



ΤΜΗΜΑ ΑΡΧΕΙΟΝΟΜΙΑΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

---

DEPARTMENT OF ARCHIVAL, LIBRARY AND INFORMATION STUDIES  
SCHOOL OF MANAGEMENT, ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

## **Πτυχιακή Εργασία**

**Τίτλος: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μουσεία στην εποχή της  
πανδημίας Covid-19: απόψεις φοιτητών.**

**ΙΣΜΗΝΗ ANNA ΣΑΜΠΑΝΗ (ΑΜ:16074)**

Επιβλέπουσα: Δρ Αγγελική Αντωνίου.

Αθήνα: Φεβρουάριος 2022

## Επιτροπή Εξέτασης

1. Ονοματεπώνυμο: Κωνσταντίνος Κυπριανός

2. Ονοματεπώνυμο: Ελένη Αλεξανδρή

3. Ονοματεπώνυμο: Αγγελική Αντωνίου

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ/ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Ισμήνη Άννα Σαμπάνη, με αριθμό μητρώου 16074 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του Τμήματος Αρχαιονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής/διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



## Ευχαριστίες

Αισθάνομαι την ανάγκη να επισημάνω την απέραντη ευγνωμοσύνη μου, στον Πατέρα μου Χαρίτων, την μητέρα μου Φλώρα και την αδερφή μου Δωροθέα για όλα όσα μου έχουν προσφέρει στη διάρκεια των μαθητικών αλλά και φοιτητικών μου χρόνων και την αμέριστη υποστήριξή τους σε κάθε μου επιλογή.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες αξίζει να εκφράσω στον/στους για τον σημαντικό χρόνο που μου αφιέρωσαν, για την ανιδιοτελή προσφορά τους αλλά και για τις πληροφορίες που μου έδωσαν σε όλη την διάρκεια της συγγραφής αυτής διότι χωρίς την βοήθεια τους δεν θα ήταν δυνατή η πραγματοποίηση της πτυχιακής μου εργασίας.

Σε αυτό το σημείο, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κα Άγγελική Αντωνίου για την απόλυτη εμπιστοσύνη της και την αφιέρωση του πολύτιμου χρόνου της προκειμένου να ολοκληρωθεί η εργασία αυτή.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που βοήθησαν με τον δικό τους τρόπο στην εργασία αυτή που ο κάθε ένας ξεχωριστά έβαλε το δικό του λιθαράκι για την περάτωση της διπλωματικής/πτυχιακής εργασίας μου.

Ημερομηνία: Φεβρουάριος 2022

Συγγραφέας: Ισμήνη Άννα Σαμπάνη

## Περίληψη στα ελληνικά

Τα Μουσεία σήμερα θεωρούνται ως πρεσβευτές του πολιτισμού, εφόσον αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο κάνοντας την κοινωνική εξέλιξη των λαών πιο εύκολη και πιο άμεση. Όμως μετά την αλματώδη αύξηση των κρουσμάτων λόγω του Covid-19 σε όλη την υφήλιο, παρουσιάστηκε μεγάλο πλήγμα στο χώρο των Μουσείων πράγμα που έκανε τους ανθρώπους αρχικά να χάσουν την επαφή τους με τον πολιτισμό.

Συνεπώς τα Μουσεία ήρθαν αντιμέτωπα με μια μεγάλη πρόκληση: Πως δηλαδή θα καταφέρουν να συνεχίσουν την αποστολή τους και να βρουν καινοτόμες τεχνικές προσέγγισης, μετά το κλείσιμο των θυρών τους. Δεδομένου ότι τα Μουσεία ακολουθούν μια παραδοσιακή πορεία πλεύσης ως προς την οργάνωσή τους, οι νέες συνθήκες ζωής, ώθησαν τους φορείς αυτών να εισάγουν ένα μοντέλο προώθησης του περιεχομένου τους και των δραστηριοτήτων τους στην ψηφιακή εποχή.

Επομένως, μέσω της πτυχιακής εργασίας θα εξεταστεί πως ο ψηφιακός κόσμος όπως τα κοινωνικά δίκτυα, διάφορες πλατφόρμες επικοινωνίας κ.ο.κ μπορεί να εξυπηρετήσει στο να εξακολουθούν οι ενδιαφερόμενοι να επισκέπτονται τα μουσεία από το σπίτι τους μέσω υπολογιστή ή smartphone, χωρίς όμως να έχουν ελλιπή ενημέρωση και χωρίς να στερούνται σημαντικές πληροφορίες. Έτσι λοιπόν οι νέες τεχνολογίες ενσωματώνονται ολοένα και περισσότερο στα σύγχρονα Μουσεία με σκοπό να υπηρετήσουν την πιο αποτελεσματική επικοινωνία με το κοινό τους.

Στην προσπάθεια να απαντηθούν όλα εκείνα τα ερωτήματα που γεννιούνται για το πόσο αξιόπιστες είναι οι νέες ψηφιακές μέθοδοι για την εκπαίδευση, ξενάγηση και άντληση πληροφοριών μέσα από τα ψηφιακά μουσεία, θα πρέπει να οργανωθεί αρχικά έρευνα για το πόσο αξιόπιστες είναι αυτές οι μέθοδοι στα εκπαιδευτικά προγράμματα και γενικότερα σε όλες τις δράσεις των Μουσείων. Η έρευνα αυτή είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί μέσα από ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις και αναζήτηση δεδομένων μέσα από τα προγράμματα αυτά που θα έχουν ως στόχο να διερευνηθεί αν και κατά πόσο τα Μουσεία χρησιμοποιούν την ενοποίηση των πληροφοριακών πόρων σε ένα ενιαίο σύστημα προσβάσιμο τόσο για τις ανάγκες της έρευνας και της προσπάθειας για την ασφάλεια της κληρονομιάς όσο και της επικοινωνίας μεταξύ του φορέα και του ενδιαφερόμενου.

Η παρούσα εργασία μετά από την βιβλιογραφική επισκόπηση προχώρησε σε συλλογή και ανάλυση ποιοτικών δεδομένων από συνεντεύξεις με φοιτητές. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι φοιτητές έχουν πολύ θετικές στάσεις σχετικά με την χρήση των κοινωνικών δικτύων από μουσεία, αλλά παράλληλα εξέφρασαν και κάποιες ανησυχίες σχετικά με την ποιότητα της πληροφορίας που προσφέρεται.

## Περίληψη στα Αγγλικά

Nowadays, museums present cultural heritage both at a local and international level. However, after the rapid increase of Covid-19 globally, there was a big blow in the area of the museums, which made people fall out of touch with culture. As a consequence museums face a big challenge: How will they be able to continue their mission and find innovative approach techniques, after closing their doors? With restricted physical access, museums had to find new ways to communicate with their audiences. Often these new means involved digital applications of different sorts.

Therefore, in the present work we will examine how social media can be used to address current museum communication needs. Initially, we performed a literature review to identify key elements in the use of social media by different cultural institutions. Afterwards we proceeded with qualitative research and we collected interview data from university students, studying their opinions regarding the use of social media for the purposes of cultural institutions. Results showed that students had very positive attitudes towards the use of social media by cultural institutions. However, they also expressed certain concerns about the superficial nature of the information provided to visitors by social media.

## Πίνακας περιεχομένων

### Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> .....	8
Πλαίσιο, σκοπός και στόχοι της πτυχιακής εργασίας .....	9
Κεφάλαιο 2ο .....	11
Βιβλιογραφική επισκόπηση.....	11
Κεφάλαιο 3ο .....	15
Μέθοδος .....	15
Συμμετέχοντες .....	16
Το ερωτηματολόγιο .....	16
Διαδικασία .....	16
Αποτελέσματα .....	17
Συμπεράσματα.....	23
Βιβλιογραφία .....	26
Παράρτημα 1 .....	28

## Πίνακας εικόνων

Εικόνα 1. Επίσκεψη κοινωνικών δικτύων μουσείων κατά την διάρκεια της πανδημίας. – σελ. 17

Εικόνα 2. Γνώση κοινωνικών δικτύων και ποια είναι αυτά. – σελ. 18

Εικόνα 3. Γνώση κοινωνικών δικτύων και ποια είναι αυτά. – σελ. 18

Εικόνα 4. Θετικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας. –σελ. 19

Εικόνα 5. Αρνητικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας. – σελ. 19

Εικόνα 6. Αρνητικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας. –σελ. 20

Εικόνα 7. Ισορροπία μεταξύ των κοινωνικών δικτύων και της φυσικής επίσκεψης.- σελ. 21

Εικόνα 8. Πως μπορούν τα κοινωνικά δίκτυα των μουσείων να προσφέρουν μάθηση; ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση.-σελ. 22

Εικόνα 9. Ποια κοινωνικά δίκτυα θεωρούνται ότι είναι καταλληλότερα για να προβάλλουν το περιεχόμενο και τις δράσεις ενός μουσείου.-σελ. 22

Εικόνα 10. Είδη πληροφορία θα πρέπει να ανεβάζουν τα μουσεία στα κοινωνικά δίκτυα; Σε ποιους θα απευθύνεται. – σελ. 23

Εικόνα 11: Είδη πληροφορία θα πρέπει να ανεβάζουν τα μουσεία στα κοινωνικά δίκτυα; Σε ποιους θα απευθύνεται. –σελ. 23



## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

### Πλαίσιο, σκοπός και στόχοι της πτυχιακής εργασίας

Το θέμα της Πτυχιακής εργασίας είναι τα μουσεία στην εποχή της πανδημίας Covid-19. Η πτυχιακή εργασία εστιάζει στην επίδραση των κοινωνικών δικτύων και των τεχνολογιών που χρησιμοποιήσαν τα μουσεία κατά την διάρκεια της πανδημίας. Στόχος είναι το κοινό που ενδιαφέρεται να έχει μια επαφή με τα μουσεία μέσα από το σπίτι του, χωρίς όμως να δέχεται περιορισμένες πληροφορίες και έχοντας την δυνατότητα να επισκεφθεί οποιοδήποτε έκθεμα μέσω μιας ψηφιακής πλατφόρμας που θα παρουσιάζει εξ' ολοκλήρου τόσο το ίδιο όσο και την ιστορία του. Σκοπός είναι να γίνει μια εκτίμηση της απόδοσης αυτής της μεθόδου προκειμένου να φτάσουμε στο συμπέρασμα αν τελικά οι τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν είναι σε θέση να δώσουν στους ενδιαφερόμενους όλες τις απαραίτητες γνώσεις που χρειάζονται όπως θα γινόταν και με την φυσική τους παρουσία στο ίδιο το Μουσείο.

