



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΩΣ ΜΕΣΟ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ: ΜΑΡΙΟΛΟΠΟΥΛΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΔΡ. ΒΙΓΛΗ ΜΑΡΙΑ**

**ΠΥΡΓΟΣ - 2021**

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω την κ. Βίγλη Μαρία, που με εμπιστεύθηκε και συνεργάστηκε μαζί μου ώστε να μπορέσω να συγγράψω επιτυχώς την εργασία, με εύστοχη καθοδήγηση και εύστοχες παρατηρήσεις.

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, για την ψυχολογική ενίσχυση, αλλά και γενικά για ό,τι μου έχουν προσφέρει στη ζωή μου έως σήμερα.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε, για το τμήμα Διοίκησης Οικονομίας και Επικοινωνίας Τουριστικών & Πολιτιστικών Μονάδων, του Πανεπιστημίου Πατρών, πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, με τη μορφή πτυχιακής, στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών. Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα (4) βασικά κεφάλαια και στα σχετικά συμπεράσματα και ερωτηματολόγιο. Το πρώτο κεφάλαιο σχετίζεται με τα Μουσεία γενικά, την κατηγοριοποίηση τους, καθώς και τις λειτουργίες τους. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της επικοινωνίας, το μοντέλο επικοινωνίας Shannon-Weaver, καθώς και τα μέσα επικοινωνίας. Το τρίτο κεφάλαιο συνδέει τις έννοιες μουσείου και επικοινωνίας και αναφέρει πληροφορίες σχετικά με τη σημασία της μουσειακής αγωγής, μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται ο σκοπός της εργασίας, το δείγμα της έρευνας, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε και μοιράστηκε καθώς και σχετικά διαγράμματα και πίνακες έπειτα από την επεξεργασία των αποτελεσμάτων.

### **Λέξεις κλειδιά**

Μουσείο, Μουσειακή αγωγή, Επικοινωνία

## **ABSTRACT**

The present paper was carried out, for the Department of Economics and Communication Management of Tourist & Cultural Units, of the University of Patras, former TEI of Western Greece, in the form of a bachelor's degree, according to the curriculum. The paper is divided into four (4) main chapters and the relevant conclusions and questionnaire. The first chapter deals with Museums in general, their categorization, as well as their functions. The second chapter analyzes the concept of communication, the Shannon-Weaver communication model, as well as the means of communication. The third chapter connects the concepts of museum and communication, and mentions information about the importance of museum education, through educational programs. The fourth chapter mentions the purpose of the paper, the sample of the research, the questionnaire used and shared as well as relevant diagrams and tables after the processing of the results.

## **Keywords**

Museum, Museum education, Communication

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|  |    |
|--|----|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....  | 2  |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....   | 3  |
| Λέξεις κλειδιά .....   | 3  |
| ABSTRACT .....   | 4  |
| Keywords .....   | 4  |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....  | 5  |
| 1. Το μουσείο ως χώρος πολιτιστικής αναφοράς.....                          | 7  |
| 1.1 Μουσείο - Ορισμός .....  | 7  |
| 1.2 Ετυμολογία.....  | 7  |
| 1.3 Ιστορική αναδρομή .....  | 7  |
| 1.4 Λειτουργίες Μουσείων.....  | 8  |
| 1.5 Τα μουσεία στην Ελλάδα .....   | 10 |
| 1.5.1 Αρχαιολογικά μουσεία στην Ελλάδα.....                                | 10 |
| 1.5.2 Βυζαντινά μουσεία.....   | 12 |
| 1.5.3 Ιστορικά και Λαογραφικά μουσεία.....                                 | 13 |
| 1.6 COVID-19 και μουσεία.....  | 14 |
| 2. Η επικοινωνία: Ορισμός και πλαίσιο .....                                | 15 |
| 2.1 Ιστορική αναδρομή .....  | 15 |
| 2.2 Βασικές έννοιες και ορισμός.....                                       | 15 |
| 2.3 Μοντέλο επικοινωνίας Shannon-Weaver.....                               | 16 |
| 2.4 Μέσα επικοινωνίας.....   | 17 |
| 2.4.1 Λεκτική επικοινωνία: .....   | 18 |
| 2.4.2 Μη λεκτική επικοινωνία: .....  | 20 |
| 2.4.3 Μέσα μαζικής επικοινωνίας.....                                       | 22 |
| 2.5 Οργανισμοί επικοινωνίας και πολιτισμού.....                            | 24 |
| 3. Μουσείο και επικοινωνία.....  | 26 |
| 3.1 Η μουσειακή αγωγή ως μέσο επικοινωνίας του συγχρόνου μουσείου .....    | 26 |
| 3.2 Εκπαιδευτικά προγράμματα στο Μουσείο: είδη, δράσεις, παραδείγματα..... | 28 |
| 3.2.1 Μέθοδοι μουσειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων .....                  | 30 |
| 4. Η Έρευνα: Σκοπός, μεθοδολογία, εργαλεία, αποτελέσματα.....              | 33 |

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Σκοπός.....                            | 33 |
| 4.2 Δείγμα.....                            | 33 |
| 4.3 Ερωτηματολόγιο .....                   | 33 |
| 4.4 Διαγράμματα - Πίνακες.....             | 37 |
| Σχολιασμός αποτελεσμάτων-Συμπεράσματα..... | 52 |
| Βιβλιογραφία.....                          | 54 |

# 1. Το μουσείο ως χώρος πολιτιστικής αναφοράς

## 1.1 Μουσείο - Ορισμός

Ως μουσείο χαρακτηρίζεται το μέσο, από το οποίο το κοινό θα μπορέσει να ενημερωθεί για το παρελθόν ή το παρόν, θα ψυχαγωγηθεί, θα αποκτήσει πληροφορίες που δεν είχε πριν, και θα μπει στη διαδικασία να προβληματιστεί (Δρακάκη, 2020).

Το διεθνές Συμβούλιο Μουσείων ως μουσείο δίνει τον παρακάτω ορισμό: *«Μόνιμο ίδρυμα στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοιχτό στο κοινό, που ερευνά τα υλικά αντικείμενα των ανθρώπων και του περιβάλλοντός τους, αποκτά αυτά τα αντικείμενα, τα διατηρεί, τα ερμηνεύει και πρωτίστως τα εκθέτει προς όφελος του κοινού, κυρίως μέσα από διαδικασίες μελέτης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας»*(noesis, 2020).

## 1.2 Ετυμολογία

Η λέξη μουσείο αρχικά συνδέεται με την αρχαία ελληνική μυθολογία, περίπου τον 5<sup>ο</sup>π.Χ. Αιώνα, και συγκεκριμένα με τις μούσες. Αναφέρεται σε χώρους αφιερωμένους στις Μούσες και τις τέχνες, ενώ κατά τη διάρκεια της ελληνοριστικής εποχής χαρακτηρίζει χώρους βιβλιοθήκης. Στην νεότερη εποχή, το λατινογενές *Mūsēum/Mūsium*, πέρασε στη Γαλλική ως *musée*, από όπου και συνδέεται με την σημερινή ελληνική λέξη μουσείο (syros agenda, 2020).

## 1.3 Ιστορική αναδρομή

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, η λειτουργία του πρώτου μουσειακού χώρου, εμφανίζεται τον 15ο αιώνα, γνωστό ως το Παλάτσο Μέντιτσι, στην πόλη της Φλωρεντίας. Το Παλάτσι Μέντιτσι ήταν ένα μέγαρο όπου, κατά το οποίο κατοικούσε η οικογένεια των Μεδίκων (Hooper - Greenhill, 1992). Οι Μεδικοί, οικογένεια εμπόρων και τραπεζιτών κυριάρχησαν στην Φλωρεντία το 1434 και καθόρισαν την τύχη της πόλης για πολύ μεγάλο διάστημα την εποχή της Αναγέννησης. Το 1494 εκδιώχθηκαν από την πόλη και επανήλθαν το 1512. Ανέλαβαν και πάλι την εξουσία και την διατήρησαν με αρκετές ανατροπές για δύο ακόμη αιώνες.



**Εικόνα 1.1:** Το Μετά θάνατον πορτρέτο του Κόζιμο των Μεδίκων από τον Τζάκομο Παντόρμιο μεταξύ 1518 και 1519

Τον 18<sup>ο</sup> Αιώνα ιδρύονται μόλις δυο μουσεία, το ένα είναι το μουσείο φυσικής ιστορίας στο Βρετανικό Μουσείο το 1759 και το Conservatoire National des Arts et Metiers το 1794 στην πόλη του Παρισιού. Μέχρι τότε εκτός του μικρού αριθμού μουσείων η φιλοσοφία ήταν καθαρά στο οπτικό ερέθισμα των υλικών αντικειμένων, γεγονός που εξελίχθηκε ραγδαία τον 19ο Αιώνα. Σημαντικό γεγονός αποτελεί η εκπαίδευση του προσωπικού, ώστε να χαρακτηρίζεται εξειδικευμένο, στοιχείο που ισχύει έως και σήμερα. Τον 20<sup>ο</sup> αιώνα οι εξελίξεις ήταν ακόμα μεγαλύτερες, επηρεασμένες από την εξέλιξη των ΜΜΕ και των επιστημονικών σωματίων. Σημαντικός παράγοντας που ισχύει περισσότερο στη σημερινή εποχή είναι η χρήση της τεχνολογίας στους χώρους των μουσείων, με σκοπό την βελτιστοποίηση της εκπαίδευσης του κοινού (Τάνης, 2017).

Στην Ελλάδα, το πρώτο μουσείο ήταν το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο (1829) στην Αίγινα, και αργότερα μεταφέρθηκε στην Αθήνα (Ιστορία του Μουσείου, 2018). Ακολουθούν το Μουσείο της Ακρόπολης, το 1874, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το 1886, το Αρχαιολογικό μουσείο Ολυμπίας, το 1875, καθώς και η Εθνική Πινακοθήκη το 1900 (ΕΑΠ, 2002).

#### **1.4 Λειτουργίες Μουσείων**

Σε κάθε μουσειακό χώρο γίνεται καταγραφή ημερολογιακή, με σκοπό την εικόνα επισκεψιμότητας και πολλών άλλων στατιστικών στοιχείων σημαντικών για να συγκρίνονται ή να βελτιώνονται οι παροχές και εγκαταστάσεις των χώρων αυτών (Wayback Machine, 2007). Η χρήση των κανόνων καλής πρακτικής, παράλληλα με τη συνεργασία επιστημονικού προσωπικού, όπως αρχαιολόγοι, ανθρωπολόγοι, μηχανικοί και άλλοι, διαμορφώνει μια νέα αντίληψη για τον όρο μουσείο και το βοηθά να απαγκιστρωθεί από την έννοια της απλής



έκθεσης, μετατρέποντας το μουσείο σε χώρο επιστημονικής έρευνας, εκπαίδευσης και τεκμηρίωσης.

Ο χώρος του μουσείου περιλαμβάνει πολλές λειτουργίες, δύο εκ των οποίων πολύ βασικές είναι η τεκμηρίωση και η εκπαίδευση. Η τεκμηρίωση περιλαμβάνει οργανωμένη και στοχοθετημένη δομή της αντανάκλασης των διαφόρων ιστορικών γεγονότων, φαινομένων και γεγονότων, καθώς και κοινωνικοπολιτιστικών διεργασιών μέσω εκθεμάτων μουσείων. Αυτή η λειτουργία μουσείου πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια της γνώσης και της μελέτης των εκθεμάτων για την επακόλουθη επιστημονική περιγραφή των αντικειμένων. Χάρη σε τέτοιες λεπτομερείς περιγραφές, οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να αντιληφθούν σωστά και αντικειμενικά, τα αντικείμενα που παρουσιάζονται στο μουσείο. Η εκπαιδευτική λειτουργία του μουσείου βασίζεται στην επίδραση των εκθεμάτων στους επισκέπτες του μουσείου. Ο τελευταίος εκφράζεται με το μεγάλο αριθμό πληροφοριών που λαμβάνει κάθε άτομο που πλησιάζει στο χώρο πληροφοριών του μουσείου. Στη διαδικασία εφαρμογής αυτής της λειτουργίας του σύγχρονου μουσείου, οι πολιτιστικές και γνωστικές ανάγκες της κοινωνίας διεγείρονται και ικανοποιούνται. Η λειτουργία αυτή εκδηλώνεται επίσης σε διάφορες μορφές εκθεσιακών, πολιτιστικών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων (agromassidayu.com, 2021).

Η αντίληψη του κοινού, ως προς το χώρο του μουσείου και αυτών που βρίσκονται μέσα σε αυτό σχετίζονται άμεσα με τον τρόπο λειτουργίας, τα μέσα προβολής του εκθέματος ακόμα και από το ύφος του προσωπικού του χώρου. Πλέον, η σχέση μεταξύ κοινού και μουσειακού χώρου είναι ισότιμη και η διαδικασία αυτή υπάγεται στην άτυπη εκπαίδευση της δια βίου μάθησης (Ξανθουδάκη, 2004). Ο άνθρωπος γενικά μαθαίνει πιο εύκολα με τη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση με το περιβάλλον (Σοφία Ρωκ, Μελά& Ρόκου, 2012). Αυτή την θεωρία εκμεταλλεύεται ο τομέας αυτός και χρησιμοποιεί εκπαιδευτικές δράσεις στους χώρους του μουσείου.

Οι δράσεις αυτές αποτελούνται από δραστηριότητες που υλοποιούνται είτε εντός, είτε εκτός του φυσικού του χώρου. Αυτό πραγματοποιείται μέσω διαλέξεων-συζητήσεων, δημιουργικών εργαστήριων, σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων για διαφορετικές κατηγορίες κοινού όπως παιδιά, σχολικές ομάδες όλων των βαθμίδων, νέοι, ενήλικες ανεξαρτήτου εθνικότητας ή άλλης διάκρισης, οικογένειες, αλλά και για τρίτη ηλικία. Τα μουσεία οφείλουν να υπηρετούν το σύνολο του πληθυσμού μιας κοινωνίας, προσφέροντας σε όλα τα μέλη της, χωρίς διακρίσεις, το δικαίωμα για πρόσβαση στα πολιτιστικά αγαθά (Παναγιωτοπούλου, 2020).

## 1.5 Τα μουσεία στην Ελλάδα

Η Ελλάδα φιλοξενεί πολλά σε αριθμό μουσεία, τα πιο γνωστά σε αυτά χαρακτηρίζονται τα αρχαιολογικά μουσεία, με κάποια από αυτά να αποτελούν παγκόσμιο πόλο έλξης, όπως το μουσείο της ακρόπολης και της αρχαίας Ολυμπίας. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει κάθε μουσείο ξεχωριστά καθώς φιλοξενεί μοναδικά εκθέματα με τεράστια πολιτιστική σημασία. Η ανάλυση για κάθε μουσείου ξεχωριστά αποτελεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ωστόσο παρακάτω θα γίνει αναφορά σε συγκεκριμένα είδη μουσείων.

Τα είδη των μουσείων που μπορεί κάποιος να επισκεφτεί στην Ελλάδα φαίνεται στο παρακάτω πίνακα.

| <b>ΜΟΥΣΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>          |
|-------------------------------------|
| <b>ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>         |
| <b>ΒΥΖΑΝΤΙΝΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>            |
| <b>ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>           |
| <b>ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>             |
| <b>ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΕΧΝΗΣ</b>               |
| <b>ΜΟΥΣΕΙΑ ΦΥΣΙΚΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ</b>     |
| <b>ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ</b>          |
| <b>ΠΟΛΕΜΙΚΑ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b> |
| <b>ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>              |

**Πίνακας 1.1:**Είδη μουσείων που φιλοξενούνται στην Ελλάδα (Βικιπαιδεία, 2020)

### 1.5.1 Αρχαιολογικά μουσεία στην Ελλάδα

Ο αριθμός των αρχαιολογικών μουσείων της Ελλάδας είναι διακόσια τρία (203), και το 2019 είχε 5.894.470 επισκέπτες σύμφωνα με την ιστοσελίδα της Διεύθυνση Αρχαιολογικών Μουσείων, Εκθέσεων και Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων (ΔΑΜΕΕΠ, 2021). Δύο από τα σημαντικότερα ελληνικά αρχαιολογικά μουσεία είναι το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης και το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας. Παρακάτω, παρουσιάζονται συνοπτικά τα μουσεία αυτά:

#### 1.5.1.1 Μουσείο Ακρόπολης

Από τα σπουδαιότερα μουσεία στην Ελλάδα. Εντυπωσιακό και ευρύχωρο, στεγάζει κάθε αντικείμενο που έχει βρεθεί στον ιερό βράχο της Ακρόπολης, καλύπτοντας μία ευρεία χρονική περίοδο από τη Μυκηναϊκή περίοδο έως την Παλαιοχριστιανική Αθήνα(discovergreece.com, 2021).



**Εικόνα 1.2:**Οι καρυάτιδες από το μουσείο της Ακρόπολης (discovergreece.com, 2021)

### **1.5.1.2 Μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας**

Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Ολυμπίας, στεγάζεται στο καινούργιο κτήριο των εγκαταστάσεων και εμπεριέχει τη μόνιμη έκθεση ευρημάτων από τις ανασκαφές στον ιερό χώρο της Άλτσεως, τα οποία χρονολογούνται από τα προϊστορικά έως και τα πρώτα χριστιανικά χρόνια. Προφέρει και μια σειρά από γλυπτά, με πολύ γνωστό το γλυπτό του Ερμή του Πραξιτέλη, καθώς και συλλογή χάλκινων αντικειμένων.



**Εικόνα 1.2:** Ερμής του Πραξιτέλη(patrisnews.com, 2017)

Η οργάνωση του Μουσείου χωρίζεται σε εκθεσιακούς, βοηθητικούς και αποθηκευτικούς χώρους. Ο εκθεσιακός χώρος περιλαμβάνει τον προθάλαμο και δώδεκα αίθουσες, Το Μουσείο διαθέτει αποθηκευτικούς χώρους, που καταλαμβάνουν τμήμα της ανατολικής πτέρυγας και του υπογείου, καθώς και εργαστήρια συντήρησης πήλινων, χάλκινων, λίθινων αντικειμένων, ψηφιδωτών και μικροεπιτημάτων(Βικάτου, 2012)

Το οπτικό ερέθισμα εντός του μουσείου είναι ελκυστικό, εκτός από τα εκθέματα υπάρχει μια μακέτα που απεικονίζει την κτηριακή δομή την εποχή που λειτουργούσαν οι αρχαίοι Ολυμπιακοί Αγώνες. Επίσης μοιράζεται φυλλάδιο με σχετικές πληροφορίες ως προς το χώρο του μουσείου. Το γλυπτό του Ερμή του Πραξιτέλη είναι σε ξεχωριστό δωμάτιο με έντονο φωτισμό, με δυνατότητα να το δει κάποιος περιφερειακά, γεγονός που σε προϋδεάσει για κάτι σημαντικό.

