν νέο, που εκφράζει τη μετάθεση του ενδιαφέροντος της μουσειακής κοινότητας από τα αντικείμενα στους ανθρώπους και τη διάθεση του Μουσείου να βελτιώσει την επικοινωνία του με το υπάρχον κοινό και να διευρύνει τη βάση των επισκεπτών του.

"Τα μουσεία δίνουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να ανακαλύψουν συλλογές και να αντλούν έμπνευση, γνώση και ευχαρίστηση. Είναι ιδρύματα που συλλέγουν, προστατεύουν και κάνουν προστά αντικείμενα και δείγματα του φυσικού κόσμου, τα οποία φυλάσσουν προς όφελος της κοινωνίας."

Η επικοινωνιακή στρατηγική ενός μουσείου περιλαμβάνει δραστηριότητες που πραγματοποιούνται και εντός και εκτός του φυσικού του χώρου. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν: εκθέσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, διαλέξεις και ξεναγήσεις, δραματοποίηση, οργάνωση ποικίλων πολιτιστικών εκδηλώσεων, εργαστήρια που επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να πιάσουν και να χρησιμοποιήσουν αντικείμενα από τις μουσειακές συλλογές, ή που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με το θέμα και τα αντικείμενα του μουσείου (π.χ. χρήση του κεραμικού τροχού), περιήγηση στις συλλογές με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας (εικονική πραγματικότητα, πολυμέσα κ.ά.), επίσκεψη στους μέχρι πρότινος κλειστούς χώρους του μουσείου (αποθήκες, εργαστήρια συντήρησης κ.ά.). Εξίσου ση-

μαντικές και ποικίλες είναι οι δραστηριότητες που μπορεί να αναπτύξει ένα μουσείο εκτός του φυσικού του χώρου, προκειμένου να προσελκύσει και να επικοινωνήσει με ανθρώπους που συνήθως δεν επισκέπτονται το μουσείο, είτε λόγω φυσικών είτε λόγω κοινωνικών περιορισμών (όμαδα τρίτης ηλικίας, άτομα με μειωμένη κινητικότητα, μειονότητες κ.λπ.). Σ' αυτήν την κατηγορία εντάσσονται: η οργάνωση εκθέσεων και εργασιών/εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε εναλλακτικούς, ημι-μουσειακούς χώρους (εμπορικά κέντρα, σχολεία, νοσοκομεία, φυλακές, οίκοι ευγηρίας κ.ά.), οι μουσειοσκευές, τα μουσειοεπιχειρήματα, η επαφή με τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης και η συνεργασία με διάφορες κοινωνικές ομάδες για την οργάνωση πρωτότυπων πολιτιστικών δράσεων.

Η έννοια της επικοινωνίας όμως δεν περιορίζεται στις δραστηριότητες που μπορούν να οργανωθούν από ένα μουσειακό οργανισμό. Θα πρέπει να αποτελεί τη βάση της ιδεολογίας του μουσείου, και επομένως να επηρεάζει όλες τις αποφάσεις που λαμβάνονται σε όλα τα στάδια και τα επίπεδα της διαχείρισης και διοίκησης του ιδρύματος. Η πρόκληση που τα μουσεία αντιμετωπίζουν σήμερα είναι να συνδυάσουν αποτελεσματικά όλες τις παραδοσιακές αξίες του μουσείου ως οργανισμού, με το ενδιαφέρον για την ενεργό και αμφίδρομη συνεργασία με όλους τους κοινωνικούς φορείς. Ο στόχος θα είναι να εδραιωθεί βαθιά μέσα στην κοινωνική συνείδηση η σημασία του μουσείου ως φορέα αξιών και ποιότητας.

Τα άρθρα που ακολουθούν εκφράζουν και αναδεικνύουν τους παραπάνω προβληματισμούς. Ο Ν. Merriman συνοψίζει όλες τις νέες τάσεις για τη μουσειακή επικοινωνία και παρουσιάζει ενδεικτικά παραδείγματα επιτυχημένου συνδυασμού της θεωρίας με την πράξη.

Η Ε. Hooper-Greenhill, κατ' έξοχην εκπρόσωπος της σύγχρονης μουσειακής εκπαιδευτικής θεωρίας στον αγγλοσαξονικό κόσμο, γράφει για τις θεωρίες της μουσειακής εκπαίδευσης και επικοινωνίας, όπως αυτές αναπτύσσονται στη μεταμοντέρνα εποχή, και εξετάζει την εφαρμογή τους στη σύγχρονη μουσειακή πρακτική.

Η Μ. Οικονομίου, μεταξύ άλλων, αναλύει πώς η σύγχρονη τεχνολογία προσφέρει εναλλακτικούς τρόπους ερμηνείας και παρουσίασης αρχαιολογικών αντικειμένων στα μουσεία, με στόχο την πιο αποτελεσματική κατανόηση των αξιών και των μηνυμάτων τους από διαφορετικές ομάδες κοινού.

Τέλος, η Θ. Μουσιούρη αναφέρεται στην Αξιολόγηση και την Έρευνα Κοινού στα μουσεία ως εργαλεία που συμβάλλουν στην επίτευξη ουσιαστικής επαφής με το κοινό τους και στη δημιουργία της αναγκαίας βάσης πληροφοριών που θα οδηγήσει στην εξέλιξη και βελτίωση των ποικίλων δραστηριοτήτων του μουσειακού οργανισμού.