Για την διεξαγωγή της έρευνας θα πρέπει να αναλύσουμε την ραγδαία εξάπλωση της ψηφιοποίησης πολιτιστικών πόρων, τα συστήματα διαχείρισης ψηφιακών πόρων, των τεχνολογιών και την εικονική πραγματικότητα στο χώρο των μουσείων, καθώς και την επιρροή που έχουν σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού, πόσο μάλλον στην παρούσα κατάσταση που επικρατεί λόγω του νέου Κορωνοϊού καθώς δεν υπάρχει η άμεση δυνατότητα να γίνει επίσκεψη σε ένα μουσείο με φυσική παρουσία, επομένως κρίνεται απαραίτητη η χρήση κάποιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας που θα έχει ως πρωταρχικό σκοπό την εξυπηρέτηση του κοινού. Σημαντική λοιπόν, ιδιαιτερότητα των σύγχρονων μουσείων αποτελεί η εκπλήρωση των στόχων τους παρά τις δυσκολίες που υπάρχουν, μέσα από την ουσιαστική ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών που επηρεάζουν μόνο θετικά τον πολυδιάστατο χαρακτήρα των σύγχρονων μουσείων.

Το μουσείο οφείλει για να έχει τα καλύτερα αποτελέσματα, να γνωρίζει ποιο είναι το κοινό του, τι γνωρίζει ήδη, τι ενδιαφέρεται να μάθει και πως μπορεί να το κατορθώσει αυτό σύμφωνα με την νέα τάξη πραγμάτων ώστε να προσεγγίσει τους ενδιαφερόμενους πολυεπίπεδα. Αφού όμως αυτό δεν είναι εφικτό με άμεση επικοινωνία, το δεύτερο σχέδιο επίτευξης αυτού του σκοπού είναι οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες επικοινωνίας. Έτσι λοιπόν μέσα από τηλεδιάσκεψη, την εικονική αποτύπωση των εκθεμάτων, την δημιουργία διάφορων δωματίων επικοινωνίας, και σελίδων που θα έχει την δυνατότητα ο εκάστοτε χρήστης να διατυπώσει τις προτιμήσεις του, τα παράπονά του και τα ερωτήματά του θα μπορούν να συλλεχθούν πληροφορίες που θα μπορούν να διευκρινίσουν τον σαφή ρόλο των social media αλλά και την ανταπόκριση που παίρνουν από τον σύγχρονο άνθρωπο.

Τα τελευταία χρόνια τα μουσεία δίνουν πολλές ευκαιρίες για ανακάλυψη και έρευνα ακόμα και στις συνθήκες της πανδημίας που επικρατούν με πολλούς εναλλακτικούς τρόπους καθώς είναι γόνιμο το έδαφος προκειμένου να εφαρμοστούν οι ενεργητικές μέθοδοι μάθησης οι οποίες διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας. Τα μουσεία μπορούν εξ' αποστάσεως να προωθήσουν την χρήση μεθόδων που προκαλούν τη διατύπωση ερωτήσεων και τον προβληματισμό με την καλλιέργεια της κριτικής σκέψης. Σε κάθε είδους μουσείου οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να συλλέξουν πληροφορίες, να θέσουν ερωτήματα, να καταλήγουν σε συμπεράσματα με βάση τα δεδομένα που έχουν μπροστά τους έστω και σε ηλεκτρονική μορφή και να παρατηρούν αντικείμενα. Επομένως μέσω της πτυχιακής εργασίας θα αναλύσουμε τις δυνατότητες που έχουν όλοι

ενδιαφέρονται να επισκέπτονται τα μουσεία διαδικτυακά και πως μπορούν να λύσουν την οποιαδήποτε απορία αλλά και να ολοκληρώσουν οποιαδήποτε έρευνα επιθυμούν.

## Κεφάλαιο 2ο

### Βιβλιογραφική επισκόπηση

Κατά τον σχεδιασμό της έρευνας, κρίνεται απαραίτητο να οργανωθεί και να μελετηθεί η βιβλιογραφία που σχετίζεται με το θέμα που έχει επιλεγεί, διότι έτσι μπορούν να αντληθούν χρήσιμες πληροφορίες που να επεξηγούν εξονυχιστικά το αντικείμενο που εξετάζουμε δίνοντας στο κοινό να κατανοήσει πλήρως κάθε οπτική του γωνία. Συν τοις άλλοις όταν παρουσιάζουμε την βιβλιογραφία αποδεικνύουμε στους ενδιαφερόμενους πως σεβόμαστε τα πνευματικά δικαιώματα των δημιουργών και πως έχουμε αποφύγει αποφύγει το φαινόμενο της λογοκλοπής αλλά χρησιμοποιούμε ως συμπληρωματικές αυτές τις πληροφορίες που παρέχονται. Προκειμένου να εκπονηθεί μια εργασία, διεξάγεται έρευνα σχετιζόμενη με το θέμα με σκοπό την περαιτέρω πληροφόρηση. Συνεπώς πρέπει να βασιστούμε σε προγενέστερες γνώσεις και ιδέες διαφορετικών πηγών, ούτως ώστε να δημιουργηθεί ένα προσωπικό αποτέλεσμα προάγοντας έτσι την επιστήμη.

Στα κρατικά Μουσεία της Ιταλίας κατά την διάρκεια της κρίσης του Covid-19 διεξήχθη έρευνα που αφορούσε την αντίδραση των μουσείων εκείνων στο κλείσιμο των θυρών τους και στην προοπτική διαδικτυακής δραστηριότητας μέσω ψηφιακής πλατφόρμας. Πιο συγκεκριμένα η μελέτη επικεντρώνεται στον τύπο του περιεχομένου αλλά και την ποσότητά του, η οποία δημοσιεύεται από τα ίδια τα μουσεία και τις ιστοσελίδες τους στην ψηφιακή πλατφόρμα, καθώς επίσης αναλύει και το επίπεδο των συμμετεχόντων που δημιουργείται από την δραστηριότητα (Agostino et al,2020). Η έρευνα αυτή έγινε στα 100 μεγαλύτερα κρατικά ιταλικά μουσεία αποδεικνύοντας ότι τις εβδομάδες εγκλεισμού οι πολιτιστικές δραστηριότητες των μουσείων όχι απλά δεν ελαττώθηκαν, αλλά αντιθέτως αυξήθηκε το διαδικτυακό πολιτιστικό υλικό αλλά και οι πρωτοβουλίες που λαμβάνουν χώρα μέσω των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης με τα μουσεία έτσι να αυξάνουν την διαδικτυακή τους δραστηριότητα. Όμως αυτά τα διαδικτυακά στοιχεία έχουν προκαλέσει συν τοις άλλοις προβληματισμούς για την μελλοντική κατεύθυνση των ψηφιακά ενεργοποιημένων προσεγγίσεων στον πολιτισμό.

Στις 18 Μαρτίου του 2020 τα ισπανικά μουσεία σταμάτησαν εξ'ολοκλήρου την λειτουργία τους. Έτσι λοιπόν γεννήθηκαν ερωτήματα για το πως θα εξακολουθούν να παρέχουν υπηρεσίες στο ενδιαφερόμενο κοινό αλλά και να προσεγγίσουν νέο. Η μελέτη που έγινε όσον αφορά τα ισπανικά αρχαιολογικά μουσεία είχε ως επίκεντρο το Twitter που χρησιμοποιήθηκε ως εκπαιδευτικό εργαλείο και αναλύθηκε το περιεχόμενο των hashtags μέσω μικτής μεθοδολογίας. Πρωταρχικός στόχος ήταν να εντοπιστούν οι εκπαιδευτικές στρατηγικές για την μετάδοση πληροφοριών και για την αλληλεπίδραση των χρηστών. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε παρατηρώντας και αναλύοντας αν τα ισπανικά μουσεία προωθούν ένα τύπο προσβάσιμης, ποιοτικής και ποιοτικής εκπαίδευσης και προωθώντας την δημιουργία κυβερνοχώρων που διασφαλίζουν τη βιωσιμότητα της κληρονομιάς μέσω της συμμετοχής των πολιτών. Το συγκεκριμένο έγγραφο προτείνει μια καινοτόμο αξιολόγηση της επικοινωνίας στο Twitter με κύρια βάση τον σκοπό που έχουν τα μηνύματα όσον αφορά την εκπαίδευση, την κληρονομιά, τον παράγοντα εξάρτησης και τον κυρίαρχο τύπο μάθησης (Rivero, et al 2020). Τα ευρήματα αποκαλύπτουν ραγδαία αύξηση της επισκεψιμότητας στο Twitter, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά καθώς το εκπαιδευτικό κερδίζει την υπεροχή έναντι της απλής ανταλλαγής βασικών πληροφοριών και προωθητικού περιεχομένου. Τα δίκτυα επίσης δημιουργούν νέες μεθόδους διδασκαλίας, μάθησης αλλά και αλληλεπίδρασης με τα μέσα ενημέρωσης και εν τέλει

αντιπροσωπεύουν ένα ισχυρό μέσο για την προώθηση της βιωσιμότητας της κληρονομιάς, την εκτίμηση και την διατήρησή της.

Εκτός από την Ευρώπη είχε προκληθεί απροσδόκητη διακοπή πολλών μουσείων και σε άλλες Ηπείρους όπως την Ασία και πιο συγκεκριμένα στην Σιγκαπούρη υπήρχε ταχύτατη απαγόρευση λειτουργίας των μουσείων αμέσως μετά την έξαρση του ιού. Ωστόσο η αναστάτωση αυτή παρουσίασε την ευκαιρία στα τοπικά μουσεία να βρουν νέους τρόπους συμμετοχής του κοινού σε αυτά χωρίς να υπάρξει κίνδυνος μετάδοσης του Covid-19. Σε αυτό το άρθρο μελετήθηκαν οι διάφορες ψηφιακές πρωτοβουλίες που αναπτύχθηκαν στα μουσεία της Σιγκαπούρης κατά την δύσκολη εποχή του κορονοϊού για να παραδειγματιστεί ο διευρυμένος ρόλος των μουσείων ως δημόσιας πηγής υγείας. Θα προσφέρει επίσης έναν σύντομο προβληματισμό σχετικά με τις προκλήσεις και τα οφέλη της επιμέλειας της ευημερίας με τις ψηφιακές τεχνολογίες.(Tan et al, 2020). Αρκετά τοπικά μουσεία έχουν εντείνει τις προσπάθειές τους για την καθιέρωση των κοινωνικών μέσων και των ψηφιακών εικόνων προκειμένου να μην υπάρξει χάσμα μεταξύ μουσείου και ανθρώπου. Εδώ όμως γεννιέται το ερώτημα αν τα μουσεία έχουν υπόψη τους, τα εμπόδια που μπορεί να προκληθούν από τις ψηφιακές πλατφόρμες δεδομένου ότι η πρόσβαση σε αυτές διαφέρει μεταξύ πληθυσμιακών ομάδων, όπως ο γραμματισμός και η ψηφιακή ικανότητα. Αν τα μουσεία συνεργαστούν με περισσότερους ειδικούς οργανισμούς ψηφιακών μέσων θα επωφεληθούν μελλοντικά διότι θα μπορέσουν να συγκεντρώσουν ολιστική επισκόπηση και θα τους βοηθήσει στην διασφάλιση στρατηγικής και πρακτικής ένταξης.