### **1.5.2 Βυζαντινά μουσεία**

Η Ελλάδα φιλοξενεί 25 βυζαντινά και μεταβυζαντινά μουσεία και συλλογές. Η βυζαντινή αυτοκρατορία υπήρξε μία από τις σημαντικότερες επικράτειες της οικουμένης. Η επέκτασή της, τόσο στον χώρο όσο και στον χρόνο, είναι εντυπωσιακή. Ένωσε ηπείρους, πολιτισμούς, κοινωνίες και ανθρώπους, γνώρισε περιόδους απίστευτης δόξας και χάρισε στον κόσμο

μεγάλα πολιτιστικά επιτεύγματα. Η σχέση του Βυζαντίου με την ορθόδοξη ανατολική χριστιανική παράδοση είναι τόσο βαθιά, που δεν νοείται η θρησκεία χωρίς το Βυζάντιο και το Βυζάντιο χωρίς τη θρησκεία. Αυτός ο δεσμός δημιούργησε έργα τέχνης μεγάλης πνευματικότητας.

Οι βυζαντινές εκκλησιές και τα μνημεία γίνονται περισσότερο κατανοητά, όταν γνωρίσει κάποιος τον πλούτο των μουσείων. Κινητές εικόνες, λειτουργικά σκεύη αιώνων, ψηφιδωτά άφθαστης τέχνης, νομίσματα, κεραμικά στοιχεία, όλα τα εκθέματα των βυζαντινών μουσείων είναι εντυπωσιακά. Μια ολόκληρη εποχή προβάλλει ανάγλυφη, καθώς μπαίνει κάποιος στο Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο στην Αθήνα, στην Κρύπτη του Αγίου Δημητρίου στη Θεσσαλονίκη, στη Βυζαντινή και Μεταβυζαντινή Συλλογή Χανίων στην Κρήτη(roiostigiati.gr, 2018).



**Εικόνα 1.3:**Βυζαντινό Μουσείο Θεσσαλονίκης(thessalonikitourism.gr, 2020)

### 1.5.3 Ιστορικά και Λαογραφικά μουσεία

Σε όλη την έκταση της χώρας μας, έχει την δυνατότητα να συναντήσει κάποιος, πάνω από 50 ιστορικά και λαογραφικά μουσεία, που διαφυλάττουν τις μνήμες και τις αξίες του νεότερου ελληνικού πολιτισμού. Εκτός από αυτές τις μεγάλες εκθέσεις, σε πολλά χωριά και κωμοπόλεις λειτουργούν μικρές συλλογές, οι οποίες δημιουργούνται από την αγάπη των κατοίκων για τον τόπο τους. Το Εθνολογικό και Λαογραφικό Μουσείο Μακεδονίας – Θράκης, το Μουσείο Ελληνικής Λαϊκής Τέχνης στην Αθήνα, το Μουσείο Ηπειρωτικής Λαϊκής Τέχνης «Κώστας Φρόντζος», το Ιστορικό Μουσείο Κρήτης και όλα τα άλλα μικρά και μεγάλα μουσεία και συλλογές κρατούν ζωντανές τις μνήμες ηρωικών εθνικών αγώνων(roiostigiati.gr, 2018).



Εικόνα 1.4: Ιστορικό και Λαογραφικό μουσείο Ρεθύμνου (cretevantaxi.com, 2021)

## 1.6 COVID-19 και μουσεία

Στην εποχή του κορονοϊού, ο χώρος του πολιτισμού και ιδιαίτερα οι κλειστοί χώροι υπολειτουργούν και υπάρχουν χρονικά διαστήματα κατά τα οποία ήταν τελείως κλειστοί. Το καλοκαίρι του 2020, τα μουσεία άνοιξαν στις 15 Ιουνίου με συγκεκριμένες προδιαγραφές ως προς το μουσειακό χώρο, τις αποστάσεις και τα μέτρα προστασίας που ορίζονται από τους αρμόδιους φορείς, τον κλιματισμό, την ροή των επισκεπτών και φυσικά, την ασφάλεια των εργαζομένων **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.** Είναι σαφές ότι η παρατεταμένη καραντίνα επηρέασε τα μουσεία και τις λειτουργίες τους, ειδικά αναφορικά με την επικοινωνία και το κοινό. Ωστόσο, τόσο οι προσπάθειες του προσωπικού, όσο και η ανάγκη του κοινού για επανασύνδεση με τον πολιτισμό και την κουλτούρα αποκάλυψαν ελπιδοφόρες προοπτικές για την εξέλιξη και την ανάπτυξη των μουσείων στο μέλλον.

## 2. Η επικοινωνία: Ορισμός και πλαίσιο

### 2.1 Ιστορική αναδρομή

Η επικοινωνία εμφανίζεται την εποχή της αρχαίας Ελλάδας από τα περιστέρια, ακολούθους της θεάς Αφροδίτης, που έστελναν μηνύματα στους ερωτευμένους, και τους δρομείς που μετέφεραν μηνύματα με τη μορφή σκυτάλης, μέχρι τις φρυκτωρίες, όπου χρησιμοποιούσαν την φωτιά για να μεταδώσουν κάποιο μήνυμα όπως έγινε στις Μυκήνες για την πτώση της Τροίας, έως σήμερα που η πληροφορία μεταφέρεται μέσω του διαδικτύου με τη βοήθεια δορυφόρων. Οι αρχαίοι Έλληνες έδιναν μεγάλη σημασία στο όρο επικοινωνία, αφού θεωρούσαν ότι ο άνθρωπος γενικά έχει ανάγκη να επικοινωνήσει, να διαδώσει και να πληροφορηθεί. Ο Σοφοκλής αποκαλεί κόρη της Ελπίδας τη θεά Φήμη, επίσης η Ίριδα θεωρούνταν η πρώτη ουράνια μαντατοφόρα των θεών του Ολύμπου, όπου αργότερα την διαδέχτηκε ο θεός Ερμής (Κονίτσης, 2018)

### 2.2 Βασικές έννοιες και ορισμός

Η επικοινωνία είναι απλώς η πράξη της μεταφοράς πληροφοριών από ένα μέρος, άτομο ή ομάδα σε άλλο. Κάθε επικοινωνία περιλαμβάνει (τουλάχιστον) έναν αποστολέα, ένα μήνυμα και έναν παραλήπτη. Αυτό μπορεί να ακούγεται απλό αλλά η επικοινωνία είναι στην πραγματικότητα ένα πολύ περίπλοκο θέμα.

Η μετάδοση του μηνύματος από τον αποστολέα στον παραλήπτη μπορεί να επηρεαστεί από ένα τεράστιο φάσμα πραγμάτων. Αυτά περιλαμβάνουν τα συναισθήματά μας, την πολιτιστική κατάσταση, το μέσο που χρησιμοποιείται για την επικοινωνία, ακόμη και την τοποθεσία μας. Η πολυπλοκότητα είναι γιατί οι καλές δεξιότητες επικοινωνίας θεωρούνται τόσο επιθυμητές από τους εργοδότες σε όλο τον κόσμο: η ακριβής, αποτελεσματική και σαφής επικοινωνία είναι πραγματικά εξαιρετικά δύσκολη.

*Ορισμός:* Η επικοινωνία είναι η μεταφορά πληροφοριών από ένα άτομο σε άλλο, ανεξάρτητα από το εάν δημιουργεί εμπιστοσύνη ή όχι. Αλλά οι πληροφορίες που μεταφέρονται πρέπει να είναι κατανοητές στον παραλήπτη (Communication Theory, 2021).

Καθώς ο ορισμός αυτός καθιστά σαφές, η επικοινωνία είναι κάτι παραπάνω από απλή μετάδοση πληροφοριών. Ο όρος απαιτεί ένα στοιχείο επιτυχίας στη μετάδοση ενός μηνύματος, είτε πρόκειται για πληροφορίες, ιδέες ή συναισθήματα. Επομένως, μια επικοινωνία έχει τρία μέρη: τον αποστολέα, το μήνυμα και τον παραλήπτη. Ο αποστολέας «κωδικοποιεί» το μήνυμα, συνήθως σε συνδυασμό λέξεων και μη λεκτικής επικοινωνίας. Μεταδίδεται με κάποιο τρόπο (για παράδειγμα, σε ομιλία ή γραφή) και ο παραλήπτης το «αποκωδικοποιεί».

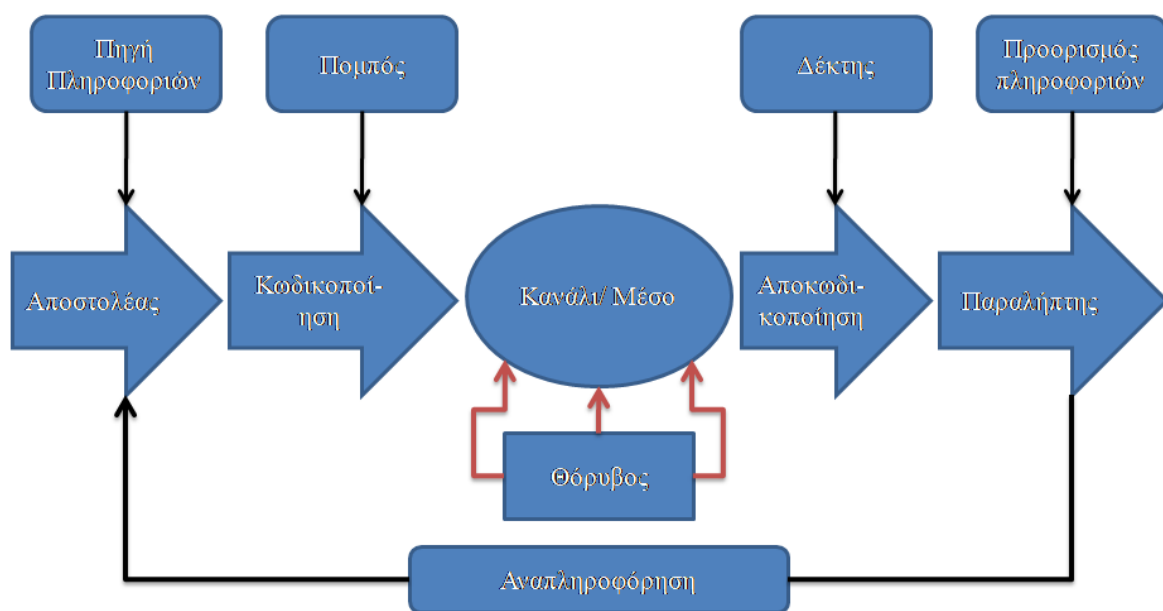
Φυσικά, μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι από ένας παραλήπτες και η πολυπλοκότητα της επικοινωνίας σημαίνει ότι ο καθένας μπορεί να λάβει ένα ελαφρώς διαφορετικό μήνυμα. Δύο άτομα μπορούν να διαβάσουν πολύ διαφορετικά πράγματα στην επιλογή των λέξεων ή / και της γλώσσας του σώματος. Είναι επίσης πιθανό ότι κανένας από αυτούς δεν θα έχει την ίδια κατανόηση με τον αποστολέα.

Στην προσωπική επικοινωνία, οι ρόλοι του αποστολέα και του παραλήπτη δεν είναι διακριτοί. Οι δύο ρόλοι θα περιστρέφονται μεταξύ των δύο ατόμων που μιλούν. Και τα δύο μέρη επικοινωνούν μεταξύ τους, ακόμη και αν με πολύ λεπτούς τρόπους, όπως μέσω επαφής με τα μάτια (ή έλλειψη) και γενικής γλώσσας του σώματος. Ωστόσο, στη γραπτή επικοινωνία, ο αποστολέας και ο παραλήπτης είναι πιο διακριτοί. **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε..**

### 2.3 Μοντέλο επικοινωνίας Shannon-Weaver

Το 1948 δυο Αμερικάνοι, ο μαθηματικός και ηλεκτρονικός μηχανικός, Claude Shannon και ο Warren Weaver, επίσης μαθηματικός, συνεργάστηκαν για να γράψουν ένα άρθρο για το Bell System Technical Journal με την ονομασία «Η μαθηματική θεωρία της επικοινωνίας» γνωστή και ως το μοντέλο επικοινωνίας Shannon-Weaver. **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.**

Το μοντέλο αυτό εστιάζεται στην αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ πομπού και δέκτη καθώς και στους παράγοντες που αλλοιώνουν και επηρεάζουν την επικοινωνία, τους θορύβους (θόρυβος). Αρχικά, το μοντέλο αναπτύχθηκε για τη βελτίωση της τεχνικής επικοινωνίας. Αργότερα, εφαρμόστηκε ευρέως στον τομέα της επικοινωνίας. Το μοντέλο ασχολείται με διάφορες έννοιες όπως πηγή πληροφοριών, πομπός, θόρυβος, κανάλι (μέσο), μήνυμα, δέκτης, προορισμός πληροφοριών, κωδικοποίηση και αποκωδικοποίηση.



**Εικόνα 2.1:** Το Μοντέλο Επικοινωνίας των Shannon-Weaver. **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.**

**Αποστολέας:** Ο δημιουργός του μηνύματος ή η πηγή πληροφοριών επιλέγει το επιθυμητό μήνυμα.

**Κωδικοποιητής/ κωδικοποίηση:** Ο πομπός που μετατρέπει το μήνυμα σε σήματα.



Αποκωδικοποιητής/ αποκωδικοποίηση: Η θέση λήψης του σήματος που μετατρέπει τα σήματα σε μήνυμα. Δηλαδή η αντίστροφη διαδικασία της κωδικοποίησης.

Παραλήπτης: Ο προορισμός του μηνύματος που επιθυμεί ο αποστολέας.

Θόρυβος: Τα μηνύματα μεταφέρονται από τον κωδικοποιητή στον αποκωδικοποιητή μέσω καναλιού. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας τα μηνύματα μπορεί να επηρεάζονται από φυσικό θόρυβο όπως ήχους κέρατων, βροντές και ο δέκτης ενδέχεται να μην λάβει το σωστό μήνυμα. Πέρα από τις τεχνολογικές έννοιες του θορύβου στην επικοινωνία δυο ατόμων θόρυβος μπορεί να θεωρηθεί οτιδήποτε μπορεί να αποσπάσει τη προσοχή είτε του πομπού είτε του δέκτη κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας ή ό,τι μπορεί να αλλοιώσει το μήνυμα του πομπού. **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.**

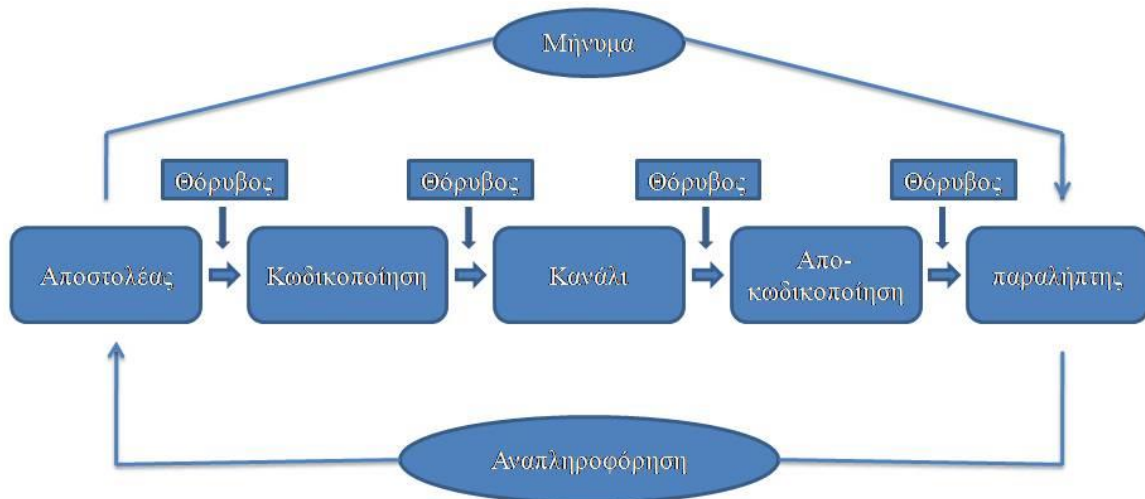
## 2.4 Μέσα επικοινωνίας

Στη διαδικασία επικοινωνίας, ένα μέσο είναι ένα κανάλι ή ένα σύστημα επικοινωνίας με το οποίο οι πληροφορίες (μήνυμα) μεταδίδονται μεταξύ ενός ομιλητή ή συγγραφέα (αποστολέα) και ενός κοινού (δέκτη).

Το μέσο που χρησιμοποιείται για την αποστολή ενός μηνύματος μπορεί να κυμαίνεται από τη φωνή, τη γραφή, τα ρούχα και τη γλώσσα σώματος του ατόμου έως τις μορφές μαζικής επικοινωνίας, όπως εφημερίδες, τηλεόραση και Διαδίκτυο **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε..**

### Άμεση επικοινωνία:

Η άμεση επικοινωνία είναι όταν το μήνυμα που θέλει να στείλει ο αποστολέας φτάνει στο παραλήπτη χωρίς τρίτο διαμεσολαβητή, ανεξαρτήτου των αριθμό καναλιών που θα χρησιμοποιηθούν. Κατά αυτό τον τρόπο, ο αποστολέας έχει την πλήρη ευθύνη για το περιεχόμενο του μηνύματος, τη κωδικοποίηση του, το διάστημα αποστολής και το μέσο μετάδοσης.



**Εικόνα 2.2:** Άμεση Επικοινωνία(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

Έμμεση επικοινωνία:

Σε αντίθεση με την άμεση επικοινωνία στην έμμεση περιλαμβάνεται κάποιο τρίτο πρόσωπο, είτε από επιλογή του αποστολέα για να το χρησιμοποιήσει ως συνδετικό κρίκο με το παραλήπτη είτε γιατί επιβάλλεται από το μέσο επικοινωνίας είτε και για τους δυο αυτούς λόγους. Το τρίτο αυτό πρόσωπο ονομάζεται ενδιάμεσος.