Τους μήνες της έκτακτης ανάγκης και κλεισίματος, όπως τονίστηκε από πρόσφατη έρευνα του Δικτύου του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Μουσείων (NEMO), τα ψηφιακά περιεχόμενα που δημοσιεύτηκαν από τα μουσεία στο διαδίκτυο έχουν αυξηθεί. Τα μουσεία επιδεικνύουν μεγάλη ανθεκτικότητα όσον αφορά προτάσεις που αποσκοπούν στη διατήρηση επαφών, την προσέγγιση του κοινού και την εύρεση καινούριων τρόπων ενίσχυσης του πολιτισμού ή την εδραίωση των σχέσεων στο διαδίκτυο. Τα μουσεία θα πρέπει να ξεπεράσουν κάποιους περιορισμούς.(Orlandi, Sarah Dominique, 2020). Ο ιστός θα αντιπροσωπεύει ένα βασικό κανάλι σχέσεων, αλλά η στρατηγική και η ποιότητα πρέπει να αναλυθούν ώστε να λειτουργήσουν με έναν συγκεκριμένο τρόπο και όχι να οδηγηθούν από την ώθηση του επειγόντος. Η ερευνητική ομάδα Cultural ICOM Italia που ασχολείται με την Πολιτιστική Κληρονομιά περιέγραψε ένα Σχέδιο Στρατηγικής Ιστού (WSS) με ένα σύνολο 17 παραμέτρων για να επιτρέψει μια πιο βαθιά παρατήρηση, για να παρέχει στα μουσεία και τα πολιτιστικά ιδρύματα ένα εργαλείο πρακτικό για την ανάλυση και την παρακολούθηση στρατηγικού διαδικτύου προσανατολισμού. Σε ένα πρόσφατα δημοσιευμένο βιβλίο εξηγείται λεπτομερώς το παρεχόμενο Σχέδιο Στρατηγικής Ιστού (WSS) και εμβαθύνουμε τις ιδιαιτερότητες του διαδικτύου περιβάλλοντος και το θεωρητικό πλαίσιο αναφοράς.

Προκειμένου να διερευνηθεί πως θα αλλάξουν τα μουσεία μετά την πανδημία του κορονοϊού 2019 και να αναζητηθούν γνώμες για το πόσο καλά μπορούν να εξασφαλίσουν βιώσιμη ανταγωνιστικότητα πραγματοποιήθηκε έρευνα με 15 συνεντεύξεις χρησιμοποιώντας δειγματοληψία χιονόμπαλας. Οι ερωτηθέντες αποτελούνταν από: μια ομάδα που συσχετίζεται με το μουσείο, μια ομάδα καλλιτεχνών και μια ομάδα χρηστών. Τα ευρήματα αποκάλυψαν ότι τα μουσεία εργάζονταν σκληρά για να αποκτήσουν ανταγωνιστικότητα απέναντι στον COVID-19, για τον οποίο άλλαξαν σε μεγάλο βαθμό τα ήδη υπάρχοντα επιχειρηματικά μοντέλα. Μια από τις μεγάλες αλλαγές που εισήγαγαν είναι να θεωρήσουν τους ενδιαφερόμενους εσωτερικούς και όχι εξωτερικούς.(Choi et al, 2021). Για την προώθηση μουσειακών προϊόντων, η ενθάρρυνση συμμετοχής των χρηστών τους καθιστά ισχυρούς υποστηρικτές του διαδικτύου που προσελκύουν και παρακινούν νέους χρήστες, διαμορφώνοντας έτσι

τα εφέ του διαδικτύου. Η μελέτη καταλήγει στο συμπέρασμα πως αυτή η καινοτόμος τάση θα συμβάλλει στη βιώσιμη ανταγωνιστικότητα των μουσείων κατά την διάρκεια της πανδημίας αλλά και μετά την πανδημία εποχή.

Η ταχεία εξάπλωση της πανδημίας του COVID αλλάζει βαθιά την ζωή των ανθρώπων και ανατρέπει τα ενοποιημένα μοντέλα και τρόπους ζωής. Τα μέτρα κοινωνικής απόστασης για την αποφυγή του ιού, έχουν μειώσει την σχέση του κοινού με τους πολιτιστικούς πόρους(Lerario, 2021).Το συγκεκριμένο άρθρο επικεντρώνεται στη συνέχεια στον ρόλο των ΤΠΕ ως γλώσσες επικοινωνίας μεταξύ κληρονομιάς και του κοινού στις λύσεις που υιοθετήθηκαν και στην καταλληλότητά τους στο μεταβαλλόμενο πλαίσιο. Τέλος, προτείνονται προβληματισμοί σχετικά με τις διαρθρωτικές και συμφραζόμενες πτυχές του διαλόγου μεταξύ πολιτιστικών πόρων και του κοινού τους, πέρα από αυστηρά τεχνολογικά θέματα, για να τονιστεί η πραγματική έκταση των προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο τομέας των μουσείων.

Όπως ανέφεραν και οι Waller, τα Social Media παράγουν έντονη επίδραση στην πρακτική των θεσμών που βασίζονται στον πολιτισμό. Τα κοινωνικά δίκτυα προωθούν την έννοια του «ψηφιακού κοινωνικού μουσείου» που εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες των ψηφιακών τεχνολογιών για να εμβαθύνει την επίτευξη ενός πραγματικού κλειστού μουσείου και να διευρύνει τον κοινό στόχο της έκθεσης(Mas, et al,2021). Ωστόσο τα μουσεία χρησιμοποιούν το Facebook για να εκπαιδεύσουν και να μεταδώσουν πολιτισμό στους χρήστες ή ως απλό διαφημιστικό εργαλείο; Οι στρατηγικές προώθησης του Facebook επηρεάστηκαν άμεσα από την πανδημία του κορονοϊού.

Σε μια απροσδόκητη κατάσταση, όπως η πανδημία COVID-19 η παροχή δημόσιας υπηρεσίας δεν μπορεί να ανασταλεί, αλλά θα πρέπει να αποδοθεί διαδικτυακά με την χρήση ψηφιακής τεχνολογίας. Αυτή η έρευνα την ψηφιακή επιτάχυνση που αντιμετωπίζουν οι κυβερνήσεις και οι οργανισμοί. Το επίκεντρο είναι τα ιταλικά κρατικά μουσεία, τα οποία ωθούνται εδώ και χρόνια για να υιοθετήσουν ψηφιακά εργαλεία συμμετοχής. Εδώ υπογραμμίζονται τρία κύρια διλήμματα στην παροχή υπηρεσιών: αφοσίωση χρηστών, σχεδιασμός και έλεγχος και το κόστος. Τα τρία διλήμματα δείχνουν τις οργανωτικές και κοινωνικές προκλήσεις που συνδέονται άρρηκτα με τον ψηφιακό μετασχηματισμό , διευκρινίζοντας τα ζητήματα που οι οργανισμοί θα πρέπει να αντιμετωπίσουν στο μέλλον και όχι μόνο στην παρούσα φάση της πανδημίας. Ξεκινώντας από την εμπειρική ρύθμιση 100 κρατικών ιταλικών μουσείων, αυτή η έρευνα δείχνει πως οι ψηφιακές τεχνολογίες μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό εργαλείο για την παροχή δημόσιας υπηρεσίας όταν αυτό δεν είναι εφικτό να συμβεί δια ζώσης. Οι συγγραφείς (Agostino et al, 2021), εξηγούν τα οφέλη της διαδικτυακής παροχής υπηρεσιών για παράδειγμα ευκολότερους τρόπους αλληλεπίδρασης και ευρύτερο κοινό. Επισημαίνουν επίσης τομείς που χρήζουν συζήτησης όπως εάν οι διαδικτυακές υπηρεσίες πρέπει να παρέχονται με αμοιβή ή δωρεάν και την αντιστάθμιση μεταξύ του προσεκτικού σχεδιασμού ενός ψηφιακού μετασχηματισμού και της άμεσης αντίδρασης σε καταστροφικά γεγονότα.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο και στις ΗΠΑ υπήρξε ψηφιακή παροχή περιεχομένου μουσείων κατά την περίοδο του εγκλεισμού. Η επιταχυνόμενη μετάβαση στην ψηφιακή κατανάλωση αύξησε την ανάγκη στα ιδρύματα μνήμης να εισάγουν νέους τρόπους ψηφιακής εμπειρίας(Samaroudi, et al, 2020). Η έρευνα αυτή αποσκοπούσε στο να διαλευκανθεί κατά πόσο ήταν αναγκαίες οι ψηφιακές τεχνολογίες στα μουσεία και κατά πόσο θα αυξανόταν ή θα μειωνόταν το ποσοστό επισκεψιμότητας στα ψηφιακά πλέον μουσεία. Η έρευνα διεξήχθη κατά την περίοδο του αποκλεισμού του Ηνωμένου Βασιλείου (Απρίλιος- Ιούλιος 2020), όταν συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν 83 ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς

στο Ηνωμένο Βασίλειο και στις ΗΠΑ σχετικά με τον αριθμό, τον τύπο, την μορφή και το κοινό που προορίζεται και τους σκοπούς ψηφιακής δέσμευσης που προσφέρεται. Η ανάλυση απέδειξε πως διαφορετικοί τύποι ιδρυμάτων ανταποκρίθηκαν στην κοινωνική ανάγκη κατά την περίοδο του εγκλεισμού, παρέχοντας στους χρήστες εκπαιδευτικό υλικό, διαδηλώσεις, ψυχαγωγικά προγράμματα κ.λπ. επισημαίνοντας πως η μέθοδος αυτή λειτουργεί πολύ θετικά ως προς ενδιαφερόμενο κοινό.

Τέλος διεξήχθη μια έρευνα που είχε ως σκοπό να αναλύσει το επίπεδο της ψηφιοποίησης στον πολιτιστικό κλάδο. Αναλυτικότερα στοχεύει στο να εξετάσει τους καθοριστικούς παράγοντες και τις επιπτώσεις των ψηφιακών μουσείων σε επίπεδο ψηφιοποίησης. Προκειμένου να απαντηθούν τα ερωτήματα η συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιεί την μεθοδολογία πολλαπλής μελέτης περίπτωσης. Πιο συγκεκριμένα εξετάστηκαν 3 διαφορετικοί οργανισμοί που λειτουργούν στο πλαίσιο της Απουλίας. Τα ευρήματα δείχνουν ότι η υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών στο χώρο των μουσείων έγινε λόγω της επιθυμίας για προσέλκυση νέων χρηστών, στην μείωση κόστους, στην δυνατότητα αντιμετώπισης των ανταγωνιστών και στην παροχή υπηρεσιών. Αντιθέτως όμως η έλλειψη χρηματοδότησης αποτελεί τροχοπέδη στην απόκτηση ψηφιακών εργαλείων. Σε σχέση με τις επιπτώσεις, τα ευρήματα δείχνουν οικονομικά πλεονεκτήματα που συνδέονται με την αύξηση των εσόδων και την μείωση του κόστους και των μη οικονομικών οφελών που συνδέονται με την βελτίωση των άυλων. Αυτή η εργασία εμπλουτίζει την τρέχουσα βιβλιογραφία μέσω της ανάλυσης των οδηγιών και των επιπτώσεων της ψηφιοποίησης στη μουσειακή βιομηχανία και μέσω της εστίασης στον COVID-19 (Raimo, Nicola, et al, 2021). Επιπλέον, προς γνώση των συγγραφέων αυτή είναι η πρώτη μελέτη που εξετάζει το επίπεδο ψηφιοποίησης των μουσικών οργανώσεων στο πλαίσιο της Απουλίας.

## Κεφάλαιο 3ο

### Μέθοδος

Είναι ευρέως αποδεκτό ότι η μέθοδος και οι τεχνικές της έρευνας προσδιορίζονται κατά βάση από τη φύση του αντικειμένου και από τον σκοπό της διερεύνησης του. Η μέθοδος που θα χρησιμοποιήσει ο ερευνητής είναι ο ακρογωνιαίος λίθος της διαδρομής που θα ακολουθήσει σύμφωνα πάντα με τον σκοπό τον οποίο έχει και με τις τακτικές που ορίζονται για την επαλήθευση των αποτελεσμάτων. Από την άλλη μεριά η τεχνική είναι μια ακριβής και συγκεκριμένη ενέργεια της οποίας η αναγκαιότητα καθορίζεται από την ίδια την μέθοδο. Η μέθοδος συνεπώς δίνει συγκεκριμένη κατεύθυνση για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας, της πληροφορικής και των επικοινωνιών έχουν βελτιώσει αισθητά και σε μεγάλο βαθμό τα συστήματα διαχείρισης συλλογών σε σχέση με την ευχρηστία των συστημάτων, στη διαχείριση των εικόνων, στη δημοσίευση σημαντικών πληροφοριών στον παγκόσμιο ιστό αλλά και στην εξονυχιστική έρευνα που μπορεί πλέον να γίνει σε διάφορες πηγές. Η ορθή αξιοποίηση του ίντερνετ σε συνδυασμό με την μορφή στρατηγικής και οργάνωσης όσον αφορά την αναζήτηση πληροφοριακών πηγών μπορούν να συμβάλλουν στην έρευνα, ανακαλύπτοντας το έργο και τις επιμέρους λειτουργίες των μουσείων με βάση την τωρινή κατάσταση χωρίς όμως να υπονομεύουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους. Η εξάπλωση του διαδικτύου καθώς και οι τεχνολογικές εξελίξεις δίνουν νέες δυνατότητες ανάπτυξης πολιτιστικών φορέων στην κοινωνία της πληροφορίας και της ψηφιακής εποχής. Η πολιτιστική ψηφιοποίηση μετατρέπει τον πραγματικό πολιτισμό σε ψηφιακό δίνοντας του ως πλεονέκτημα απεριόριστες δυνατότητες ως προς την προβολή, την ανάδειξη αλλά και την διαχείριση.

Η ψηφιοποίηση και η εφαρμογή νέων τεχνολογιών μπορούν να αγγίξουν την μουσειακή διαχείριση. Το μουσείο ως πολιτιστικός φορέας έχει την ανάγκη νέων μέσων για να ανταπεξέλθει στις δυσκολίες της νέας κατάστασης που βιώνουμε λόγω του covid-19 και να μπορέσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις που δημιουργούνται ως φορέας ως φορέας συλλογής, διατήρησης, διαφύλαξης, μελέτης, τεκμηρίωσης, έκθεσης του πολιτιστικού αποθέματος και συνάμα φορέας εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας του κοινού. Τα μουσεία της σύγχρονης εποχής έχουν φάσμα δραστηριοτήτων, οι οποίες μπορούν να διαχειριστούν το γεγονός πως η ψηφιακή τεχνολογία συμβάλλει στη μουσειακή διαχείριση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι ιστότοποι και η βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης αποτελούν επιμέρους αντικείμενα μελέτης. Πιο συγκεκριμένα θα εστιάσουμε πρωτίστως στην στρατηγική επικοινωνίας και αμέσως μετά στην ψηφιακή στρατηγική του Μουσείου.

Μπορούμε να προσεγγίσουμε την έρευνα μέσω της ποιοτικής μελέτης. Κατά την ποιοτική έρευνα η οποία επιλέχθηκε για την εργασία ο ερευνητής στηρίζεται στις απόψεις και τις γνώμες των ερωτηθέντων και προσπαθεί μέσω ερωτήσεων να εξαγει συμπεράσματα. Το είδος της μεθόδου που επιλέχθηκε είναι η αποστολή ανοιχτού τύπου ερωτήσεων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε 10 συμμετέχοντες, που αποτελούν συμφοιτητές της βασικής ερευνήτριας. Το ανοιχτό ερωτηματολόγιο αποτελείται από ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων και πιο συχνά χρησιμοποιείται από νέους ερευνητές σαν οδηγός κατά την διάρκεια της συνέντευξης. Σκοπός των συνεντεύξεων είναι η συλλογή στοιχείων και δεδομένων, η επεξεργασία και η χρήση τους μετέπειτα για να γίνει εξαγωγή συμπερασμάτων για να καλυφθούν τα ερευνητικά ερωτήματα.

## Συμμετέχοντες

Οι συμμετέχοντες αποτελούνται από άτομα που φοιτούν στο τμήμα Αρχειονομίας και συστημάτων πληροφόρησης του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής επομένως ένα μεγάλο ποσοστό γνωρίζει τόσο από φυσικά μουσεία όσο και από ψηφιακά λόγω της φύσης του αντικειμένου που σπουδάζουν.

## Το ερωτηματολόγιο

1. Παρακολουθήσατε κατά τη διάρκεια της πανδημίας κάποια κοινωνικά δίκτυα χώρων πολιτισμού; Αν ναι ποια;
2. Ξέρετε κάποια κοινωνικά δίκτυα μουσείων; Αν ναι, ποιων;
3. Σκέφτεστε κάποια θετικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας;
4. Σκέφτεστε κάποια αρνητικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας;
5. Πως μπορεί να υπάρξει ισορροπία μεταξύ των κοινωνικών δικτύων και της φυσικής επίσκεψης;
6. Είτε από όσα είδατε κατά την πανδημία, είτε επειδή το σκεφτήκατε, πως μπορούν τα κοινωνικά δίκτυα των μουσείων να προσφέρουν μάθηση; ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση;
7. Ποια κοινωνικά δίκτυα θεωρείτε ότι είναι καταλληλότερα για να προβάλλουν το περιεχόμενο και τις δράσεις ενός μουσείου;
8. Τι είδους πληροφορία θα πρέπει να ανεβάζουν τα μουσεία στα κοινωνικά δίκτυα; Σε ποιους θα απευθύνεται;

## Διαδικασία

Η διαδικασία ακολούθησε ως εξής: Οι φοιτητές που επρόκειτο να συμμετάσχουν στο ερωτηματολόγιο έλαβαν mail όπου συνημμένα έβλεπαν επίσης το έντυπο συγκατάθεσης και το έντυπο παραπόνων/καταγγελιών. Το μήνυμα έλεγε τα εξής:

«Στα πλαίσια της διπλωματικής μου εργασίας με τίτλο «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μουσεία στην εποχή της πανδημίας Covid-19: απόψεις φοιτητών», θα οργανώσω κάποιες συνεντεύξεις με ανθρώπους ειδικούς στο χώρο. Θα ήταν μεγάλη μου χαρά και τιμή να μπορέσω να έχω μία συνέντευξη από εσάς. Αν συμφωνήσετε, τότε θα σας σταλούν κάποιες ανοικτού τύπου ερωτήσεις για να απαντήσετε. Αν επιθυμείτε να συμμετέχετε στην έρευνα, σας παρακαλώ πολύ να απαντήσετε στο παρόν και να στείλετε υπογεγραμμένη το έντυπο συγκατάθεσης συμμετοχής στην έρευνα. Για οποιοδήποτε παράπονο ή καταγγελία, θα βρείτε επίσης συνημμένο και έντυπο υποβολής παράπονων/καταγγελιών».