**Εικόνα 2.3:** Έμμεση Επικοινωνία(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

Ο ρόλος του ενδιάμεσου είναι πολύ σημαντικός για μια επιτυχή επικοινωνία καθώς έχει τον ρόλο του παραλήπτη ως τον αποστολέα και του αποστολέα ως του παραλήπτη. Καθώς μπορεί να προσφέρει αρκετά ακόμα εάν είναι γνώστης του θέματος για το οποίο γίνεται η επικοινωνία ή να έχει την εκτίμηση του παραλήπτη ή και απλά να είναι καλύτερος ομιλητής από τον αποστολέα. Όμως η χρήση του ενδιάμεσου μπορεί να δράσει και αρνητικά καθώς μπορεί το μήνυμα να αλλοιωθεί από αυτόν και η αναπληροφόρηση που επιδιώκει ο αποστολέας να χαθεί εάν ο παραλήπτης νομίζει πως ο αρχικός αποστολέας είναι ο ενδιάμεσος (ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021).

#### 2.4.1 Λεκτική επικοινωνία:

Η λεκτική επικοινωνία αποτελεί το πιο σύνηθες τρόπο επικοινωνίας στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων αλλά παράλληλα και την πολυπλοκότερη μορφή επικοινωνίας. Η χρήση των λέξεων για τη έκφραση των σκέψεων και των συναισθημάτων μας είναι αυτό που μας διαχωρίζει από τα υπόλοιπα είδη ζωντανών οργανισμών σε αυτό το πλανήτη. Πραγματοποιείται με την χρήση της γλώσσας για τη μετάβαση και την αποδοχή μηνυμάτων με τη χρήση λέξεων και χωρίζεται σε δυο κατηγορίες(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021):

##### Προφορική επικοινωνία:

Η προφορική επικοινωνία η οποία πραγματοποιείται μέσω της ομιλίας.

#### Χαρακτηριστικά Προφορικής Επικοινωνίας

1. Ταχύτητα και αμεσότητα
2. Διεγείρει το ενδιαφέρον
3. Μικρό κόστος και διάρκεια χρόνου
4. Επιτρέπει την άμεση επικοινωνία διπλής κατεύθυνσης
5. Επιτρέπει την τροποποίηση και προσαρμογή των μηνυμάτων στις απαιτήσεις κάθε συζήτησης
6. Προσαρμόζεται στις ανάγκες των ακροατών
7. Συμπληρώνεται με μη λεκτικά μηνύματα
8. Προσφέρει ευελιξία στην επικοινωνία
9. Είναι στιγμιαία και δεν διαρκεί στο χρόνο
10. Δύσκολη αρχιοθέτηση συζητήσεων

#### Εικόνα 2.4: Προφορική επικοινωνία(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

Λόγω της φύσεως της προφορικής επικοινωνίας είναι καταλληλότερη για τη μετάδοση καθημερινών γεγονότων καθώς και λιγότερο σημαντικών μηνυμάτων.

##### Γραπτή επικοινωνία:

Γραπτή επικοινωνία είναι τα γράμματα, οι επιστολές, τα εγχειρίδια, οι αναφορές και οτιδήποτε έγγραφο έχει αποτυπωμένες πάνω του λέξεις.

## Χαρακτηριστικά Γραπτής Επικοινωνίας

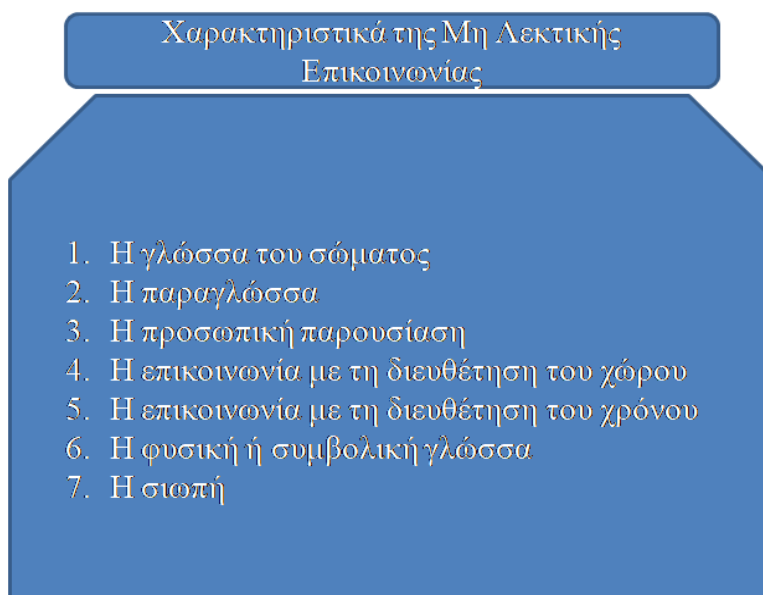
1. Έχει σαφήνεια και περιεκτικότητα
2. Δίνει επισημότητα και κύρος στη επικοινωνία
3. Το μεταδιδόμενο μήνυμα δεν μπορεί να αλλοιωθεί και διατηρείται με τη πάροδο του χρόνου
4. Μπορεί να προετοιμαστεί και να ελεγχτεί πριν τη μετάδοση
5. Μπορεί να αποθηκευτεί από το παραλήπτη και να διαβαστεί οποιαδήποτε στιγμή
6. Δεν είναι ευέλικτη μορφή επικοινωνίας
7. Έχει υψηλότερο κόστος σε σχέση με τη προφορική
8. Το μήνυμα δεν μπορεί να εμπλουτιστεί με μη λεκτικά μηνύματα
9. Η αναπληροφόρηση μπορεί να αργή ή να μην υπάρξει καθόλου

**Εικόνα 2.5:** Γραπτή επικοινωνία(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

Αν και δεν είναι ξεκάθαρο ποια από τις δυο μορφές επικοινωνίας υπερτερεί της άλλης για αποτελεσματικότερη επικοινωνία συνιστάται η χρήση και των δυο μορφών λεκτικής επικοινωνίας μέσω πολλών πολλαπλών μέσων (καναλιών) επικοινωνίας(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021).

### **2.4.2 Μη λεκτική επικοινωνία:**

Η μη λεκτική επικοινωνία είναι η επικοινωνία χρησιμοποιώντας τα χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος που γίνονται αντιληπτά και μέσω αυτών μεταδίδονται και λαμβάνονται λεκτικά και μη λεκτικά μηνύματα. Είναι η ανταπόκριση χωρίς τη χρήση ομιλίας ή γραπτού λόγου. Για την επιτυχή χρήση και εφαρμογή της μη λεκτικής επικοινωνίας πρέπει να υπάρχει οπτική επαφή μεταξύ αποστολέα και παραλήπτη. Συνήθως χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με τη λεκτική επικοινωνία για να δώσει έμφαση στο θέμα της επικοινωνίας(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021).



**Εικόνα 2.6:** Μη λεκτική επικοινωνία(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

Γλώσσα του σώματος:

Η γλώσσα του σώματος αποτελεί ένα μεγάλο παράγοντα στην επικοινωνία καθώς οι πληροφορίες που εκλαμβάνει ο παραλήπτης γίνεται μέσω των πέντε αισθήσεων όπου η όραση διαχειρίζεται το μεγαλύτερο κομμάτι αυτών με τις υπόλοιπες αισθήσεις να ακολουθούν με μεγάλη διαφορά. Καθώς γίνονται προσπάθειες από τον αποστολέα να οργανώσει σωστά το μήνυμα που θέλει να μεταβιβάσει στο παραλήπτη, η γλώσσα του σώματος αναπτύσσεται αυτούσια και κατά μεγάλο ποσοστό εκφράζεται ασυνείδητα παρά συνειδητά. Η γλώσσα του σώματος δεν αναπτύσσεται μόνο από τον αποστολέα αλλά και από το παραλήπτη ή και από όποιον άλλων μετέχει στη συζήτηση. Αυτό σημαίνει ότι δείχνει αυτό που πραγματικά αισθάνεται ο κάθε άνθρωπος μετέχοντας στην επικοινωνιακή διαδικασία. Η γλώσσα του σώματος περιλαμβάνει τις συνειδητές και ασυνείδητες στάσεις και κινήσεις του σώματος, τις χειρονομίες, τις εκφράσεις του προσώπου, την επαφή με τα μάτια.

Στάσεις και κινήσεις σώματος:

Η σωστή στάση και οι κινήσεις του σώματος μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχή επικοινωνία ανεξάρτητα το ρόλου που μπορεί να έχουν τα άτομα που συμμετέχουν στην επικοινωνία. Υπάρχουν κινήσεις που μπορούν να ωφελήσουν σε ένα θετικό αποτέλεσμα όπως το να πλησιάσει κάποιος ελαφρά τον συνομιλητή του δηλώνει το ενδιαφέρον του στη συζήτηση τους ενώ μια αδιάφορη στάση κατά τη διάρκεια της συζήτησης με ελαφριά γυρισμένο το κορμό σε άλλη κατεύθυνση από το συνομιλητή δηλώνει αδιαφορία για το θέμα συζήτησης και μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο.

Χειρονομίες:

Οι χειρονομίες είναι οι κινήσεις των χεριών και των δακτύλων. Σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιούνται για να επισημάνουν τη λεκτική επικοινωνία και σε πολλές άλλες μπορούν να την αντικαταστήσουν ολοκληρωτικά. Μέσα στο φάσμα των χειρονομιών είναι και οι

χειραψίες. Μια σωστή χειραψία μπορεί να δηλώσει πολλά για τα άτομα που συμμετέχουν στη συζήτηση. Πρέπει να γίνεται με το δεξί χέρι, με ελαφρά λυγισμένο τον αγκώνα προς το συνομιλητή και την παλάμη να «γεμίζει» την παλάμη του άλλου ατόμου, ενώ θα πρέπει να συνοδεύεται από μικρή κίνηση πάνω κάτω, δύο τρεις φορές.

#### Οπτική επαφή:

Κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας η οπτική επαφή έχει ένα ιδιαίτερα μεγάλο ρόλο. Η οπτική επαφή κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας δηλώνει ειλικρίνεια, δυναμισμό και αυτοπεποίθηση ενώ η αποφυγή οπτικής επαφής ή η οπτική επαφή μικρής διάρκειας μπορεί να δηλώσει αμηχανία, έλλειψη ειλικρίνειας ή μπορεί να δηλώσει και απόκρυψη της αλήθειας. Ακόμα λειτουργεί και ως δίοδο αναπληροφόρησης και μπορεί να δείξει στον ομιλητή τις προθέσεις του συνομιλητή του.

#### Παραγλώσσα:

Σε αντίθεση με τη λεκτική επικοινωνία που εστιάζει στον έλεγχο των ήχων που παράγονται ώστε να έχουν κάποιο αποτέλεσμα, η παραγλώσσα εστιάζει στις λέξεις που επιλέγονται κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας και στο πως αυτές εκφράζονται. Δηλαδή τη τονικότητα των λέξεων, την αλλοίωση του τόνου της φωνής, την ταχύτητα ομιλίας κ.λ.π.

#### Προσωπική παρουσίαση:

Η προσωπική παρουσίαση είναι ένας σημαντικός παράγοντας σε μια επικοινωνία καθώς έχει να κάνει με το κώδικα συμπεριφοράς του ατόμου και τις ενδυματολογικές συνήθειες του.

#### Επικοινωνία με τη διευθέτηση χώρου:

Αφορά στην «επικοινωνία της απόστασης» και την επικοινωνία διαχείρισης του φυσικού περιβάλλοντος. Στην πρώτη περίπτωση αναφέρονται οι ζώνες απόστασης που περιβάλλουν τα άτομα. Η «ζώνη οικειότητας» καλύπτει ακτίνα 45-50cm και το άτομο επιτρέπει την είσοδο άλλων ατόμων, όταν τα νοιώθει οικεία. Στις επαγγελματικές επαφές η απόσταση αυτή πρέπει να διατηρείται γύρω στο 1-1.5m, ενώ δε θα πρέπει να γίνεται μικρότερη από 70cm (για μικρό χρονικό διάστημα). Στη δεύτερη περίπτωση αναφέρεται ο χώρος εργασίας.

#### Επικοινωνία με διευθέτηση χρόνου:

Αναφέρεται στο χρόνο που ένα άτομο θα αφιερώσει σε μια δραστηριότητα, στην προσπάθεια που καταβάλλει για την ολοκλήρωση αυτής της δραστηριότητας και στη συνέπια του. Όσον αφορά το χρόνο που και τη προσπάθεια το κάθε άτομο μπορεί να αφιερώσει περισσότερο χρόνο και να καταβάλει μεγαλύτερη προσπάθεια αν θεωρεί σημαντική τη δραστηριότητα που κάνει. Όταν ένα άτομο είναι συνεπής δείχνει σοβαρότητα και επαγγελματισμό, πράγματα που προκαλούν αξιοπιστία, αν όμως είναι ασυνεπής υπάρχει το αντίθετο αποτέλεσμα.

#### Η φυσική ή συμβολική γλώσσα:

Για παράδειγμα, μία τελετή βράβευσης ενός εργαζόμενου ή η απονομή υποτροφίας σε κάποιον σπουδαστή, αυτόματα του προσδίδει κύρος και μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για άλλους συναδέλφους. Επίσης, η κατάσταση του εργασιακού χώρου, ή των χώρων ενός εκπαιδευτικού οργανισμού προδιαθέτει κατάλληλα τα μέλη της αντίστοιχης κοινότητας.

### Η σιωπή:

Μπορεί να είναι αινιγματική και παραπλανητική, ή μπορεί να είναι «ηχηρή». Συνήθως εκφράζει αδιαφορία, λύπη, απογοήτευση κ.λπ., αλλά υπάρχουν περιπτώσεις που μπορεί να εκφράζει θετικά συναισθήματα. Η ερμηνεία της σιωπής θα πρέπει να βασίζεται στην «προϊστορία» του ατόμου και πάντως να μη γίνεται με εξαγωγή βιαστικών συμπερασμάτων(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021).

### Ιδιότητες της μη λεκτικής επικοινωνίας:

1. Είναι πιο αυθόρμητη από τη λεκτική
2. Η μη λεκτική επικοινωνία μπορεί να υποκαταστήσει τη λεκτική
3. Η μη λεκτική επικοινωνία μπορεί να συμπληρώσει τη λεκτική
4. Η μη λεκτική επικοινωνία είναι, συνήθως, λιγότερο σαφής από τη λεκτική
5. Η μη λεκτική επικοινωνία εκφράζει καλύτερα τα συναισθήματα
6. Με τη μη λεκτική επικοινωνία, ο αποστολέας ελέγχει καλύτερα την επικοινωνία
7. Η μη λεκτική επικοινωνία είναι «πολιτισμικό» προϊόν

**Εικόνα 2.7:**Ιδιότητες της μη λεκτικής επικοινωνίας(ΔΙ.ΠΑ.Ε., 2021)

### **2.4.3 Μέσα μαζικής επικοινωνίας**

#### Εφημερίδα:

Μας λέει τι συμβαίνει στον κόσμο γύρω μας. Βοηθά να γνωρίζουμε τι συμβαίνει στη χώρα μας καθώς και σε άλλες χώρες. Μας δίνει πληροφορίες για όλα τα σημαντικά περιστατικά που έχουν συμβεί στον κόσμο τις τελευταίες 24 ώρες. Παρέχει επίσης πληροφορίες για το τι συμβαίνει στον τομέα της πολιτικής, του αθλητισμού, των ταινιών, της κοινωνικής πρόνοιας, του εγκλήματος, των αποθεμάτων και των μετοχών κ.λπ. Οι εφημερίδες όχι μόνο δίνουν ειδήσεις αλλά και σχολιάζουν τι συμβαίνει στη χώρα και στον κόσμο(Rsj, 2012).

#### Ραδιόφωνο:

Το ραδιόφωνο είναι ένα αποτελεσματικό μέσο μαζικής ενημέρωσης που μας βοηθά να γνωρίζουμε τις παγκόσμιες υποθέσεις. Είναι ένα από τα πολυμέσα που είναι πολύ δημοφιλείς σήμερα. Η εφεύρεση του ραδιοφώνου είναι ένα από τα δώρα της επιστήμης. Μεταδίδει έργα, μουσική, ειδήσεις, ομιλίες, προγράμματα που σχετίζονται με γυναίκες, παιδιά, εργαζόμενους, εκπαίδευση, αθλητισμού κ.λπ. Υπάρχουν μεγάλοι αριθμοί ραδιοφωνικών σταθμών σε όλο το κόσμο που μεταδίδουν προγράμματα όλο το 24ωρο. Το ραδιόφωνο μπορεί να λειτουργήσει με ηλεκτρικό ρεύμα ή με μπαταρίες. Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί FM είναι πιο δημοφιλείς λόγω των μουσικών τους προγραμμάτων(Rsj, 2012).

### Τηλεόραση:

Ακριβώς όπως το ραδιόφωνο μας δίνει τη δυνατότητα να ακούσουμε τα προγράμματα που μεταδίδονται από τους ραδιοφωνικούς σταθμούς, η τηλεόραση μας επιτρέπει να βλέπουμε και να ακούμε τα τηλεοπτικά προγράμματα από τα τηλεοπτικά κέντρα. Έτσι, η τηλεόραση μας δίνει τη δυνατότητα να δούμε τι συμβαίνει σε απομακρυσμένα μέρη. Μπορούμε να δούμε μακρινές χώρες και ανθρώπους που ζουν εκεί. Βελτιώνει τις γνώσεις μας για τον κόσμο. Τηλεοπτικά μεταδίδονται ειδήσεις, προγράμματα κουίζ, χορός, δράμα και ταινία. Η τηλεόραση μας δίνει οδηγίες καθώς και ψυχαγωγία(Rsj, 2012).