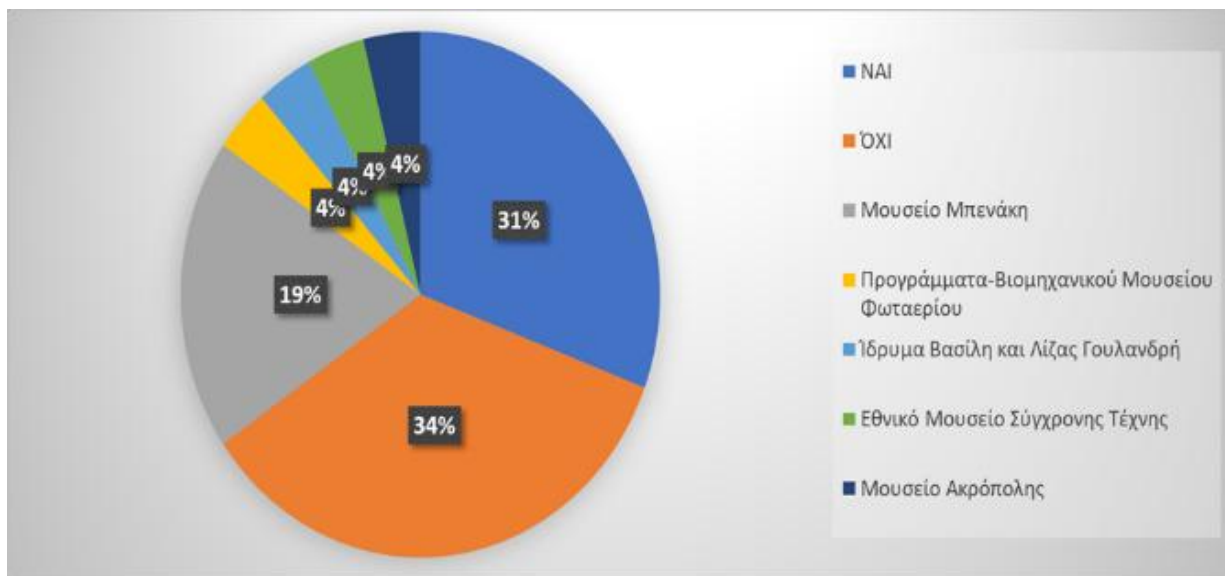
Αφού λοιπόν συμφώνησαν με τα παραπάνω αμέσως μετά στάλθηκε mail με το ερωτηματολόγιο, το οποίο εμπριείχε οκτώ ερωτήσεις ανοικτού τύπου τις οποίες έπρεπε να απαντήσουν με απλά λόγια. Αφού λοιπόν απάντησαν στις ερωτήσεις μου έστειλαν mail με τις απαντήσεις κι εγώ ανέλυσα στην πτυχιακή μου εργασία τα στατιστικά.



## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>

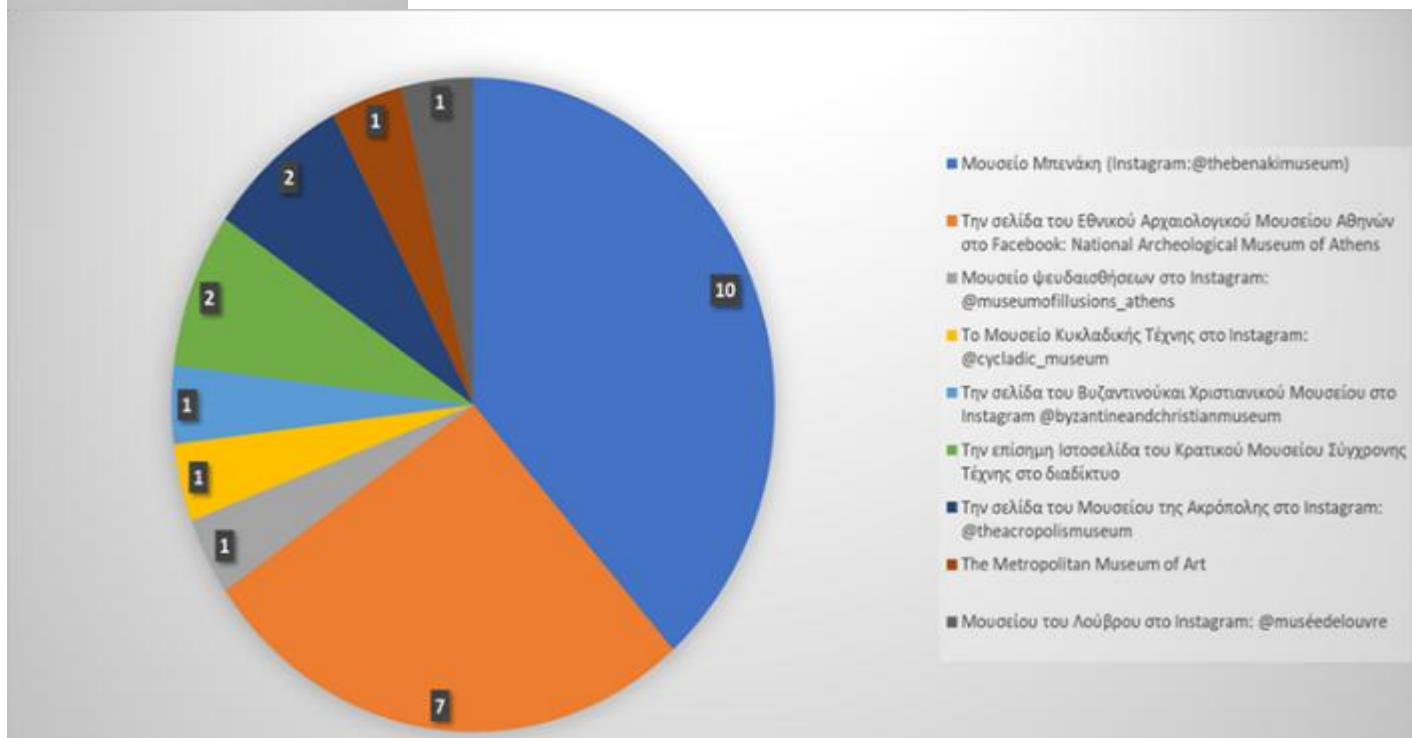
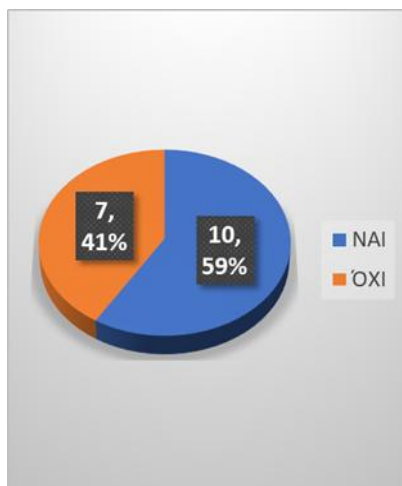
### Αποτελέσματα

Στην ερώτηση 1, (Παρακολούθησατε κατά τη διάρκεια της πανδημίας κάποια κοινωνικά δίκτυα χώρων πολιτισμού; Αν ναι ποια); οι οκτώ απάντησαν θετικά και οι εννέα αρνητικά. Συγκεκριμένα ένας, επισκέφθηκε τα κοινωνικά δίκτυα του Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών, πέντε μελετούσαν συστηματικά την σελίδα του Μουσείου Μπενάκη, ένας παρακολούθησε τις ψηφιακές Δράσεις και εκπαιδευτικά Προγράμματα-Βιομηχανικού Μουσείου Φωταερίου στις 17 Μαΐου του 2020, ένας για ερευνητικούς σκοπούς, κυρίως ελληνικά Αθηναϊκά μουσεία, όπως: Ίδρυμα Βασίλη και Λίζας Γουλανδρή και το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης και τέλος ένας παρακολούθησε τα κοινωνικά δίκτυα του Μουσείου της Ακρόπολης (Εικόνα 1).



Εικόνα 1. Επίσκεψη κοινωνικών δικτύων μουσείων κατά την διάρκεια της πανδημίας.

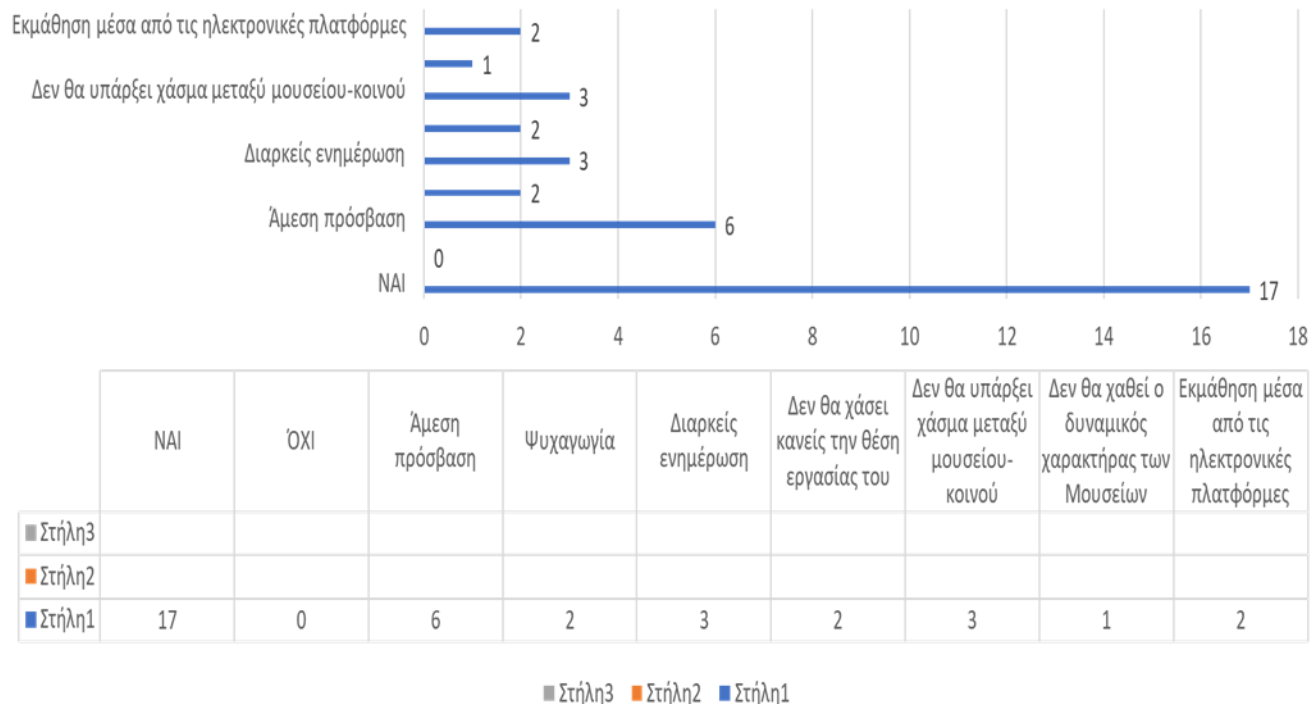
Στην ερώτηση 2 (Ξέρετε κάποια κοινωνικά δίκτυα μουσείων; Αν ναι, ποιων); δέκα απάντησαν θετικά και επτά αρνητικά. Χαρακτηριστικά τρεις ανέφεραν το Instagram του Μουσείου Μπενάκη @thebenakimuseum, δύο την σελίδα του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών στο Facebook: National Archaeological Museum of Athens, ένας την σελίδα στον Instagram του μουσείου ψευδαισθήσεων, @museumofillusions\_athens, ένας του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης στο Instagram @cycladic\_museum, ένας την σελίδα του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου στο Instagram@byzantineandchristianmuseum, δύο την επίσημη ιστοσελίδα του Κρατικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο διαδίκτυο, δύο την σελίδα του Μουσείου της Ακρόπολης στο Instagram (@theacropolismuseum), ένας το The Metropolitan museum of art και 1 το μουσείο του Λούβρου στο Instagram (@muséedeloyvre)



Εικόνα 2&3: Γνώση κοινωνικών δικτύων και ποια είναι αυτά.

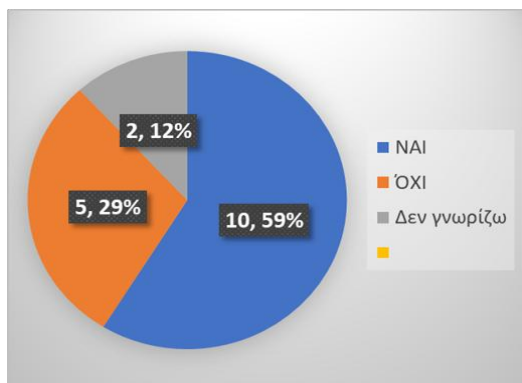
Στην ερώτηση 3 (Σκέφτεστε κάποια θετικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας); όλοι απάντησαν θετικά αλλά για διαφορετικούς λόγους. Πιο αναλυτικά 6 τόνισαν ως θετικά την άμεση πρόσβαση, 2 την ψυχαγωγία, 3 την διαρκή ενημέρωση, 2 στάθηκαν στο ότι κανείς δεν θα χάσει την θέση εργασίας του, 3 στο ότι δεν θα υπάρξει χάσμα μεταξύ μουσείου και κοινού, 1 στο ότι δεν θα χαθεί ο δυναμικός χαρακτήρας των μουσείων και 2 στην εκμάθηση μέσα από τις ψηφιακές πλατφόρμες.

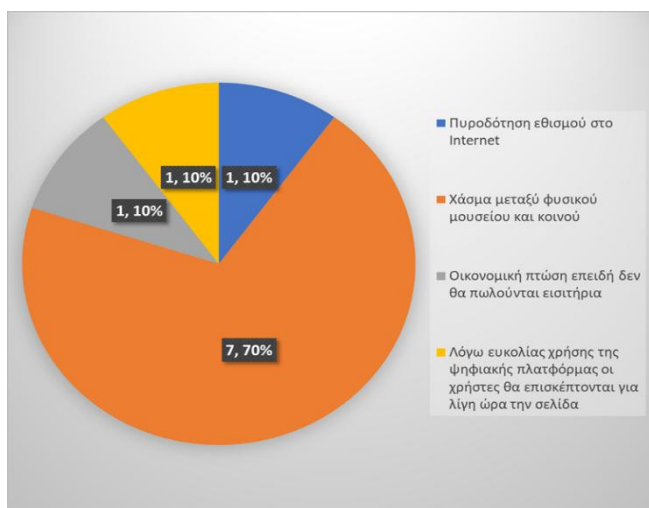
## Τίτλος γραφήματος



Εικόνα 4: Θετικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

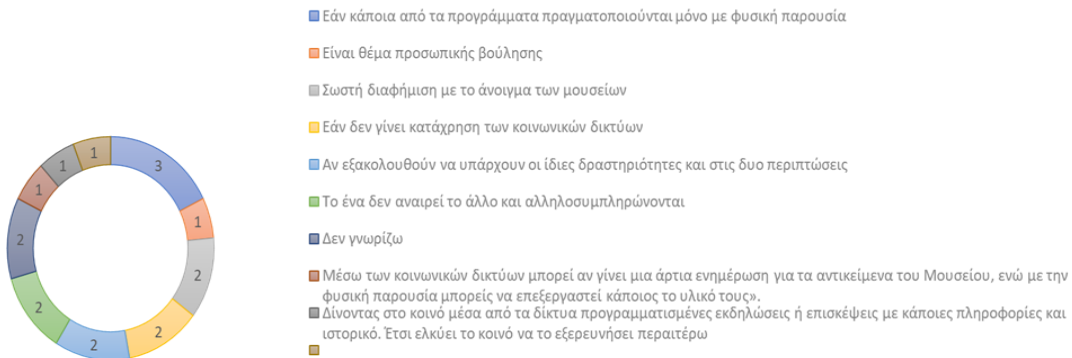
Στην ερώτηση 4(Σκέφτεστε κάποια αρνητικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας); Δέκα απάντησαν θετικά, πέντε αρνητικά και δύο δεν γνώριζαν. Οι επτά από τους δέκα θεώρησαν ως αρνητικό το χάσμα μεταξύ φυσικού μουσείου και κοινού που πρόκειται να υπάρξει, ένας πιστεύει πως λόγω της χρήσης της ψηφιακής πλατφόρμας οι χρήστες θα επισκέπτονται για λίγη ώρα την σελίδα, ένας πρόσθεσε ως αρνητικό την οικονομική πτώση που θα υπάρξει λόγω του ότι δεν θα πωλούνται εισιτήρια σε φυσικά μουσεία και ένας θεωρεί πως θα υπάρξει πυροδότηση εθισμού στο Internet.





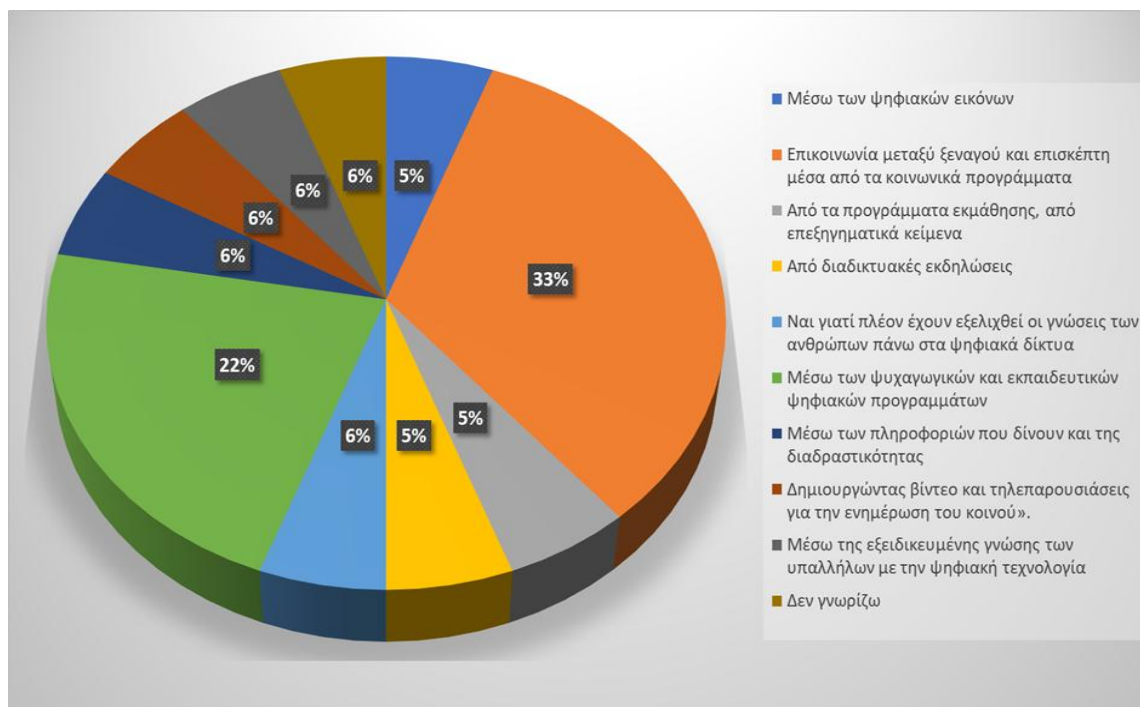
Εικόνα 5&6: Αρνητικά από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων των μουσείων κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Στην ερώτηση 5 (Πως μπορεί να υπάρξει ισορροπία μεταξύ των κοινωνικών δικτύων και της φυσικής επίσκεψης); είδαμε πολλές ενδιαφέρουσες γνώμες. Συγκεκριμένα τρεις απάντησαν πως αν κάποια προγράμματα πραγματοποιούνται μόνο με φυσική παρουσία τότε θα υπάρξει ισορροπία μεταξύ κοινωνικών δικτύων και φυσικών μουσείων, ένας πως είναι θέμα προσωπικής βούλησης, δύο πως με την σωστή διαφήμιση μόλις ανοίξουν τα μουσεία θα μπορέσει να υπάρξει εξισορρόπηση, 2 θεωρούν πως αν δεν γίνει κατάχρηση των κοινωνικών δικτύων δεν θα υπάρχει κάποιο πρόβλημα μακροπρόθεσμα, δύο αν εξακολουθούν να υπάρχουν οι ίδιες δραστηριότητες και στις δύο περιπτώσεις, δύο τόνισαν πως το ένα δεν αναιρεί το άλλο, δύο δεν γνώριζαν, ένας είπε κάτι πολύ ιδιαίτερο όπως: «Μέσω των κοινωνικών δικτύων μπορεί να γίνει μια άρτια ενημέρωση για τα αντικείμενα του Μουσείου, ενώ με την φυσική παρουσία μπορεί κάποιος να επεξεργαστεί το υλικό τους» και ένας δίνοντας στο κοινό μέσα από τα δίκτυα προγραμματισμένες εκδηλώσεις ή επισκέψεις με κάποιες πληροφορίες και ιστορικό. Έτσι ελκύει το κοινό να το εξερευνήσει παραπάνω.



Εικόνα 7: Ισορροπία μεταξύ των κοινωνικών δικτύων και της φυσικής επίσκεψης.