### Διαδίκτυο:

Το Διαδίκτυο είναι ο γρηγορότερος τρόπος διάδοσης πληροφοριών σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων ταυτόχρονα σε ολόκληρο τον κόσμο. Το χαμηλό κόστος και η σχεδόν στιγμιαία ανταλλαγή ιδεών, γνώσεων και δεξιοτήτων έχει κάνει τη συνεργατική εργασία δραματικά ευκολότερη, με τη βοήθεια συνεργατικού λογισμικού. Τα κινητά τηλέφωνα, οι κάρτες δεδομένων, οι φορητές κονσόλες παιχνιδιών και οι δρομολογητές κινητής τηλεφωνίας επιτρέπουν στους χρήστες να συνδέονται στο Διαδίκτυο από οπουδήποτε. Το Διαδίκτυο επιτρέπει στους χρήστες υπολογιστών να έχουν απομακρυσμένη πρόσβαση σε άλλους υπολογιστές και πηγές πληροφοριών εύκολα, όπου κι αν βρίσκονται σε ολόκληρο τον κόσμο. Υπάρχουν καινοτόμοι τρόποι και μέσα περιήγησης στο Διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι μια σημαντική υπηρεσία επικοινωνίας που διατίθεται στο Διαδίκτυο. Το e-mail στο Διαδίκτυο μπορεί να σταλεί ή να ληφθεί ανεξάρτητα από τον χώρο και τον χρόνο από τους σύγχρονους χρήστες του Διαδικτύου ακόμη και με λίγη γνώση των υπολογιστών. Η τηλεφωνική σύνδεση στο Διαδίκτυο είναι μια άλλη κοινή υπηρεσία επικοινωνίας που καθίσταται δυνατή με τη δημιουργία του Διαδικτύου. Το πρωτόκολλο Voice-over-Internet είναι κυρίως δωρεάν ή φθινό, ιδίως σε μεγάλες αποστάσεις. Η κοινή χρήση αρχείων είναι ένα παράδειγμα μεταφοράς μεγάλων ποσοτήτων δεδομένων στο Διαδίκτυο. Ένα αρχείο υπολογιστή μπορεί να φορτωθεί στον ιστότοπο και να ληφθεί από τους χρήστες. Οι κάμερες web θεωρούνται ως ακόμη χαμηλότερου προϋπολογισμού επέκταση του φαινομένου βίντεο. Οι αίθουσες συνομιλίας βίντεο και η διάσκεψη βίντεο είναι επίσης δημοφιλείς σε πολλούς χρήστες. **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε..**

## **2.5 Οργανισμοί επικοινωνίας και πολιτισμού**

Με την πάροδο του χρόνου και ειδικά με την εξέλιξη των τεχνολογικών μέσων (σημειώματα, επεξηγήσεις, διαδραστικοί πίνακες, προβολές, διαδικτυακές εκδρομές κ.λπ.) αυτή η πραγματικότητα άλλαξε σταδιακά. Ο επισκέπτης με εκπαιδευτικές και ψυχαγωγικές αναζητήσεις τώρα αναζητά κυρίως την αναβαθμισμένη εμπειρία και συμμετοχή. Ο κοινωνικός και επικοινωνιακός ρόλος στη λειτουργία σύγχρονων πολιτιστικών χώρων, δημόσιων και ιδιωτικών, όπως βιβλιοθήκες, χώροι πολλαπλών χρήσεων, εκθέσεις, γκαλερί κ.λπ. καθιερώθηκε σταδιακά και έκτοτε η λειτουργία τους περιλαμβάνει μια σειρά από πολιτιστικές εκδηλώσεις, συναυλίες, παραστάσεις, παρουσιάσεις, διαλέξεις κ.λπ. με εκπαιδευτικό - ψυχαγωγικό χαρακτήρα, με στόχο τη συμμετοχή όλο και περισσότερων ομάδων του κοινού. Η εφαρμογή νέων μεθόδων και πρακτικών στον τομέα της διαφήμισης, των δημοσίων σχέσεων και του πολιτιστικού μάρκετινγκ συμβάλλει σίγουρα σε αυτό.



Υπάρχουν πολλά παραδείγματα αυτών των πρακτικών, όπως η διευκόλυνση της προσβασιμότητας ατόμων με αναπηρία. αλλά και όλων των επισκεπτών (οδηγίες πρόσβασης, πρόβλεψη θέσεων στάθμευσης κ.λπ.), εκπτώσεις στις τιμές των εισιτηρίων για ειδικές κοινωνικές ομάδες, ειδικά προγράμματα για φοιτητές, χρήση ηλεκτρονικών μέσων για την έκδοση εισιτηρίων, προώθηση και διάδοση δραστηριοτήτων μέσω του Διαδικτύου του ιστότοπος και κοινωνικά μέσα, χρήση νέων τεχνολογιών και ηλεκτρονικών εφαρμογών κ.λπ. Στον τομέα των δημοσίων σχέσεων και της διαφήμισης, δίνεται σημασία στη δημόσια εικόνα του οργανισμού με την τεκμηριωμένη σύνθεση και την προώθηση της αξίας και της επωνυμίας του. Έτσι φτάνουμε σταδιακά στο σημείο όπου οι πολιτιστικοί χώροι μετατρέπονται σε κέντρα όπου το κοινό διασκεδάζεται και αποκτά γνώση με τα κατάλληλα ερεθίσματα και τη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας. Οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή με υλικά ή άυλα αγαθά, παρακολουθούν εκδηλώσεις, τους δίνεται η ευκαιρία για έρευνα και μελέτη και καταλήγουν σε χώρους χαλάρωσης και αναψυχής (καταστήματα, καφετέριες, εστιατόρια κ.λπ.). Έτσι, η επίσκεψη αποκτά κοινωνικό χαρακτήρα, είναι μια λύση για μια ομαδική εκδρομή για την οικογένεια, ενώ ο πολιτιστικός χώρος μετατρέπεται σε χώρο κοινωνικής συγκέντρωσης. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι μέσω των υλικών και άυλων πολιτιστικών αγαθών και με τη βοήθεια νέων τεχνολογιών και μεθόδων μάρκετινγκ, το προηγούμενο αυστηρό, μακρινό και κρύο περιβάλλον των πολιτιστικών χώρων, σταδιακά μετατράπηκε σε έναν κοινωνικό χώρο συγκέντρωσης, αναζήτησης, εκπαίδευσης, αναβαθμίστηκε εμπειρία και ψυχαγωγία. Εν συντομία μετατράπηκε σε τόπο επικοινωνίας και συμμετοχής του κοινού (Μυλωνάκης, 2019).

Σήμερα παρατηρούμε ότι η τάση που διαμορφώνεται με όλο και πιο γρήγορο ρυθμό είναι η κουλτούρα με αυτά τα χαρακτηριστικά να ασκούνται παντού, π.χ. σε ανοιχτούς δημόσιους χώρους όπως πλατείες, δημόσια πάρκα, αγορές, παλιά βιομηχανικά κτίρια, προσκαλώντας έτσι την εμπειρία της συμμετοχής, όλες τις κοινωνικές ομάδες. Ως εκ τούτου, οι διαχειριστές των πολιτιστικών οργανώσεων του Οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης, οι πρόεδροι των νομικών οντοτήτων, οι εκλεγμένοι αξιωματούχοι, οι πολίτες με γνώσεις στον πολιτισμό και την πολιτιστική διαχείριση, πρέπει να προσαρμοστούν στις παραπάνω σύγχρονες εξελίξεις, με στόχο τη μέγιστη ανάπτυξη του κοινού, μετατρέποντας οποιοδήποτε δημόσιο χώρο σε στον τομέα του πολιτισμού, εφαρμόζοντας για αυτό τις νέες μεθόδους επικοινωνίας και πολιτιστικού μάρκετινγκ. Οι πολιτιστικές δομές της ΟΤΑ, τα μουσεία, οι βιβλιοθήκες, οι πολιτιστικοί οργανισμοί, οι γκαλερί κ.λπ. θα πρέπει στο σχεδιασμό τους, να καθοδηγούνται από το πλαίσιο της κοινωνικής τους αποστολής και τις αρχές της πολιτιστικής δημοκρατίας και να βασίζονται σε ένα δομημένο σχέδιο επικοινωνίας και ανάπτυξης του κοινού, να επιδιώξει την υποδοχή και την αφομοίωση της πολιτιστικής ιδιοκτησίας από ευρύτερες ομάδες, μετατρέποντας τους χώρους σε χώρους επικοινωνίας, διαλόγου και αναβάθμισης της πολιτιστικής εμπειρίας(Μυλωνάκης, 2019).

### 3. Μουσείο και επικοινωνία

#### 3.1 Η μουσειακή αγωγή ως μέσο επικοινωνίας του σύγχρονου μουσείου

Στόχος ενός σύγχρονου μουσείου είναι η ουσιαστική επικοινωνία και επαφή με το κοινό του καθώς και η διατήρηση του ενδιαφέροντος του μέσα στο πλέον ανταγωνιστικό πολιτιστικό περιβάλλον. Έχουν γίνει πολλές δράσεις για την προσέλκυση νέων επισκεπτών καθώς και τη διατήρηση του ενδιαφέροντος τους, όσο και για τη διερεύνηση και την κάλυψη των πνευματικών, πολιτισμικών και εκπαιδευτικών αναγκών τους με διάφορες εκθέσεις, εκδηλώσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα (Χατζημαρκάκη & Σηφάκη, 2019).



**Εικόνα 3.1:** Μουσείο Όρσε- Γαλλία Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.

Σε κάθε μουσειακό χώρο γίνεται καταγραφή ημερολογιακή, με σκοπό την εικόνα επισκεψιμότητας και πολλών άλλων στατιστικών στοιχείων σημαντικών για να συγκρίνονται ή να βελτιώνονται οι παροχές και εγκαταστάσεις των χώρων αυτών. Η χρήση των κανόνων καλής πρακτικής, παράλληλα με τη συνεργασία επιστημονικού προσωπικού, όπως αρχαιολόγοι, ανθρωπολόγοι, μηχανικοί και άλλοι, διαμορφώνει μια νέα αντίληψη για τον όρο μουσείο και το βοηθά να απαγκιστρωθεί από την έννοια της απλής έκθεσης, μετατρέποντας το μουσείο σε χώρο επιστημονικής έρευνας, εκπαίδευσης και τεκμηρίωσης (Wayback Machine, 2007).

Ο οργανισμός ενός μουσείου είναι διαφορετικός από το σχολικό οργανισμό. Όντας και τα δυο χώροι εκμάθησης οι διαφορές τους πολλές φορές περνάνε απαρατήρητες. Τα σχολεία λειτουργούν ως χώροι τυπικής εκπαίδευσης των μαθητών καθώς και αυτός είναι ο στόχος τους και λειτουργούν βασισμένα σε αυτό. Τα μουσεία όμως αποτελούν κατά κύριο λόγο χώρους άτυπης εκμάθησης και επαφής και η επίσκεψη των χώρων τους από τους μαθητές θα πρέπει να αντιμετωπίζεται διαφορετικά από ότι το σχολείο. Υπάρχουν ομάδες μαθητών που αποκομίζουν ελάχιστα από την εμπειρία της επίσκεψης τους στο μουσειακό χώρο και αυτό γίνεται γιατί δεν είναι εκπαιδευμένοι στο να αναγνωρίσουν την σπουδαιότητα αυτής της επίσκεψης και αντιμετωπίζουν τους μαθητές τους όπως και μέσα στη τάξη. Για το λόγο αυτό χρειάζονται ειδικές δραστηριότητες για να εξασφαλιστεί η εκμάθηση των παιδιών που τα επισκέπτονται (Κοντογιάννη, 1996).

Η θεμελίωση της βασικής ιδέας της μουσειακής αγωγής έγινε μέσα στο 19<sup>ο</sup> αιώνα και αυτή είναι πως οι χώροι των μουσείων και τα εκθέματα τους δεν πρέπει να απευθύνονται μόνο σε ενήλικο κοινό αλλά και σε παιδιά (Βαϊνά, 1997).

Η μουσειακή αγωγή έχει ως στόχο να φέρει σε επαφή τα παιδιά από την νηπιακή ηλικία και το ενήλικο κοινό με το κοινωνικοπολιτικό παρελθόν της χώρας τους και να αναπτύξουν τις δικές τους δεξιότητες. Αυτό σημαίνει τη καλλιέργεια της ευαισθησίας, την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, τη συναισθηματική και κοινωνική σχέση της συνεργασίας, τη καλλιτεχνική αγωγή και την αισθητική απόλαυση βιωματικής δράσης των επισκεφθέντων (Φυκάρη, 2006).

Οι μαθητές μια τάξης εκτός από μαθητές είναι παιδιά και χρειάζεται να ξεφεύγουν από τους τέσσερις τοίχους μια τάξης, πράγμα το οποίο μπορεί να επιτευχθεί με της επίσκεψη τους σε ένα μουσειακό χώρο (Νάκου, 1997).

Η επίσκεψη των μαθητών στο μουσείο μπορεί να μετατραπεί σε μια ενεργητική-βιωματική εκμάθηση που έχει περισσότερες πιθανότητες να είναι μια ευπρόσδεκτη διαδικασία για το μαθητικό κοινό από την απλή ανάγνωση ενός κειμένου. Η διασύνδεση της θεωρίας με τη πράξη, δηλαδή του θεωρητικού μαθήματος μέσα στη τάξη και των εκθεμάτων των μουσείων, μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερη απομνημόνευση των διδασκόμενης ύλης με την επίσκεψη στους μουσειακούς χώρους (Μακρή-Μπότσαρη, 2005).



**Εικόνα 3.2:**Μαθητική επίσκεψη σε μουσείο (Μαραβέλια, 2021)

Τα μουσεία ήταν και παραμένουν ο κύριος τρόπος επαφής με τις καλές τέχνες και το ωραίο και μπορούν να λειτουργήσουν ως ερεθίσματα για την ανάπτυξη του αισθητικού κριτηρίου των μαθητών καθώς και να εμπλουτίσουν το ήδη υπάρχων (Γεωργιάδου- Κουντουρά, 1985). Οι γνώσεις που αποκομίζουν οι μαθητές κατά την επίσκεψη τους στο μουσειακό χώρο και η συμμετοχή τους σε μουσειακές δραστηριότητες μπορεί να διευκολύνει τη σχολική εκπαιδευτική πράξη σε βάθος χρόνου και πιο αποτελεσματικά αν οι εμπειρίες και οι γνώσεις τους ανακαλούνται κατά τη διάρκεια των εκπαιδευτικών ωρών σε αντικείμενα που έχουν κάποιο συνδετικό κρίκο ή σε διαφορετικά γνωστικά αντικείμενα (Τσιτούρη, 2002).

### **3.2 Εκπαιδευτικά προγράμματα στο Μουσείο: είδη, δράσεις, παραδείγματα**

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρονται από τα μουσεία είναι η κυριότερη μορφή επικοινωνίας του μουσείου με το μαθητικό κοινό. Η αντίληψη του κοινού, ως προς το χώρο του μουσείου και αυτών που βρίσκονται μέσα σε αυτό σχετίζονται άμεσα με τον τρόπο λειτουργίας, τα μέσα προβολής του εκθέματος ακόμα και από το ύφος του προσωπικού του χώρου. Πλέον, η σχέση μεταξύ κοινού και μουσειακού χώρου είναι ισότιμη και η διαδικασία αυτή υπάγεται στην άτυπη εκπαίδευση της δια βίου μάθησης (Ξανθουδάκη, 2004). Ο άνθρωπος, γενικά, μαθαίνει πιο εύκολα με τη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση με το περιβάλλον (Ρωκ & Ρόκου, 2012). Αυτή την θεωρία εκμεταλλεύεται ο τομέας αυτός και χρησιμοποιεί εκπαιδευτικές δράσεις στους χώρους του μουσείου



**Εικόνα 3.3:** Μουσειακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα σε εξέλιξη (Εθνικό Αρχαιολογικό μουσείο, 2018)

Οι δράσεις αυτές αποτελούνται από δραστηριότητες που υλοποιούνται είτε εντός, είτε εκτός του φυσικού του χώρου. Αυτό πραγματοποιείται μέσω διαλέξεων-συζητήσεων, δημιουργικών εργαστηρίων, σεμιναρίων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων για διαφορετικές κατηγορίες κοινού όπως παιδιά, σχολικές ομάδες όλων των βαθμίδων, νέοι, ενήλικες ανεξαρτήτου εθνικότητας ή άλλης διάκρισης, οικογένειες, αλλά και για τρίτη ηλικία. Τα μουσεία οφείλουν να υπηρετούν το σύνολο του πληθυσμού μιας κοινωνίας προσφέροντας σε όλα τα μέλη της, χωρίς διακρίσεις, το δικαίωμα για πρόσβαση στα πολιτιστικά αγαθά (Παναγιωτοπούλου, 2020).

Οι εκπαιδευτικοί στόχοι αυτών το προγραμμάτων είναι πολλοί.

#### Γνωστικοί στόχοι:

- Η ενδυνάμωση της παρατηρητικότητας, της προσοχής και της μνήμης όσο και η ανάπτυξη της δημιουργικής φαντασίας.
- Ο εμπλουτισμός του υπάρχοντος λεξιλογίου.
- Η κατανόηση παρελθοντικών γεγονότων και ο αντίκτυπος τους.
- Η κατανόηση της χρονικής ακολουθίας όπως και η καλλιέργεια της ιστορικής γνώσης, της κριτικής σκέψης και της ανάλυσης των γεγονότων (Οικονομίδης, 2011).

#### Αισθητικοί στόχοι:

- Η αισθητική ανάπτυξη μέσα από την επαφή με έργα υψηλής καλλιτεχνικής ποιότητας μέσα στο μουσείο.
- Η ανάπτυξη της αίσθησης του ωραίου
- Και η επαφή με έργα τέχνης τα οποία μπορεί να λειτουργήσουν ως ερεθίσματα για προβληματισμό ή να ως πηγές έμπνευσης και δημιουργικότητας (Οικονομίδης, 2011).

#### Συναισθηματικοί στόχοι:

- Η ανάπτυξη του συνεργατικού πνεύματος μέσα από τις δραστηριότητες των προγραμμάτων.
- Η βίωση πρωτόγνωρων συναισθημάτων κατά την προσέγγιση εκθεμάτων τα οποία θα υποβοηθήσουν την ανάπτυξη της ενσυναίσθησης (Οικονομίδης, 2011).

#### Κοινωνικοί στόχοι:

- Η κοινωνική ανάπτυξη δια μέσω της επαφής με έργα άλλων εποχών.
- Η συγκρότηση εθνικής και πολιτιστικής ταυτότητας.
- Η επαφή και η κατανόηση με πολιτισμούς άλλων εποχών.
- Και η ανάπτυξη οικολογικής συνείδησης μαθαίνοντας το περιβάλλον σε παλαιότερες μορφές του και συγκρίνοντας το με τη τωρινή του μορφή καθώς και την αλληλεπίδραση του με το ανθρώπινο είδος και πως το έχει επηρεάσει (Οικονομίδης, 2011).

Η εμπειρία που βιώνουν οι μαθητές κατά τη συμμετοχή τους σε ένα πρόγραμμα μουσειακής αγωγής δεν αποτελεί αυτή μιας απλής ξενάγησης στο μουσείο καθώς δεν βασίζεται στο μονόλογο αλλά αποζητά την συμμετοχή των μαθητών δίνοντας ερεθίσματα για σκέψη και την ενεργοποίηση της πλούσιας παιδικής φαντασίας (Βαϊνά, 1997).

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα αποτελούν τις σύγχρονες γέφυρες μεταξύ σχολείου και μουσείου. Κατά βάση τα εκπαιδευτικά προγράμματα διαφέρουν από την απλή επίσκεψη στο μουσειακό χώρο και από την συνηθισμένη ξενάγηση (Κόκκοτας & Πλακίτση, 2005). Πρέπει να λειτουργούν ως ολοκληρωμένες εμπειρίες, όχι σαν μεμονωμένες δραστηριότητες και να συνδέονται με την καθημερινότητα και τα ενδιαφέροντα του ευρύ κοινού. Οι έννοιες κατανοούνται ευκολότερα αν μπορούν τα παιδιά να αξιοποιήσουν τις εμπειρίες και τις δεξιότητες τους μέσω του προγράμματος για το αντικείμενο της μάθησης τους (Καλεσοπούλου, 1999).

### **3.2.1 Μέθοδοι μουσειακών εκπαιδευτικών προγραμμάτων**

Οι μέθοδοι που τα εκπαιδευτικά μουσειακά προγράμματα μπορούν να πραγματοποιηθούν είναι πολλοί αλλά όλοι τους έχουν ως κύριο στόχο τη μάθηση, τη συμμετοχή, τη ψυχαγωγία, την εμπειρία, την προσωπική έκφραση και τη δημιουργία (Νικονάνου, Μπούνια, Φιλιππουπολίτη, Χουρμουζιάδη, & Γιανούτσου, 2015).

#### A) Αφηγηματική μέθοδος

Η μέθοδος της αφήγησης χρησιμοποιείται ευρέως, και ιδιαίτερα η διήγηση ιστοριών εφαρμόζεται από προγράμματα μουσειακής αγωγής και περιλαμβάνουν αφηγήσεις ιστοριών, μύθων, θρύλων ή και παραμυθιών σε μουσειακούς χώρους λαογραφικής ιστορίας, φυσικής

ιστορίας, αρχαιολογικούς χώρους αλλά και σε διάφορα μέρη με ιστορική σημασία Τα προγράμματα που βασίζονται στη διήγηση ιστοριών απευθύνονται συνήθως σε παιδιά, σχολικές ομάδες και οικογένειες και σπανιότερα σε ενήλικες. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα του Εθνογραφικού και Λαογραφικού Μουσείου Μακεδονίας Θράκης στο πλαίσιο της έκθεσης «Παραδοσιακές ενδυμασίες της Μακεδονίας και Θράκης 1860-1960» πραγματοποιήθηκε εκπαιδευτικό πρόγραμμα με βάση την αφήγηση λαϊκών παραμυθιών, πλαισιωμένο τόσο από προαφηγηματικές (παρουσίαση διαδικασίας κατασκευής ενδύματος, αινίγματα σχετικά με το ένδυμα) όσο και μεταφηγηματικές δραστηριότητες (παιχνίδι, ζωγραφική, κολάζ, δραματοποίηση σκηνών από τα παραμύθια)(Νικονάνου, Μπούνια, Φιλιππουπολίτη, Χουρμουζιάδη, & Γιανούτσου, 2015)

### B) Μαιευτική μέθοδος

Η μαιευτική μέθοδος, αλλιώς μέθοδος κατευθυνόμενης συζήτησης, αποτελεί την κυριότερη μέθοδο μουσειακής αγωγής. Η μαιευτική μέθοδος εφαρμόζεται κυρίως σε δύο διαφορετικά είδη δραστηριοτήτων: τις «εκπαιδευτικές ξεναγήσεις» και τις «συζητήσεις», που μπορούν να λειτουργήσουν είτε ως αυτόνομες δραστηριότητες ή ως τμήμα ενός ευρύτερου εκπαιδευτικού προγράμματος. Αυτό που καθιστά διαφορετική την μαιευτική μέθοδο από τη μέθοδο της απλής ξενάγησης είναι η ένταξη στοιχείων συζήτησης και διαλόγου. Στόχος της είναι η ανάδειξη του μουσειακού χώρου και των εκθεσιακών εκθεμάτων καθώς και η ενεργητική προσέγγιση των επισκεπτών **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε.**

### Γ) Εκπαιδευτική ξενάγηση

Η μέθοδος της εκπαιδευτικής ξενάγησης έχει πολλές διαφορές από την συνηθισμένη ξενάγηση. Οι «εκπαιδευτικές ξεναγήσεις» προσανατολίζονται τόσο στο περιεχόμενο που πρόκειται να μεταδοθεί, όσο και στις ιδιαιτερότητες της ομάδας στόχου που πρέπει να κινητοποιηθεί για την ενεργή συμμετοχή. Το σενάριο μιας εκπαιδευτικής ξενάγησης είναι εξίσου «κλειστό» με αυτό της παραδοσιακής, ωστόσο, τα μουσειακά εκθέματα που προσεγγίζονται είναι σαφώς λιγότερα από μια παραδοσιακή ξενάγηση, καθώς στόχος δεν είναι μόνο η μετάδοση επιστημονικών πληροφοριών αλλά και η συναισθηματική εμπλοκή του επισκέπτη(Νικονάνου, Μπούνια, Φιλιππουπολίτη, Χουρμουζιάδη, & Γιανούτσου, 2015).

### Δ) Μέθοδος της συζήτησης

Η μέθοδος της συζήτησης θεωρείται αποτελεσματικότερη σε μικρές ομάδες των είκοσι με εικοσιπέντε μελών και ιδιαίτερα σε μικρές ηλικίες ως και εφήβους. Αυτή η μέθοδος επικεντρώνεται ιδιαίτερα στα ενδιαφέροντα και τις ασχολίες του κοινού και ο στόχος της προσέγγισης των εκθεσιακών αντικειμένων είναι να λειτουργήσουν ως ερεθίσματα για το κοινό ώστε να θελήσουν να συμμετάσχουν στη συζήτηση. Η όλη διαδικασία επιδιώκει να κατακτήσει μια ψυχαγωγική διάσταση μέσα από τον συμμετοχικό της χαρακτήρα. Ο απροσδιόριστος χαρακτήρας των συζητήσεων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ενταχθούν παράλληλες αφηγήσεις όσο και εναλλακτικές απόψεις και οπτικές για τα εκθέματα ή ιστορικό των χώρο που έχει γίνει η επίσκεψη **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε..**

### E) Επιδείξεις ειδικών

Οι επιδείξεις ειδικών αποτελεί μια μέθοδο στην οποία εφαρμόζει στοιχεία από τη μαιευτική μέθοδο και τη αφηγηματική μέθοδο. Ο όρος «επιδείξεις ειδικών» αναφέρεται σε δραστηριότητες στις οποίες εξειδικευμένο προσωπικό ή εξωτερικοί συνεργάτες του μουσείου αναλαμβάνουν να δείξουν στους επισκέπτες μία συγκεκριμένη τεχνική, όπως πηλοπλαστική, λιθοξοϊκή, κατασκευή ψηφιδωτού, κατασκευή νομισμάτων, λιθογραφία, διεξαγωγή πειραμάτων φυσικής ή πειραματικής αρχαιολογίας και πολλά ακόμα. Στόχος αυτής της παρουσίασης είναι οι επισκέπτες να κατανοήσουν τον τρόπο κατασκευής που έχει χρησιμοποιηθεί στα αντίστοιχα μουσειακά εκθέματα και να έρθουν σε επαφή με τεχνικές που χρησιμοποιούνταν στο παρελθόν. Αυτού του είδους οι δραστηριότητες συνήθως εφαρμόζονται σε μια αρκετά μεγάλη ποικιλία μουσείων όπως τα αρχαιολογικά μουσεία, πινακοθήκες, μουσεία πολιτισμού, μουσεία τέχνης, φυσικής ιστορίας και τεχνολογίας όσο και σε χώρους πολιτισμικής αναφοράς και αρχαιολογικούς χώρους (Νικονάνου, Μπούνια, Φιλιππουπολίτη, Χουρμουζιάδη, & Γιανούτσου, 2015).

### Στ) Δημιουργικές- βιωματικές μέθοδοι

Αυτές οι μέθοδοι αποτελούν το βασικό εργαλείο της μουσειοπαιδαγωγικής και στόχος τους είναι η εμπειρία τους μαθητικού κοινού, η δημιουργική έκφραση και αυτοπραγμάτωση του. Η έννοια της εμπειρίας συνδέεται με τον ρόλο των μουσείων ως χώρων μη τυπικής εκπαίδευσης με σημασία για τον ελεύθερο χρόνο που αναγνωρίζει τη μάθηση και την ψυχαγωγία ως στοιχεία που αλληλοσυμπληρώνονται (Bäumler, 2003). Η δημιουργικότητα και η αυτοπραγμάτωση προωθούνται μέσα από τις συλλογικές και ατομικές δραστηριότητες, που είναι βασικός στόχος αυτών των μεθόδων και παρέχουν διαφορετικούς τρόπους προσωπικής ερμηνείας των μαθητών μέσω της δημιουργικής πράξης. Έτσι, ενδυναμώνεται η ιδέα της ενεργούς συμμετοχής του κοινού ως αφηγητή της ερμηνείας και της ανάπτυξης νοημάτων για την επίτευξη του συμμετοχικού μουσείου **Σφάλμα! Το αρχείο προέλευσης της αναφοράς δεν βρέθηκε..**



## **4. Η Έρευνα: Σκοπός, μεθοδολογία, εργαλεία, αποτελέσματα**

### **4.1 Σκοπός**

Σκοπός και στόχοι της παρούσας έρευνας είναι οι παρακάτω:

- Η μελέτηστο τομέα της επικοινωνίας στελεχών ενός μουσείου με το κοινό.
- Η ανάπτυξη της επικοινωνίας και επαφής των στελεχών ενός μουσείου με το κοινό
- Η βελτίωση των μουσειακών προγραμμάτων.

### **4.2 Δείγμα**

Το δείγμα της έρευνας αποτελέσαν 101 άτομα, τυχαίας επιλογής. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε εθελοντικά,σε ηλεκτρονική μορφή και συλλέχθηκαν 101 έγκυρα ερωτηματολόγια. Η έρευνα χαρακτηρίζεται ως ποσοτική και το σύνολο των χαρακτηριστικών του δείγματος παρουσιάζεται παρακάτω στα αποτελέσματα.

### **4.3 Ερωτηματολόγιο**

1.Φύλο:

Ανδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία:

18-25

26-35

36-45

άνω των 46

3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η

Δευτεροβάθμια

IEK

Τριτοβάθμια

Μεταπτυχιακό

4. Οικογενειακή κατάσταση:

Άγαμος/η

Έγγαμος/η

Διαζευγμένος/η

5. Επάγγελμα:

Ιδιώτης

Υπάλληλος

Άνεργος

6. Επισκέπτεστε χώρους Μουσείων;

Ναι

Όχι

7. Πόσες φορές το χρόνο επισκέπτεστε χώρους Μουσείων;

0-1

1-3

Πάνω από 3

8. Ποιες περιόδους συνήθως επιλέγετε να επισκέπτεστε χώρους Μουσείων ;

Χειμώνα

Άνοιξη

Καλοκαίρι

Φθινόπωρο

9. Ποια είδη Μουσείων έχετε επισκεφτεί;

Αρχαιολογικά Μουσεία

Μουσεία Φυσικής Ιστορίας

Ιστορικά και Λαογραφικά Μουσεία

Βυζαντινά Μουσεία

Μουσεία τέχνης

Μουσεία τεχνολογίας

Πολεμικά και ναυτικά Μουσεία

10. Υπήρχε τμήμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία που επισκεφτήκατε;

Ναι

Όχι

Όχι σε όλα

11. Ποια η στάση του κοινού στα καινοτόμα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα των μουσείων;

Πολύ Κακή

Κακή

Μέτρια

Καλή

Πολύ Καλή

12. Πόσο σημαντική θεωρείτε την επικοινωνία του προσωπικού με το κοινό σε ένα Μουσείο;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολλή

Πάρα Πολλή

13. Πόσο καταρτισμένο θεωρείτε ότι ήταν το προσωπικό στο αντικείμενο της επικοινωνίας ;

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα Πολύ

14. Θεωρείτε ότι το προσωπικό χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση;

Ναι

Όχι

Ίσως

15. Θεωρείτε ότι τα εκπαιδευτικά προγράμματα χρειάζονται βελτίωση;

Ναι

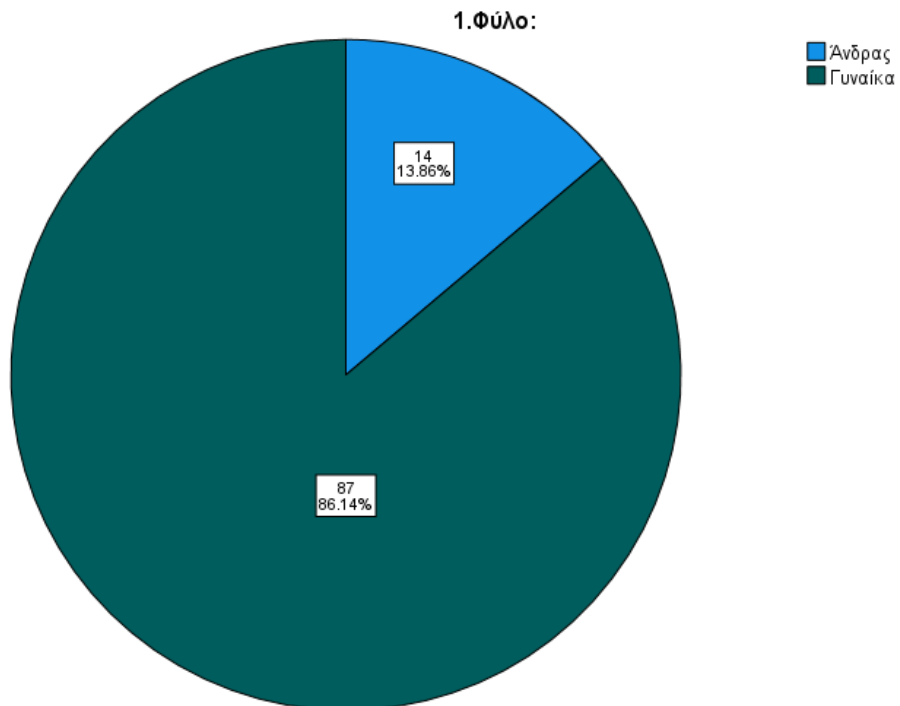
Όχι

Ίσως

## 4.4 Διαγράμματα - Πίνακες

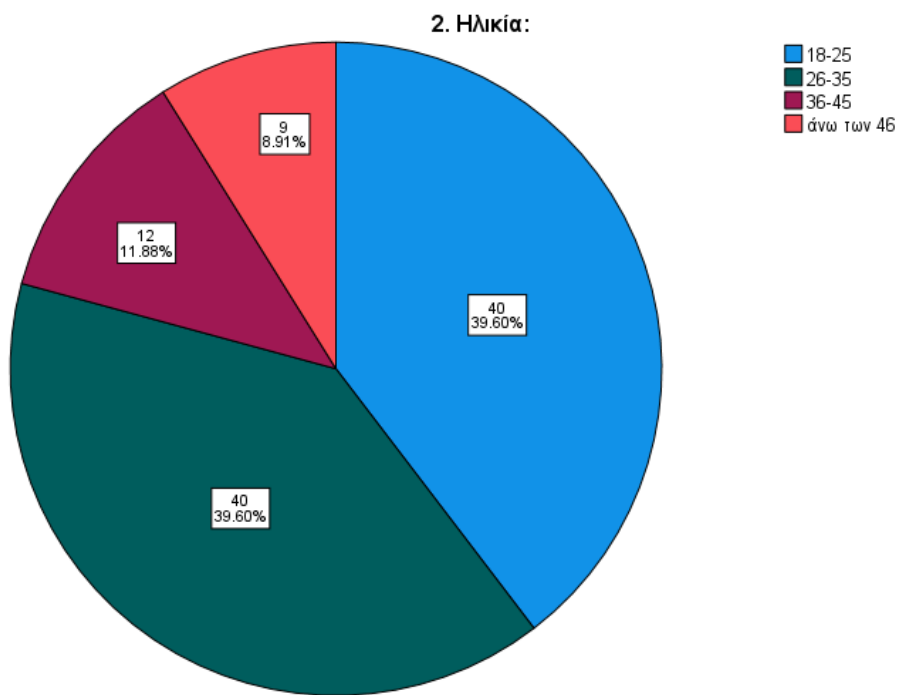
**1.Φύλο:**

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Άνδρας  | 14        | 13.9    | 13.9          | 13.9               |
|       | Γυναίκα | 87        | 86.1    | 86.1          | 100.0              |
|       | Total   | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



## 2. Ηλικία:

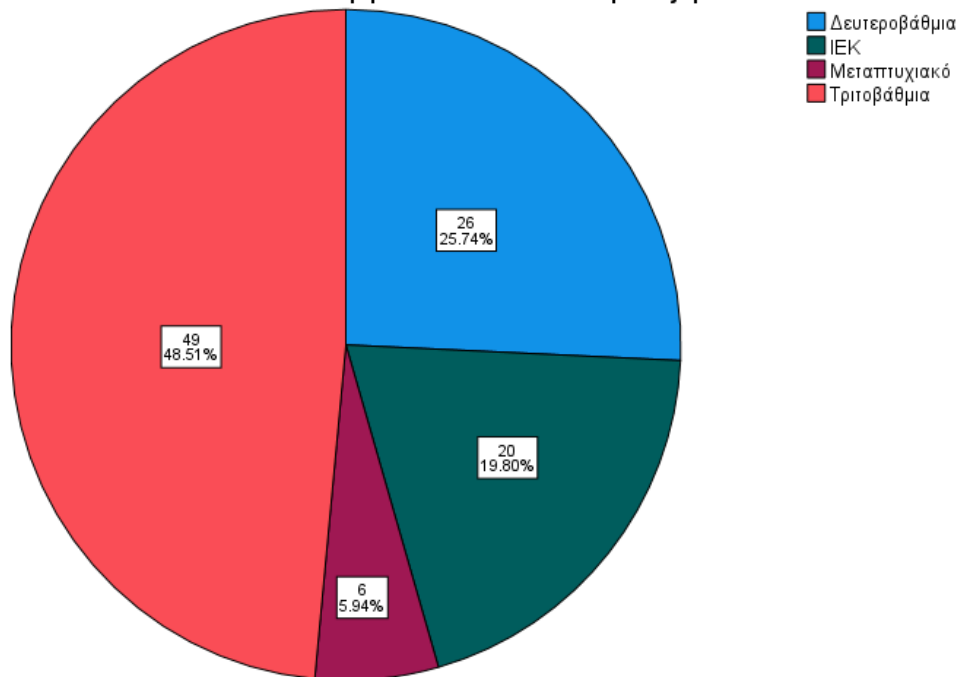
|       |            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18-25      | 40        | 39.6    | 39.6          | 39.6               |
|       | 26-35      | 40        | 39.6    | 39.6          | 79.2               |
|       | 36-45      | 12        | 11.9    | 11.9          | 91.1               |
|       | άνω των 46 | 9         | 8.9     | 8.9           | 100.0              |
|       | Total      | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