Στην ερώτηση 6(Είτε από όσα είδατε κατά την πανδημία, είτε επειδή το σκεφτήκατε, πως μπορούν τα κοινωνικά δίκτυα των μουσείων να προσφέρουν μάθηση; ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση); Ένας απάντησε μέσω των ψηφιακών εικόνων ,έξι απάντησαν μέσω της επικοινωνίας μεταξύ ξεναγού και επισκέπτη από τα κοινωνικά προγράμματα ,ένας από τα προγράμματα εκμάθησης, από επεξηγηματικά κείμενα, ένας Από διαδικτυακές εκδηλώσεις, ένας απάντησε «Ναι γιατί πλέον έχουν εξελιχθεί οι γνώσεις των ανθρώπων πάνω στα ψηφιακά δίκτυα», τέσσερις απάντησαν μέσω των ψυχαγωγικών και εκπαιδευτικών ψηφιακών προγραμμάτων, ένας Μέσω των πληροφοριών που δίνουν και της διαδραστικότητας, ένας «Δημιουργώντας βίντεο και τηλεπαρουσιάσεις για την ενημέρωση του κοινού», ένας μέσω της εξειδικευμένης γνώσης των υπαλλήλων με την ψηφιακή τεχνολογία, ένας είπε «Δεν γνωρίζω».



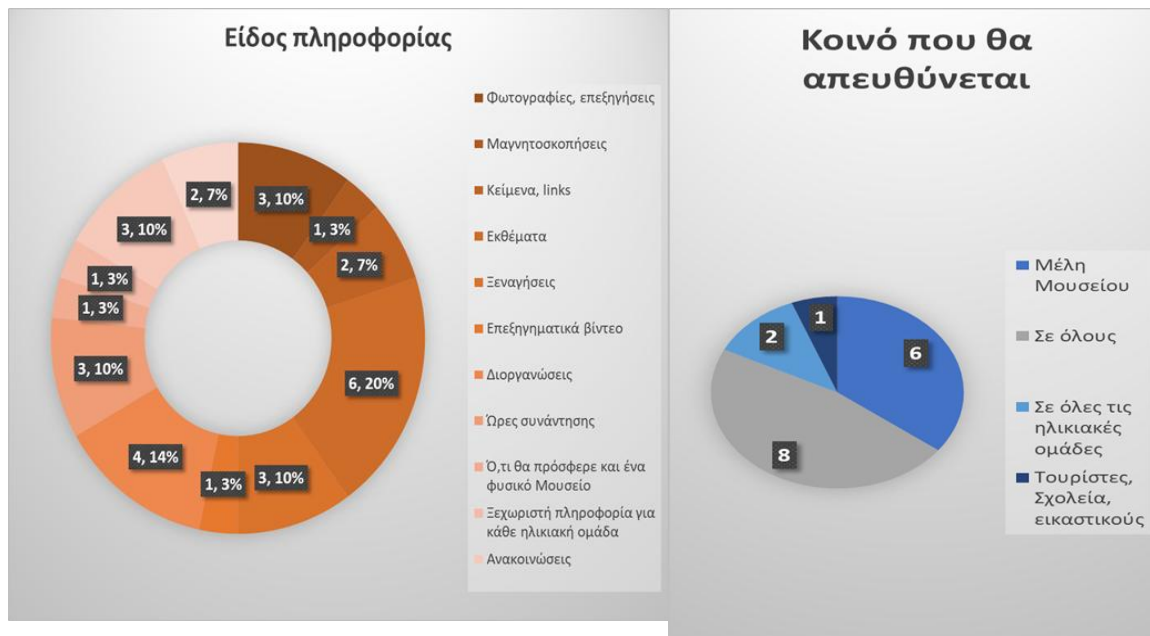
Εικόνα 8: Πως μπορούν τα κοινωνικά δίκτυα των μουσείων να προσφέρουν μάθηση; ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση.

Στην ερώτηση 7(Ποια κοινωνικά δίκτυα θεωρείτε ότι είναι καταλληλότερα για να προβάλλουν το περιεχόμενο και τις δράσεις ενός μουσείου); Έξι απάντησαν Twitter, εννέα απάντησαν Facebook, δέκα απάντησαν Instagram, δύο απάντησαν YouTube, ένας απάντησε Pinterest, πέντε απάντησαν την προσωπική σελίδα του Μουσείου, ένας όλα όσα συσχετίζονται με το μουσείο και ένας απάντησε: Κοινωνικά δίκτυα τα οποία είναι ενημερωμένα, λειτουργικά και εύχρηστα.



Εικόνα 9: Ποια κοινωνικά δίκτυα θεωρούνται ότι είναι καταλληλότερα για να προβάλλουν το περιεχόμενο και τις δράσεις ενός μουσείου.

Στην ερώτηση 8 (Τι είδους πληροφορία θα πρέπει να ανεβάζουν τα μουσεία στα κοινωνικά δίκτυα; Σε ποιους θα απευθύνεται); Τρεις απάντησαν: Φωτογραφίες, επεξηγήσεις, ένας απάντησε μαγνητοσκοπήσεις, δύο απάντησαν κείμενα-σύνδεσμοι, έξι απάντησαν εκθέματα, τρεις απάντησαν ξεναγήσεις, ένας επεξηγηματικά βίντεο, τέσσερις απάντησαν διοργανώσεις, τρεις απάντησαν τις ώρες συνάντησης, ένας απάντησε: «Ό,τι θα πρόσφερε και ένα φυσικό Μουσείο», ένας απάντησε «Ξεχωριστή πληροφορία για κάθε ηλικιακή ομάδα» τρεις απάντησαν ανακοινώσεις, ενώ δύο απάντησαν ειδικούς χώρους συζήτησης (chat). Επίσης όσον αφορά το σε ποιους πρέπει να απευθύνεται 6 απάντησαν στα μέλη του Μουσείου, οκτώ σε όλους, δύο σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, ένας σε τουρίστες, σχολεία, εικαστικούς.



Εικόνες 10&11: Είδη πληροφορία θα πρέπει να ανεβάζουν τα μουσεία στα κοινωνικά δίκτυα; Σε ποιους θα απευθύνεται

## Συμπεράσματα

Βλέποντας τα παραπάνω τα πρώτα συμπεράσματα αφορούν την ένταξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις λειτουργίες του μουσείου. Στη διάρκεια της ερευνητικής εργασίας παρουσιάστηκε μια μεγάλη άνοδος από πλευράς των μουσείων για παρουσίαση των εκθεμάτων τους μέσω των κοινωνικών δικτύων. Ο πιο διαδεδομένος τρόπος ξεναγήσης στην εποχή της πανδημίας είναι μέσω της οθόνης, εννοώντας της ψηφιακής εκπαίδευσης προς τους ενδιαφερόμενους. Στην παρούσα έρευνα καταγράφηκαν οι λόγοι για τους οποίους τα κοινωνικά δίκτυα επιλέγονται για να πλαισιώσουν τις μουσειακές ξεναγήσεις.

Επιπλέον στην έρευνα επισημάνθηκε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα αποθήκευσης και παρουσίασης μεγάλης ποσότητας πληροφοριακού υλικού, το οποίο εμπλουτίζει και συμπληρώνει τα εκθέματα και παρέχει στον ενδιαφερόμενο πληροφόρηση, ενημέρωση καθώς και δυνατότητες πολλών επιλογών ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του εκάστοτε χρήστη. Συνάμα οι ψηφιακές εφαρμογές δίνουν τη δυνατότητα ψηφιακής αναπαράστασης εννοιών, θεμάτων, ιδεών αλλά και αντικειμένων εφόσον δεν υπάρχει η δυνατότητα για παρουσίαση αυτών μέσω φυσικής παρουσίας.

Καθώς παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πολλαπλές δυνατότητες ανάγνωσης των μουσειακών εκθέσεων και στους τρόπους απόκτησης γνώσης, η είσοδος στην πλατφόρμα του εκάστοτε μουσείου γίνεται πιο ουσιαστική. Επομένως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν την επιλογή μιας σύγχρονης γλώσσας που επιτρέπει στα μουσεία να συνομιλούν για τα θέματά τους με ένα ευρύ και τεχνολογικά εξελισσόμενο κοινό. Η έρευνα έδειξε σε πολλές περιπτώσεις ότι τα ψηφιακά μέσα είναι οργανικά ενταγμένα στην έκθεση ως ψηφιακά εκθέματα που καλύπτουν βασικές ανάγκες των εκθέσεων.

Όσον αφορά τη χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους επισκέπτες κατά την περιήγηση τους στο μουσείο, η έρευνα έδειξε ότι το κοινό το ελκύει η νέα τεχνολογία και επιδιώκει διάδραση με αυτή, με απώτερο σκοπό να αντλήσει περισσότερο πληροφοριακό υλικό μέσα από μια διαδικασία η οποία προσθέτει εκπαίδευση, μόρφωση και ψυχαγωγία. Παράλληλα όμως επισημάνθηκε ότι ο επισκέπτης εντυπωσιάζεται τόσο πολύ από την ευκολία χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών ως προς την αμεσότητα να επισκεφθεί το μουσείο από το σπίτι του με αποτέλεσμα να αποφεύγει την εξολοκλήρου έρευνα καθώς έχει την δυνατότητα εισόδου και εξόδου οποιαδήποτε στιγμή και αυτό ελαχιστοποιεί το ενδιαφέρον του για το μουσείο αυτό καθαυτό. Συν τοις άλλοις στην επανέναρξη εισόδου των επισκεπτών σε φυσικά μουσεία δεν θα υπάρχει το ίδιο ενδιαφέρον διότι η ευκολία πρόσβασης από το σπίτι βοηθά στην εξοικονόμηση χρόνου. Άρα ως λύση δόθηκε να παρθούν νέα μέτρα με το άνοιγμα των μουσείων δια ζώσης όπως το να προσθέσουν νέα προγράμματα εκπαίδευσης προκειμένου να τραβήξουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη.

Επομένως όπως βλέπουμε τα μουσεία πλέον έχουν κάνει βήματα μεταστροφής προς την τεχνολογία τα τελευταία δύο χρόνια λόγω της αυξημένης ροπής προς την αποδοχή βίντεο-τέχνης και της ηλεκτρονικής τέχνης κατ' επέκταση. Σε πρώτο στάδιο ψηφιοποιούν και αρχειοθετούν ηλεκτρονικά τις συλλογές τους και μετέπειτα τις παρουσιάζουν στο ευρύ κοινό μέσω ηλεκτρονικών ξεναγήσεων. Αυτή η διαδικασία αποτελεί και τα θεμέλια πάνω στα οποία θα συνεχίσει την λειτουργία του το κάθε μουσείο πάνω στην περίοδο της πανδημίας.