### 3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η

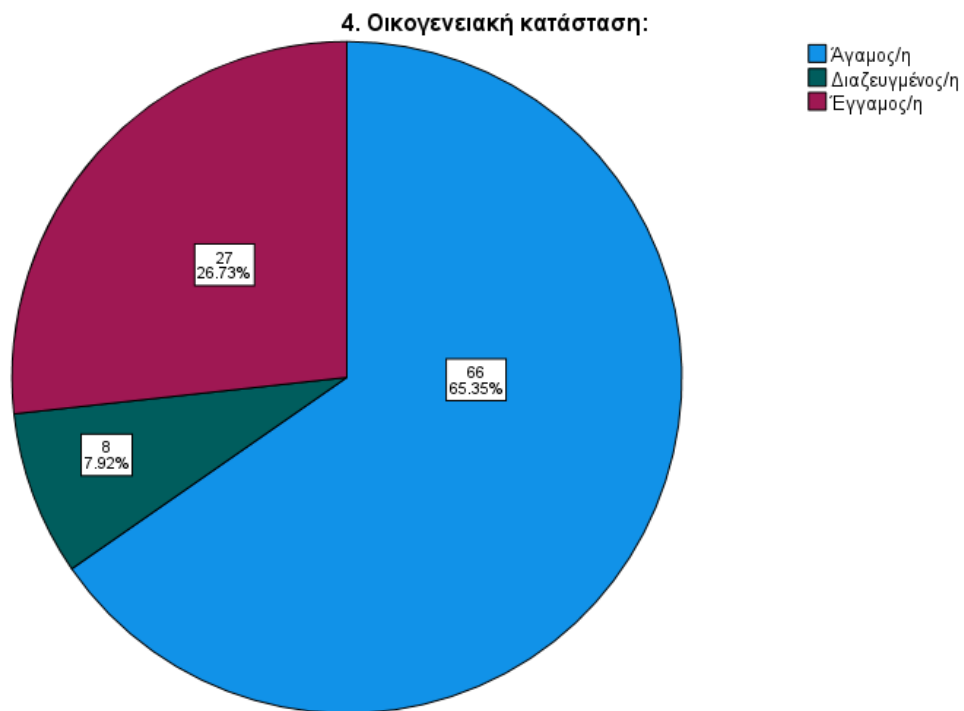
|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Δευτεροβάθμια | 26        | 25.7    | 25.7          | 25.7               |
|       | ΙΕΚ           | 20        | 19.8    | 19.8          | 45.5               |
|       | Μεταπτυχιακό  | 6         | 5.9     | 5.9           | 51.5               |
|       | Τριτοβάθμια   | 49        | 48.5    | 48.5          | 100.0              |
|       | Total         | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |

### 3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η



#### 4. Οικογενειακή κατάσταση:

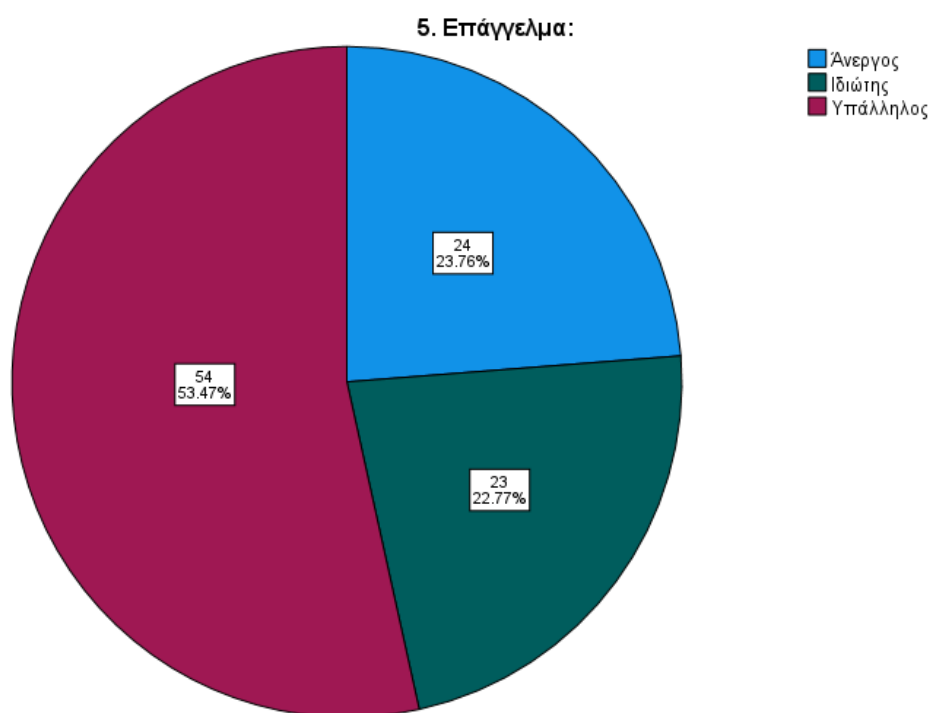
|                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid          |           |         |               |                    |
| Αγαμος/η       | 66        | 65.3    | 65.3          | 65.3               |
| Διαζευγμένος/η | 8         | 7.9     | 7.9           | 73.3               |
| Έγγαμος/η      | 27        | 26.7    | 26.7          | 100.0              |
| Total          | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |





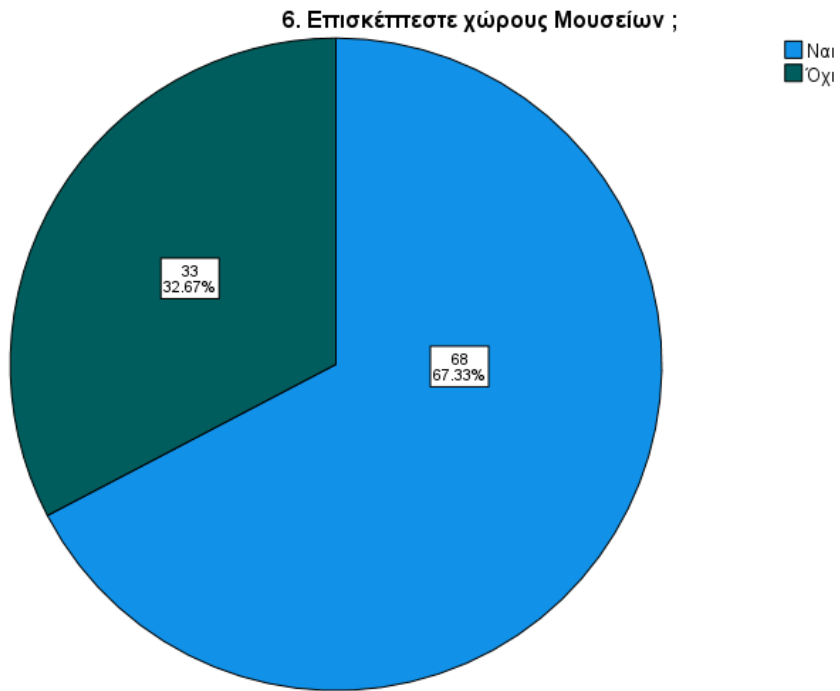
### 5. Επάγγελμα:

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Άνεργος   | 24        | 23.8    | 23.8          | 23.8               |
|       | Ιδιώτης   | 23        | 22.8    | 22.8          | 46.5               |
|       | Υπάλληλος | 54        | 53.5    | 53.5          | 100.0              |
|       | Total     | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



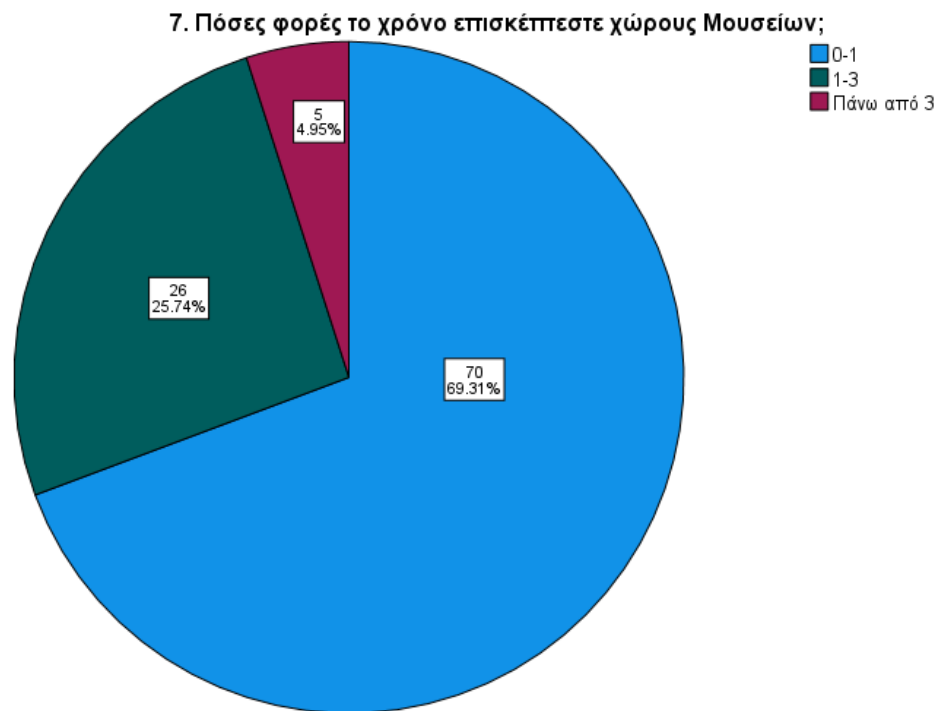
### 6. Επισκέπτεστε χώρους Μουσείων ;

|       |     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ναι | 68        | 67.3    | 67.3          | 67.3               |
|       | Όχι | 33        | 32.7    | 32.7          | 100.0              |
| Total |     | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



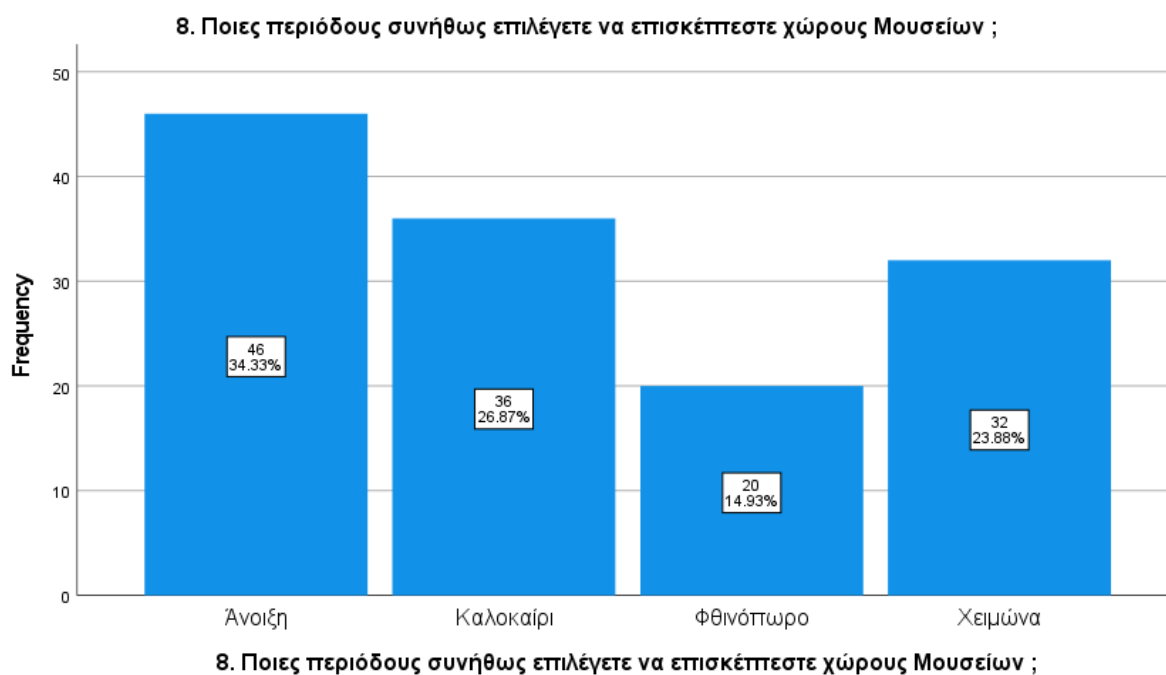
### 7. Πόσες φορές το χρόνο επισκέπτεστε χώρους Μουσείων;

|       |            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 0-1        | 70        | 69.3    | 69.3          | 69.3               |
|       | 1-3        | 26        | 25.7    | 25.7          | 95.0               |
|       | Πάνω από 3 | 5         | 5.0     | 5.0           | 100.0              |
| Total |            | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



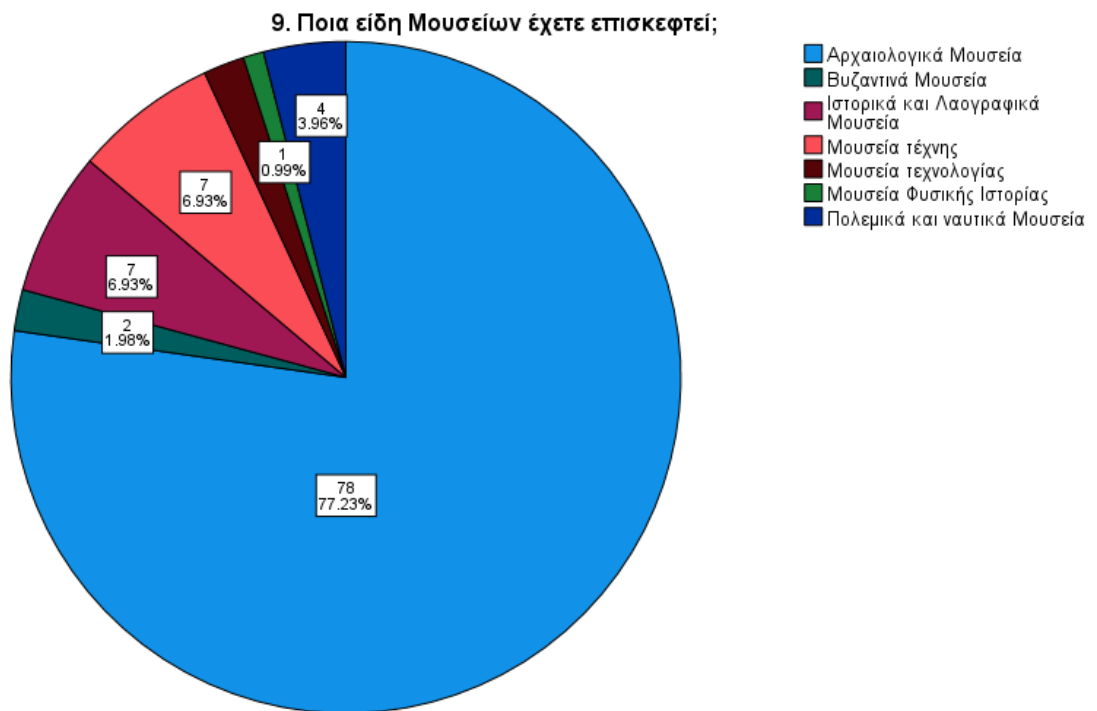
**8. Ποιες περιόδους συνήθως επιλέγετε να επισκέπτεστε χώρους Μουσείων ;**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Άνοιξη    | 46        | 34.3    | 34.3          | 34.3               |
|       | Καλοκαίρι | 36        | 26.9    | 26.9          | 61.2               |
|       | Φθινόπωρο | 20        | 14.9    | 14.9          | 76.1               |
|       | Χειμώνα   | 32        | 23.9    | 23.9          | 100.0              |
|       | Total     | 134       | 100.0   | 100.0         |                    |



### 9. Ποια είδη Μουσείων έχετε επισκεφτεί;

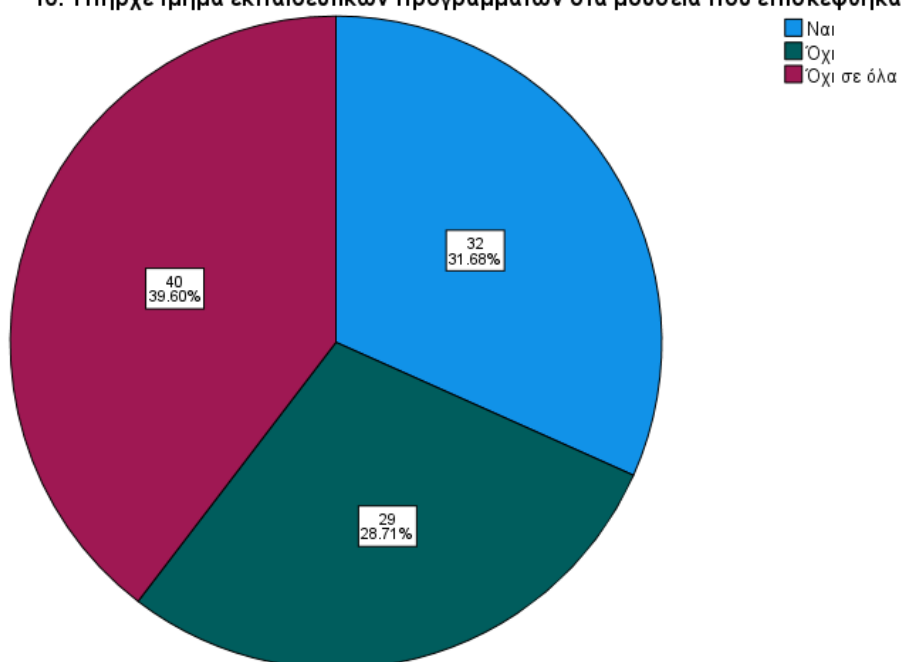
|                                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Αρχαιολογικά Μουσεία      | 78        | 77.2    | 77.2          | 77.2               |
| Βυζαντινά Μουσεία               | 2         | 2.0     | 2.0           | 79.2               |
| Ιστορικά και Λαογραφικά Μουσεία | 7         | 6.9     | 6.9           | 86.1               |
| Μουσεία τέχνης                  | 7         | 6.9     | 6.9           | 93.1               |
| Μουσεία τεχνολογίας             | 2         | 2.0     | 2.0           | 95.0               |
| Μουσεία Φυσικής Ιστορίας        | 1         | 1.0     | 1.0           | 96.0               |
| Πολεμικά και ναυτικά Μουσεία    | 4         | 4.0     | 4.0           | 100.0              |
| Total                           | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



**10. Υπήρχε τμήμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία που επισκεφθήκατε;**

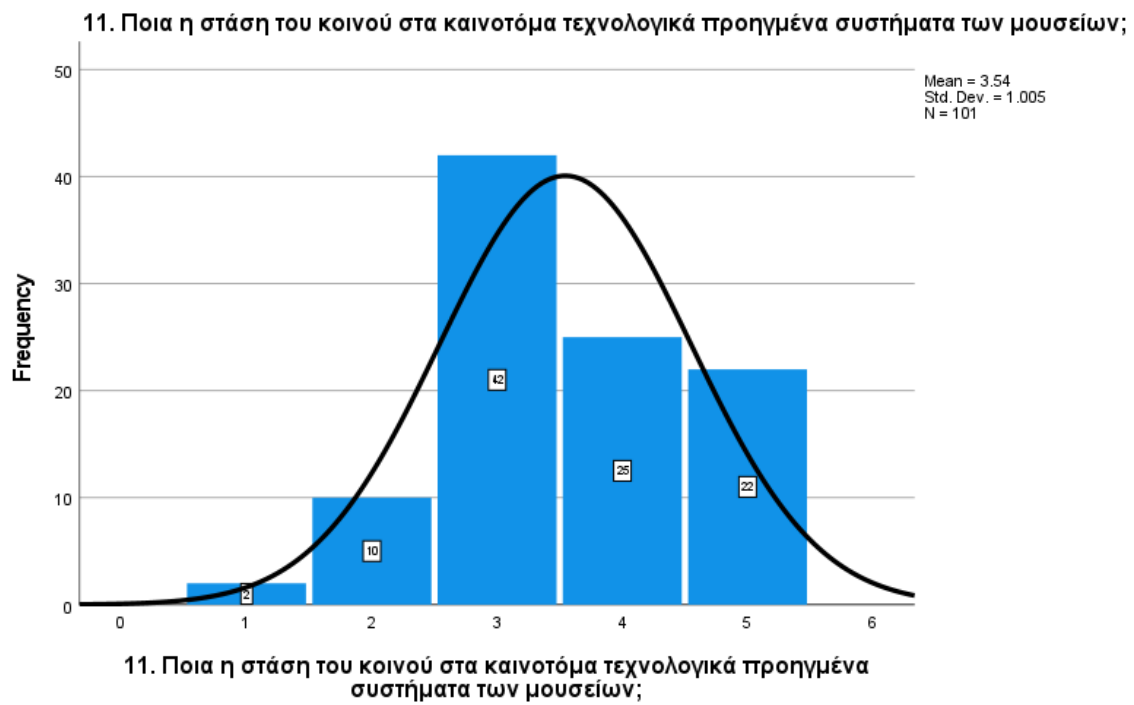
|       |            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ναι        | 32        | 31.7    | 31.7          | 31.7               |
|       | Όχι        | 29        | 28.7    | 28.7          | 60.4               |
|       | Όχι σε όλα | 40        | 39.6    | 39.6          | 100.0              |
| Total |            | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |

10. Υπήρχε τμήμα εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία που επισκεφθήκατε;



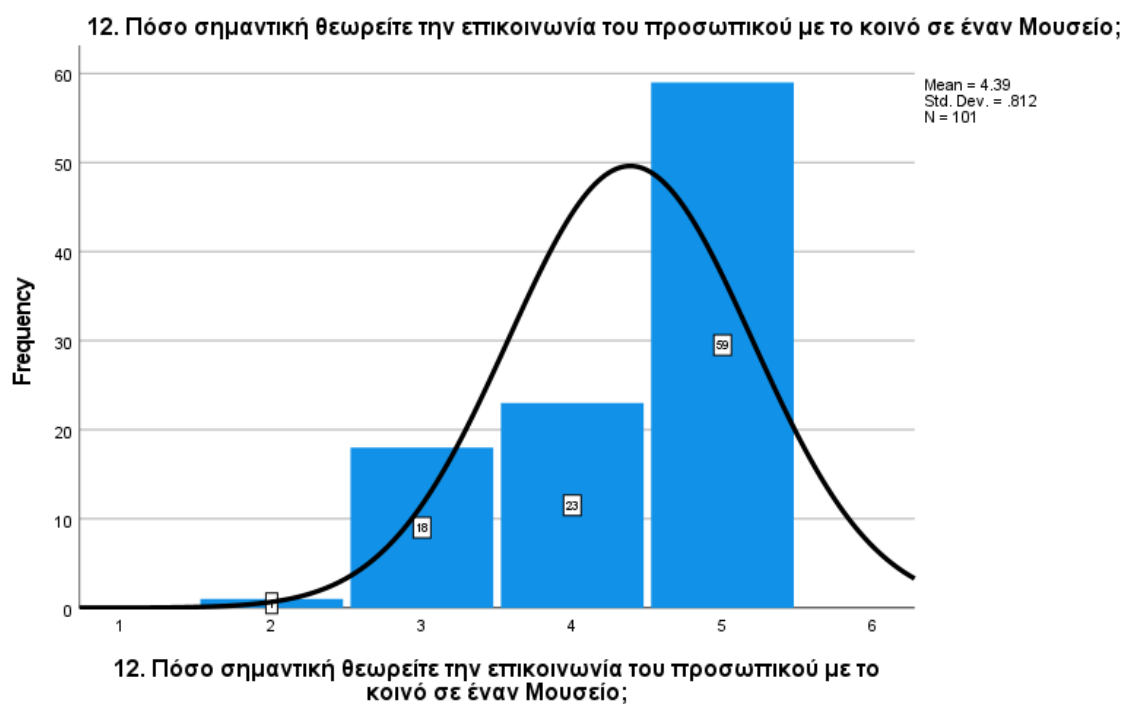
**11. Ποια η στάση του κοινού στα καινοτόμα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα των μουσείων;**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1     | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
|       | 2     | 10        | 9.9     | 9.9           | 11.9               |
|       | 3     | 42        | 41.6    | 41.6          | 53.5               |
|       | 4     | 25        | 24.8    | 24.8          | 78.2               |
|       | 5     | 22        | 21.8    | 21.8          | 100.0              |
|       | Total | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |



**12. Πόσο σημαντική θεωρείτε την επικοινωνία του προσωπικού με το κοινό σε έναν Μουσείο;**

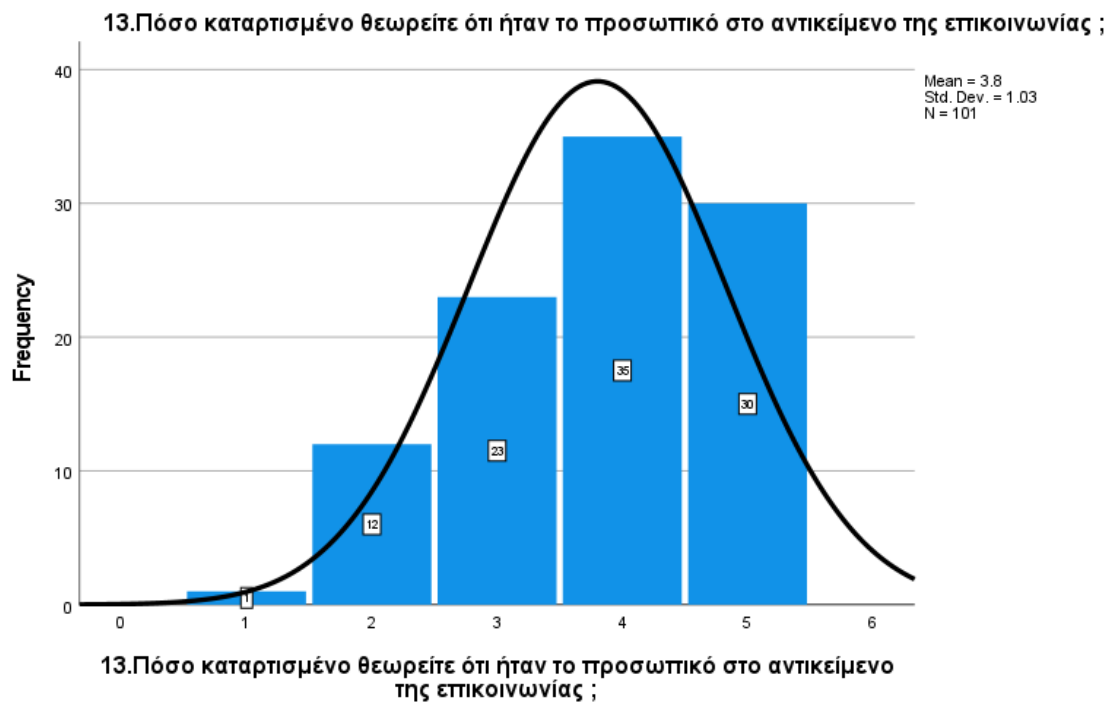
|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2     | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | 3     | 18        | 17.8    | 17.8          | 18.8               |
|       | 4     | 23        | 22.8    | 22.8          | 41.6               |
|       | 5     | 59        | 58.4    | 58.4          | 100.0              |
|       | Total | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |





**13.Πόσο καταρτισμένο θεωρείτε ότι ήταν το  
προσωπικό στο αντικείμενο της επικοινωνίας ;**

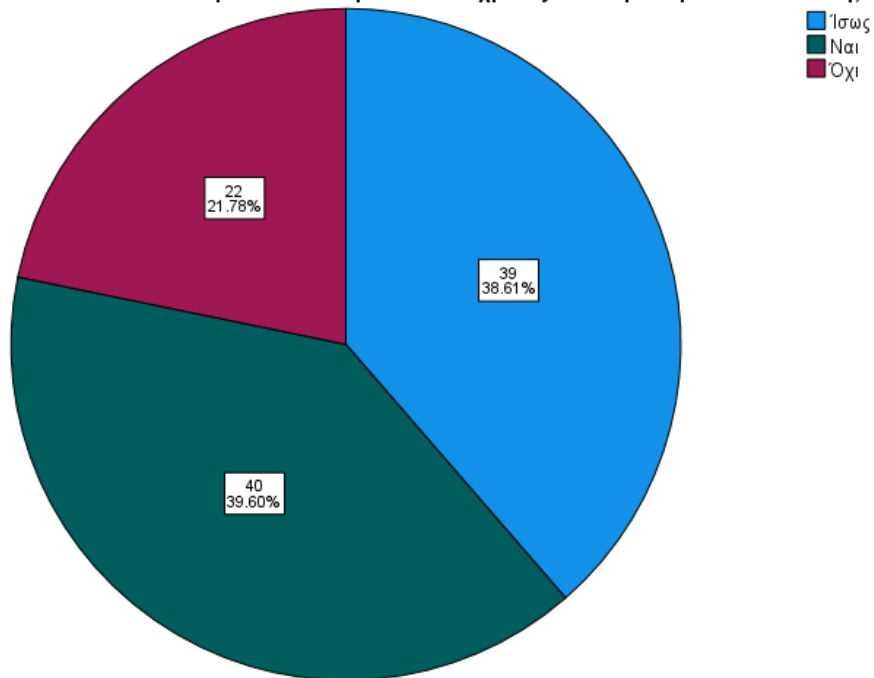
|       |   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative<br>Percent |
|-------|---|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| Valid | 1 | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                   |
|       | 2 | 12        | 11.9    | 11.9          | 12.9                  |
|       | 3 | 23        | 22.8    | 22.8          | 35.6                  |
|       | 4 | 35        | 34.7    | 34.7          | 70.3                  |
|       | 5 | 30        | 29.7    | 29.7          | 100.0                 |
| Total |   | 101       | 100.0   | 100.0         |                       |



**14. Θεωρείτε ότι το προσωπικό χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση;**

|       |      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ίσως | 39        | 38.6    | 38.6          | 38.6               |
|       | Ναι  | 40        | 39.6    | 39.6          | 78.2               |
|       | Όχι  | 22        | 21.8    | 21.8          | 100.0              |
| Total |      | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |

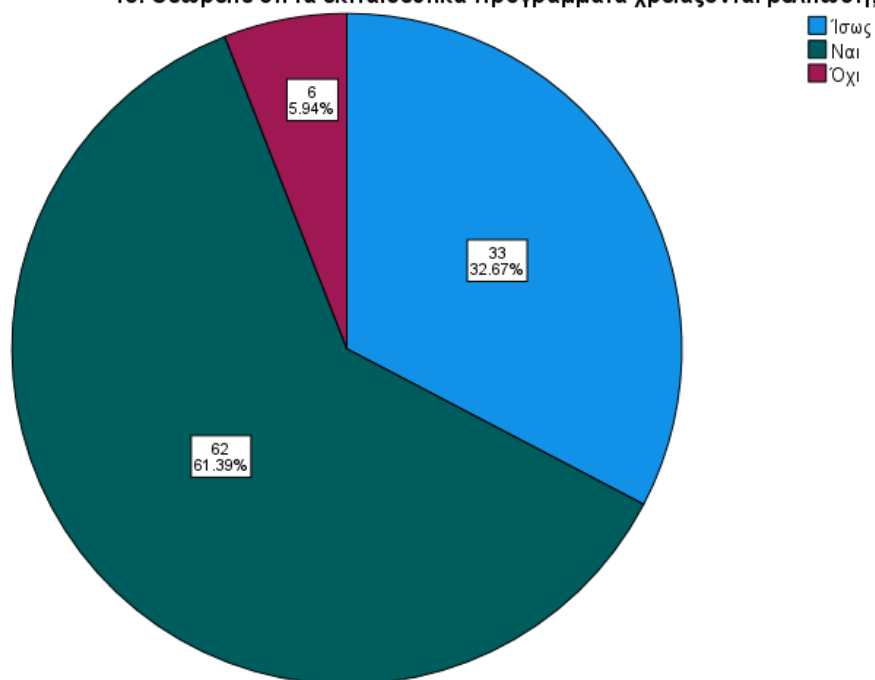
**14. Θεωρείτε ότι το προσωπικό χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση;**



**15. Θεωρείτε ότι τα εκπαιδευτικά προγράμματα χρειάζονται βελτίωση;**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ίσως  | 33        | 32.7    | 32.7          | 32.7               |
|       | Ναι   | 62        | 61.4    | 61.4          | 94.1               |
|       | Όχι   | 6         | 5.9     | 5.9           | 100.0              |
|       | Total | 101       | 100.0   | 100.0         |                    |

**15. Θεωρείτε ότι τα εκπαιδευτικά προγράμματα χρειάζονται βελτίωση;**



## Σχολιασμός αποτελεσμάτων-Συμπεράσματα

Ο χώρος των μουσείων αποτελεί ένα αδιαμφισβήτητα πολύ σημαντικό κομμάτι διατήρησης της ιστορίας μέσω εκθεμάτων και διάφορων προγραμμάτων. Η χώρα μας φιλοξενεί ένα μεγάλο αριθμό μουσείων με ποικιλία εκθεμάτων καθώς και ιδιαίτερης πολιτιστικής σημασίας. Τα μουσεία αποτελούν κατά κύριο λόγο χώρους εκμάθησης και επαφής και η επίσκεψη των χώρων τους από τους μαθητές θα πρέπει να αντιμετωπίζεται διαφορετικά από ότι το σχολείο.

Η επικοινωνία σαν έννοια εμφανίζεται από την αρχή της ύπαρξης του ανθρώπου αναπτύσσοντας την ανάγκη να συνεννοηθεί με άλλους ανθρώπους. Σήμερα, αποτελεί τομέα έρευνας και ανάπτυξης και φυσικά απασχολεί και τον πολιτιστικό τομέα, όπως η λειτουργία ενός μουσείου. Ένας τομέας αυτού είναι η μουσειακή αγωγή. Η μουσειακή αγωγή έχει ως στόχο να φέρει σε επαφή τα παιδιά από την νηπιακή ηλικία και το ενήλικο κοινό με το κοινωνικοπολιτικό παρελθόν της χώρας τους και να αναπτύξουν τις δικές τους δεξιότητες. Η σχέση μεταξύ κοινού και μουσειακού χώρου είναι ισότιμη και η διαδικασία αυτή υπάγεται στην άτυπη εκπαίδευση της δια βίου μάθησης. Ο άνθρωπος, γενικά, μαθαίνει πιο εύκολα με τη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση με το περιβάλλον.

Η επίσκεψη των μαθητών στο μουσείο μπορεί να μετατραπεί σε μια ενεργητική-βιωματική εκμάθηση που έχει περισσότερες πιθανότητες να είναι μια ευπρόσδεκτη διαδικασία για το μαθητικό κοινό από την απλή ανάγνωση ενός κειμένου.

Ως προς το ερωτηματολόγιο παρατηρήθηκαν τα εξής συμπεράσματα:

Αρχικά, η πλειοψηφία των ερωτώμενων με ποσοστό 88,14% ήταν γυναίκες.

Αναφορικά με την ηλικία οι περισσότεροι ήταν μεταξύ 18 – 35 ετών.

Αναλυτικότερα, διαπιστώθηκε πως οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Το 65,35% δήλωσαν άγαμοι.

Επιπροσθέτως, το 53,47% δήλωσε ότι εργάζεται ως υπάλληλος, το 23,76% είναι άνεργοι και το 22,77% ιδιώτες.

Το 67,33% επισκέπτεται χώρους μουσείων.

Οι περισσότεροι απάντησαν ότι επισκέπτονται μουσεία έως μια φορά ετησίως.

Η άνοιξη θεωρείται η καλύτερη εποχή για επίσκεψη σε μουσεία, έπειτα το καλοκαίρι και μετά ο χειμώνας.

Το 77,23% επισκέπτεται αρχαιολογικά μουσεία και πολύ λιγότερο όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Παρατηρήθηκε ότι δεν διαθέτουν όλα τα μουσεία, τμήματα εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Η στάση του κοινού στα καινοτόμα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα των μουσείων θεωρείται μέτρια.

Η επικοινωνία του προσωπικού με το κοινό σε ένα μουσείο θεωρείται πολύ καλή.

Το προσωπικό στο αντικείμενο της επικοινωνίας θεωρείται πολύ έως πάρα πολύ καταρτισμένο.

Το 39,60% θεωρεί ότι το προσωπικό χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση, το 38,61% ότι ίσως χρειάζεται και το 21,78% ότι δεν χρειάζεται.

Παραπάνω διατυπώθηκε λεπτομερώς, η συμβολή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και η σημαντικότητα της μουσειακής αγωγής με σκοπό τη δημιουργία επαφής των παιδιών με την πολιτιστική κληρονομιά και τις τέχνες στοχεύοντας στη βελτίωση των επικοινωνιακών τους δεξιοτήτων, την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την καλλιέργεια της καλλιτεχνικής αγωγής. Η διαδικασία αυτή επιτυγχάνεται ως επί το πλείστον με την παροχή διαδραστικών και βιωματικών δραστηριοτήτων προσδοκώντας η μουσειακή αγωγή να γίνει πιο ενδιαφέρουσα και απολαυστική για το παιδί.

Ωστόσο, παρατηρώντας τα αποτελέσματα της έρευνας, της οποίας το δείγμα αποτέλεσαν ενήλικες, διαπιστώθηκε πως ο ρόλος της επικοινωνίας, πιο συγκεκριμένα, της επικοινωνίας του μουσείου με το κοινό απαιτεί κάποιες αναδιαμορφώσεις ακόμα και ως προς τον ενήλικα επισκέπτη. Θα ήταν πιο ενδιαφέρουσα μια επίσκεψη σε ένα μουσείο που διαθέτει τμήματα εκπαιδευτικών προγραμμάτων, παρά όλα αυτά, δεν παρείχαν όλα τα μουσεία (που είχε επισκεφθεί η πλειοψηφία του δείγματος) τέτοιου είδους τμήματα.

Η παροχή τμημάτων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, συχνά, σημαίνει πως στο κοινό παρέχονται καινοτόμα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα από τα μουσεία. Διαπιστώθηκε όμως, πως η στάση του κοινού απέναντι σε αυτά είναι μέτρια. Από το συμπέρασμα αυτό θεωρείται ότι μπορεί να ήταν θετική η συμβολή του προσωπικού του μουσείου προσφέροντας βοήθεια σε άτομα που δεν είναι εξοικειωμένα έτσι ώστε να αναπτύξουν τις σχέσεις τους με τεχνολογικά επιτεύγματα αλλά και να απολαύσουν τη βιωματική και διαδραστική διαδικασία. Από την άλλη οπτική γωνία, ίσως το αποτέλεσμα αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα τεχνολογικά προηγμένα συστήματα πρέπει να είναι διαμορφωμένα για κάθε ηλικιακή ομάδα ξεχωριστά.

Εν κατακλείδι, αναφορικά με το αν χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση το προσωπικό των μουσείων, η πλειοψηφία του δείγματος έδωσε θετική απάντηση. Δεδομένου ότι ζούμε στην εποχή της ψηφιοποίησης και της διηλεκτικής τεχνολογικής εξέλιξης, το προσωπικό ενός μουσείου κρίνεται απαραίτητο να εκπαιδευτεί διαρκώς. Ας μη σταθούμε μόνο στις τεχνολογικές εξελίξεις. Τη σημερινή εποχή, της πανδημίας, το προσωπικό ήταν υποχρεωτικό να εκπαιδευτεί σχετικά με θέματα προστασίας για την υγιεινή του χώρου, τη διασφάλιση για την ασφαλή είσοδο του επισκέπτη στο χώρο και γενικότερα, τη διαχείριση αυτής της κατάστασης στο εργασιακό του περιβάλλον.

## Βιβλιογραφία

- A.B.S.U. of Nairobi. (2021). *INTRODUCTION TO COMMUNICATION*. Ανάκτηση 3 27, 2021, από Architecture and Building Science University of Nairobi: Architecture and Building Science University of Nairobi
- agromassidayu.com. (2021). *ΟΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ: Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ*. Ανάκτηση 05 2021, 06, από agromassidayu.com: <https://gre.agromassidayu.com/funkcii-muzeev-sushnost-i-znachenie-muzeev-page-356228#menu-3>
- Communication Theory. (2021). *Definitions of Communication*. Ανάκτηση 3 25, 2021, από CommunicationTheory: <https://www.communicationtheory.org/definitions-of-communication/>
- cretevantaxi.com. (2021). *Ιστορικό και Λαογραφικό μουσείο Ρεθύμνου*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από cretevantaxi.com: <http://www.cretevantaxi.com/gr/blog/istoriko-kai-laografiko-mouseio-rethumnou-64>
- discovergreece.com. (2021). Ανάκτηση 05 06, 2021, από Ανακαλύπτοντας το επιβλητικό μουσείο της Ακρόπολης: <https://www.discovergreece.com/el/experiences/acropolis-museum-athens#gallery-gal-1>
- discovergreece.com. (2021). *Τα 12 δημοφιλέστερα αρχαιολογικά μουσεία στην Ελλάδα*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από discovergreece.com: <https://www.discovergreece.com/el/travel-ideas/best-of/12-most-popular-archaeological-museums-greece>
- Freymann, T. (2004). “Was ist und wozu dient Museumspädagogik?”. Στο T. Freymann, *Am Beispiel erklärt. Aufgaben und Wege der Museumspädagogik* (σσ. 7-38). Georg Olms: Hildelheim.
- Hooper - Greenhill, E. (1992). *Το μουσείο και οι προδρομοί του*. Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς.
- ICOM. (2020, 06 12). *COVID-19 και μουσεία*. Ανάκτηση 06 05, 2021, από <http://icom-greece.mini.icom.museum/>: <http://icom-greece.mini.icom.museum/homepage/covid-19-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1/>
- Marshall, S. D., & Mariswany, D. (2014, 3 31). *Internet as a Medium of Communication in Modern Society*. Ανάκτηση 3 30, 2021, από Communication Today: <https://communicationtoday.net/2014/03/31/internet-as-a-medium-of-communication-in-modern-society/>
- noesis. (2020). *Τι είναι ένα Μουσείο*. Ανάκτηση από noesis: <https://www.noesis.edu.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%AD%CE%BD%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF/>

Nordquist, R. (2020, 2 5). *What Does Medium Mean in the Communication Process?* Ανάκτηση 3 25, 2021, από Thoughtco: <https://www.thoughtco.com/medium-communication-term-1691374>

patrisnews.com. (2017, 10 20). *Ο Ερμής του Πραξιτέλη (Ολυμπία)*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από patrisnews.com: <https://www.patrisnews.com/o-ermis-tou-praxiteli-olybia/>

Pixabay. (2012, 8 14). *Rohan\_Reddy*. Ανάκτηση 2 19, 2021, από Pixabay: <https://pixabay.com/el/photos/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CE%BF%CF%81%CF%83%CE%AD-paris-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CE%B3%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%AF%CE%B1-1614902/>

poiostigiati.gr. (2018, 05 17). *Πόσα αρχαιολογικά (και άλλα) μουσεία έχουμε στην Ελλάδα;*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από poiostigiati.gr: <https://poiostigiati.gr/posa-arxaiologika-mouseia-exoume-sthn-ellada/>

Rsj, R. (2012, 8 12). *PROCESS OF COMMUNICATION*. Ανάκτηση 3 2021, 25, από nishitharao28: <https://nishitharao28.wordpress.com/2012/08/11/process-of-communication/>

Schrübers, C. (2013). Vom Referieren zum Moderieren. Στο C. Schrübers, *Moderieren im Museum. Theorie und Praxis der dialogischen Besucherführung*, (σσ. 161-168). Bielefeld: Verlag.

Simon, N. (2010). *The Participatory Museum, Museum 2.0*. Santa Cruz.

Skills You Need. (2021). *What is Communication?* Ανάκτηση 3 25, 2021, από Skills You Need: <https://www.skillsyouneed.com/ips/what-is-communication.html>

syrosagenda. (2020, 05 25). *Η προέλευση της λέξης “μουσείο”- Πώς και γιατί ονομάστηκε έτσι;*. Ανάκτηση 04 26, 2021, από syros agenda, Η πολιτιστική επικαιρότητα ης Σύρου: <https://www.syros-agenda.gr/i-proelefsi-tis-leksis-mouseio-pos-kai-giati-onomastike-etsi/>

thessalonikitourism.gr. (2020). *Βυζαντινό Μουσείο Θεσσαλονίκης*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από thessalonikitourism.gr: <https://www.thessalonikitourism.gr/index.php/el/component/k2/item/388-museum-of-byzantine-culture>

Wayback Machine. (2007, 5 7). *Registration step by step: when an object enters the museum*. Ανάκτηση 2 17, 2021, από Wayback Machine: <http://www.willpowerinfo.myby.co.uk/cidoc/fact1.htm>

Wayback Machine. (2007, 05 09). *Registration step by step: when an object enters the museum*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από Wayback Machine: <http://www.willpowerinfo.myby.co.uk/cidoc/fact1.htm>

Bäumler, C. (2003). *Bildung und Unterhaltung im Museum. Das museale Selbstbild im Wandel*. Münster: LitVerlag.

Βαϊνά, Μ. (1997). *Θεωρητικό πλαίσιο διδακτικής της τοπικής ιστορίας για τον 21ο αιώνα*. Αθήνα: GUTENBERG.

Βικάτου, Ο. (2012). *Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας*. Ανάκτηση από Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού: [http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj\\_id=7126](http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=7126)

Βικιπαιδεία. (2020, 06 23). *Κατάλογος μουσείων της Ελλάδας*. Ανάκτηση 06 05, 2021, από Βικιπαιδεία:

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%BF%CF%82\\_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD\\_%CF%84%CE%B7%CF%82\\_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%BF%CF%82_%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82)

Γεωργιάδου- Κουντουρά, Ε. (1985). *Τα μουσεία τέχνης και τα παιδιά*. Ανάκτηση 2 19, 2021, από

Αρχαιολογία και Τέχνες: <https://www.archaiologia.gr/search/%CF%84%CE%B1%20%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%B1%20%CF%84%CE%B5%CF%87%CE%BD%CE%B7%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CF%84%CE%B1%20%CF%80%CE%B1%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%B1/>

ΔΑΜΕΕΠ. (2021). *Αρχαιολογικά Μουσεία της Ελλάδας*. Ανάκτηση 05 07, 2021, από ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΘΡΗΣΚΕΙΑΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ, ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ: <https://archaeologicalmuseums.gr/el>

ΔΙ.ΠΑ.Ε. (2021). *ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ* . Ανάκτηση 3 26, 2021, από Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής και Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος:

[https://people.iee.ihu.gr/~vkostogl/files/Dexiotites/new\\_2016/MORFES%20EPIKOINONIAS.pdf](https://people.iee.ihu.gr/~vkostogl/files/Dexiotites/new_2016/MORFES%20EPIKOINONIAS.pdf)

Δρακάκη, Μ. (2020, 12 26). *Ως νέος ορισμός για το Μουσείο από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων*. Ανάκτηση 04 26, 2021, από Χανιώτικα Νέα, Καθημερινή εφημερίδα των Χανίων: <https://www.haniotika-nea.gr/os-neos-orismos-gia-to-mousio-apo-to-diethnes-simvoulion-mousion/>

ΕΑΠ. (2002). *Διαστάσεις πολιτιστικών Φαινομένων*. σελίδα 22: τόμος Γ΄.

Εθνικό Αρχαιολογικό μουσείο. (2018). *Χριστούγεννα για τα παιδιά στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο*. Ανάκτηση 2021, από Εθνικό Αρχαιολογικό μουσείο: <https://www.namuseum.gr/education/christoygenna-gia-ta-paidia-sto-ethniko-archaiologiko-moyseio/>

*Ιστορία του Μουσείου*. (2018). Ανάκτηση από Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο: <https://www.namuseum.gr/to-moyseio/istoria-toy-moyseioy/>

Καλεσοπούλου, Δ. (1999). *Εκπαιδευτικά Προγράμματα* . Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας .

Κόκκοτας, Π., & Πλακίτση, Κ. (2005). *Μουσειοπαιδαγωγική και εκπαίδευση στις φυσικές επιστήμες*. Αθήνα: Εκδόσεις "Πατάκη".



Κονίτσης, Η. (2018). *Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. Ανάκτηση από Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ: <http://3gym-n-ionias.att.sch.gr/sjob/epikoinonies.htm>

Κονίτσης, Η. (2018). *Εφημερίδα ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*. Ανάκτηση 3 26, 2021, από Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ: <http://3gym-n-ionias.att.sch.gr/sjob/epikoinonies.htm>

Κοντογιάννη, Α. (1996). Μουσεία και σχολεία, δεινόσαντροι κι αγγεία. Στο Ά. Κοντογιάννη, *Μουσεία και σχολεία, δεινόσαντροι κι αγγεία*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Μακρή-Μπότσαρη, Ε. (2005). *Επιμορφωτικό υλικό Π.Ε. ΥΠΕΠΘ*. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ενστιτούτο.

Μαραβέλια, Α. (2021). *Μουσειακή εκπαίδευση*. Ανάκτηση 2 22, 2021, από alexandramaravelia: <https://www.alexandramaravelia.gr/gr/mouseiaki-ekpaideusi>

Μυλωνάκης, Γ. (2019, 2 12). *Ο σύγχρονος ρόλος των πολιτιστικών οργανισμών ως χώρων επικοινωνίας και συμμετοχής*. Ανάκτηση 3 28, 2021, από Αλλάζουμε. Ενεργοί Πολίτες Αγίας Παρασκευής: <https://allazoume.gr/%CE%BF-%CF%83%CF%8D%CE%B3%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CF%82-%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%BF%CF%81/>

Νάκου, Ε. (1997). *Ιστορική σκέψη και ιστορική εκπαίδευση στα τέλη του 20ου αιώνα*. Σύγχρονη εκπαίδευση.

Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλιππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιανούτσου, Ν. (2015). *Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα*. Ανάκτηση 2 26, 2021, από Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα: <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/712>

Ξανθουδάκη, Μ. (2004, 06). *Ο εκπαιδευτικός ρόλος του μουσείου σήμερα και η περίπτωση του Εθνικού Μουσείου Επιστημών και Τεχνολογίας Leonardo Da Vinci του Μιλάνου*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από Μουσειακή Πρακτική: [https://www.researchgate.net/publication/263136123\\_O\\_ekpaideutikos\\_rolos\\_tou\\_museum\\_semera\\_kai\\_e\\_periptose\\_tou\\_Ethnikou\\_Mouseiou\\_Epistemon\\_kai\\_Technologias\\_Leonardo\\_da\\_Vinci\\_tou\\_Milanou\\_Italias](https://www.researchgate.net/publication/263136123_O_ekpaideutikos_rolos_tou_museum_semera_kai_e_periptose_tou_Ethnikou_Mouseiou_Epistemon_kai_Technologias_Leonardo_da_Vinci_tou_Milanou_Italias)

Ξανθουδάκη, Μ. (2004, 6). *Ο εκπαιδευτικός ρόλος του μουσείου σήμερα και η περίπτωση του Εθνικού Μουσείου Επιστημών και Τεχνολογίας Leonardo Da Vinci του Μιλάνου*. Ανάκτηση 2 16, 2021, από Μουσειακή Πρακτική: [https://www.researchgate.net/publication/263136123\\_O\\_ekpaideutikos\\_rolos\\_tou\\_museum\\_semera\\_kai\\_e\\_periptose\\_tou\\_Ethnikou\\_Mouseiou\\_Epistemon\\_kai\\_Technologias\\_Leonardo\\_da\\_Vinci\\_tou\\_Milanou\\_Italias](https://www.researchgate.net/publication/263136123_O_ekpaideutikos_rolos_tou_museum_semera_kai_e_periptose_tou_Ethnikou_Mouseiou_Epistemon_kai_Technologias_Leonardo_da_Vinci_tou_Milanou_Italias)

Οικονομίδης, Β. (2011). Πρακτικά Συνεδρίου Η Άνοιξη των Μουσείων. Συνάντηση για τα εκπαιδευτικά προγράμματα και τη μουσειακή αγωγή. Στο Β. Οικονομίδης, *Μουσείο και Νηπιαγωγείο: διαδρομές τεμνόμενες ή ασύμπτωτες* (σσ. 125-144). Ρέθυμνο.

Παναγιωτοπούλου, Β. (2020, 12 26). *Ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας του Μουσείου*. Ανάκτηση 20, 2021, από Η Αυγή: [https://www.avgi.gr/entheta/137025\\_o-ekpaideytikos-haraktiras-toy-mouseioy](https://www.avgi.gr/entheta/137025_o-ekpaideytikos-haraktiras-toy-mouseioy)

Παναγιωτοπούλου, Β. (2020, 12 26). *Ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας του Μουσείου*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από Η Αυγή: [https://www.avgi.gr/entheta/137025\\_o-ekpaideytikos-haraktiras-toy-mouseioy](https://www.avgi.gr/entheta/137025_o-ekpaideytikos-haraktiras-toy-mouseioy)

Ρωκ, Σ., & Ρόκου, Μ. (2012, 4 2). *Τα μουσεία οφείλουν να υπηρετούν το σύνολο του πληθυσμού μιας κοινωνίας, προσφέροντας σε όλα τα μέλη της, χωρίς διακρίσεις, το δικαίωμα για πρόσβαση στα πολιτιστικά αγαθά*. . Ανάκτηση 2 19, 2021, από 2: <http://krelavriou.att.sch.gr/documents/sem12mar2-3-sofia-rock-mela-doc.pdf>

Σοφία Ρωκ, Μελά, Ρόκου. (2012, 04 02). *Τα μουσεία οφείλουν να υπηρετούν το σύνολο του πληθυσμού μιας κοινωνίας, προσφέροντας σε όλα τα μέλη της, χωρίς διακρίσεις, το δικαίωμα για πρόσβαση στα πολιτιστικά αγαθά*. Ανάκτηση 05 06, 2021, από σελίδα 2: <http://krelavriou.att.sch.gr/documents/sem12mar2-3-sofia-rock-mela-doc.pdf>

Τάνης, Κ. (2017, 02 02). *Η εξέλιξη του θεσμού των μουσείων*. Ανάκτηση από ΤΜΘ: <http://www.tmth.gr/history/museumsrole>

Τσιτούρη, Α. (2002). Το μουσείο, ένα δυναμικό εργαλείο εκπαίδευσης. Στο 6. Π. Σεμινάριο, *Μουσείο-Σχολείο* (σ. 25). Καβάλα: 6ο Περιφερειακό Σεμινάριο.

Φυκάρη, Π. (2006, 1 23). *Μουσειακή Αγωγή*. Ανάκτηση 2 15, 2021, από Ελληνική Πύλη Παιδείας: <https://www.eduportal.gr/mousiak-hagogi/>

Χατζημαρκάκη, Δ., & Σηφάκη, Ε. (2019). *Τα εκπαιδευτικά προγράμματα ως μέσο επικοινωνίας του μουσείου με το μαθητικό κοινό. Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή της σχολικής κοινότητας στο χώρο του μουσείου*. Ανάκτηση 2 11, 2021, από International Conference in Open and Distance Learning: <https://eproceedings.epublishing.ekt.gr/index.php/openedu/article/view/2305>