Η χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης δεν θα πρέπει να θεωρείται ως αντικατάσταση των εκθεμάτων, συλλογών και των πιο παραδοσιακών μέσων διάδοσης πληροφοριών αλλά ως μέσο για περεταίρω τρόπους σύνδεσης και εμπλοκής των επισκεπτών με αντικείμενα, συλλογές και εκθέματα ενός μουσείου. Οι σύγχρονοι επισκέπτες ενδιαφέρονται για τις κοινωνικές και προσωπικές αλληλεπιδράσεις που ξεπερνούν τους τέσσερις τοίχους του μουσείου.

### Περιορισμοί και μελλοντική εργασία

Όπως κάθε έρευνα έτσι και η παρούσα υπόκειται σε κάποιους περιορισμούς. Ένας βασικός περιορισμός της παρούσας πτυχιακής είναι η μέθοδος ανάλυσης δεδομένων καθώς θα μπορούσαν να συμμετέχουν περισσότερα άτομα στην δειγματοληπτική έρευνα μέσω συνεντεύξεων, προκειμένου να αναφερθούν και περισσότερες διαφορετικές γνώμες. Άρα εφόσον η φύση της έρευνας είναι ποιοτική έτσι και τα δεδομένα είναι ποιοτικά και πολύ συγκεκριμένα οπότε είναι δύσκολο να βγει ένα συγκεκριμένο πόρισμα γύρω από το θέμα. Επίσης οι ερωτήσεις που αναρτήθηκαν προς απάντηση ήταν πολύ συγκεκριμένες, γεγονός που περιορίζει την εις βάθος ανάλυση του θέματος που τέθηκε προς μελέτη και πιθανόν να υπάρχουν αρκετά κενά. Συνεπώς ο τρόπος με τον οποίο διεξήχθησαν τα αποτελέσματα χρήζει τροποποιήσεων ώστε να γίνει πιο κατανοητό στο ευρύ κοινό και να λυθούν οι απορίες που μπορεί να υπάρξουν. Επίσης δεν μπορεί να αναφερθεί με βεβαιότητα εάν τα ερωτήματα που τέθηκαν για την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας θα αναλυθούν με άλλα μεθοδολογικά εργαλεία



που θα επιφέρουν αντίστοιχα αποτελέσματα. Επειδή το θέμα της πτυχιακής είναι αρκετά επίκαιρο, η βιβλιογραφία είναι πολύ συγκεκριμένη καθώς δεν έχουν τεκμηριωθεί πολλές αντίστοιχες έρευνες επομένως τα αποτελέσματα ήταν πολύ περιορισμένα. Έτσι επειδή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα χαώδες περιβάλλον που θέλει καθημερινή μελέτη υπάρχει δυσκολία στην ακριβή ανάλυση του θέματος που εξετάζουμε. Τέλος τροχοπέδη στην διεξαγωγή της έρευνας αποτέλεσε η εξ' αποστάσεως μελέτη και εξιχνίαση στοιχείων καθώς δεν υπήρχε άμεση επαφή με τα πρόσωπα που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις γεγονός που αυξάνει τα επίπεδα δυσκολίας της πρόσληψης πληροφοριών.

Εφόσον η παρούσα έρευνα εστίασε στην καταλληλότητά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως τρόπο για την συνέχεια της λειτουργίας των μουσείων κατά την περίοδο του εγκλεισμού λόγω της πανδημίας, μεγάλο ενδιαφέρον θα αποτελούσε και η ύπαρξη ερευνών γύρω από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά τα μουσεία καθώς τα social media είναι δυνατό πεδίο πληροφόρησης αλλά και επαγγελματικό πεδίο οπότε μπορεί να χωριστεί σε πολλούς κλάδους ώστε να γίνεται διαχρονική μελέτη. Επίσης οι ποιοτικές έρευνες που πραγματοποιηθήκαν μέσω συνεντεύξεων είναι αξιόπιστες διότι ο ερωτώμενος εκφράζει μια ολοκληρωμένη άποψη πράγμα που σημαίνει ότι και στους κοινωνικούς κλάδους θα μπορεί να γίνει μια μελλοντική εργασία.

## Βιβλιογραφία

Agostino, Deborah, Michela Arnaboldi, and Antonio Lampis. "Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness." *Museum Management and Curatorship* 35.4 (2020): 362-372.

Brimblecombe, Peter, and Pascal Querner. "Silverfish (*Zygentoma*) in Austrian Museums before and during COVID-19 lockdown." *International Biodeterioration & Biodegradation* 164 (2021): 105296.

Crooke, Elizabeth. "Communities, change and the COVID-19 Crisis." *Museum and Society* 18.03 (2020): 305-310.

Rivero, Pilar, et al. "Spanish Archaeological Museums during COVID-19 (2020): An Edu-Communicative Analysis of Their Activity on Twitter through the Sustainable Development Goals." *Sustainability* 12.19 (2020): 8224.

Tranta, Alexandra, Eleni Alexandri, and Konstantinos Kyprianos. "Young people and museums in the time of covid-19." *Museum Management and Curatorship* (2021): 1-17.

Tan, M. K. B., and C. M. Tan. "Curating wellness during a pandemic in Singapore: COVID-19, museums, and digital imagination." *Public Health* 192 (2021): 68-71.

Raimo, Nicola, et al. "Digitalization in the cultural industry: evidence from Italian museums." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* (2021).

Li, Chenyang, and Sophia Psarra. "Building Pandemic Resilience in Design: Space and Movement in Art Museums during Covid-19." *SocArxiv* (2022).

Magliacani, Michela, and Daniela Sorrentino. "Reinterpreting museums' intended experience during the COVID-19 pandemic: insights from Italian University Museums." *Museum Management and Curatorship* (2021): 1-15.



**ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΗΘΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ ΑΛΕΞΟΥΣ ΑΙΓΑΛΕΩ**

Ταχ. Δ/ση: Αγ. Σπυρίδωνος, Αιγάλεω ΤΚ 12243

Τηλέφωνο: 2105387294

e-mail: [ethics@uniwa.gr](mailto:ethics@uniwa.gr)

Πληροφορίες: Ευαγγελία Καπουτσή

Αιγάλεω: 07/12/2021

**ΘΕΜΑ:** Απάντηση σε αίτησή σας

**ΠΡΟΣ:** κ. Αντωνίου Αγγελική

**ΚΟΙΝ:** κ. Σαμπάνη Ισμήνη

**Έγκριση της πρότασης**

Σας γνωρίζουμε ότι η Επιτροπή Ηθικής και Δεοντολογίας της Έρευνας (Ε.Η.Δ.Ε.) του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής (ΠΑ.Δ.Α.), στην 38η/06-12-2021 συνεδρίασή της, μέσω τηλεδιάσκεψης, εξέτασε το περιεχόμενο του ερευνητικού πρωτοκόλλου με τίτλο «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μουσεία στην εποχή της πανδημίας Covid-19: απόψεις φοιτητών», με αριθμό πρωτοκόλλου 108196/30-11-2021 και Επιστημονικά Υπεύθυνη την κ. Αντωνίου Αγγελική.

Λαμβάνοντας υπόψη:

1. Το έντυπο υποβολής της αίτησης
2. Το ερευνητικό πρωτόκολλο
3. Το έντυπο συγκατάθεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα

Η Επιτροπή έκρινε ότι δεν αντιβαίνει στην κείμενη νομοθεσία και συνάδει με γενικά παραδεδομένους κανόνες ηθικής και δεοντολογίας της έρευνας και ερευνητικής ακεραιότητας ως προς το περιεχόμενο και τον τρόπο διεξαγωγής του ερευνητικού έργου.

Επισημαίνεται ότι σε περίπτωση που προκύψει οποιαδήποτε τροποποίηση στο πρωτόκολλο της μελέτης θα πρέπει να επανυποβληθεί στην ΕΗΔΕ για επικαιροποίηση της έγκρισης.

Η Πρόεδρος της Ε.Η.Δ.Ε.

Anna  
Deltsidou

Digitally signed by Anna  
Deltsidou  
Date: 2021.12.07 19:45:02  
+02'00'

Δρ Άννα Δελτσίδου  
Καθηγήτρια

## Παράρτημα 2

Σ1, ερώτηση 1: «Ναι παρακολούθησα το πρόγραμμα ξενάγησης μέσω διαδικτύου του Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών»

Σ1, ερώτηση 2 «Ναι γνωρίζω τα κοινωνικά δίκτυα του Μουσείου Μπενάκη (Instagram: @thebenakimuseum)

Σ1, ερώτηση 3 «Ναι σίγουρα με την χρήση κοινωνικών δικτύων στα μουσεία, οι ενδιαφερόμενοι θα έχουν την ευκαιρία να εξακολουθούν να επισκέπτονται τα μουσεία από το σπίτι τους, ενώ σίγουρα θα προσεγγίσει κοινό το ίδιο το μουσείο μέσω της ευκολίας πρόσβασης»

Σ1, ερώτηση 4 «Ναι, ίσως με την ευκολία πρόσβασης μέσω κοινωνικού δικτύου μετά οι ενδιαφερόμενοι δεν θα μπαίνουν σε διαδικασία επίσκεψης του μουσείου με φυσική παρουσία εφόσον θα έχουν την αμεσότητα λόγω του ίντερνετ».

Σ1, ερώτηση 5 «Εάν κάποια από τα προγράμματα πραγματοποιούνται μόνο με φυσική παρουσία ώστε το κοινό να έχει την περιέργεια να παρακολουθήσει τα προγράμματα αυτά».

Σ1, ερώτηση 6 «Μέσω των ψηφιακών εικόνων που αντικατοπτρίζουν τα πραγματικά εκθέματα, μέσω των online group και από τα ψυχαγωγικά διαδικτυακά προγράμματα».

Σ1, ερώτηση 7 « Προσωπικά πιστεύω πως το twitter και οι προσωπικές ιστοσελίδες των μουσείων προβάλλουν καλύτερα και πιο συνολικά τις δράσεις του μουσείου».

Σ1, ερώτηση 8 «Θα πρέπει να ανεβάζουν φωτογραφίες με τα εκθέματα που να εξηγούν τι αντιπροσωπεύει το καθένα, βίντεο ξενάγησης και κάποιες επεξηγηματικές πηγές που να απευθύνονται σε όλους».

Σ2, ερώτηση 1 «Η αλήθεια είναι πως δεν παρακολούθησα κοινωνικά δίκτυα κανενός χώρου πολιτισμού»

Σ2, ερώτηση 2 «Ναι γνωρίζω την σελίδα του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών στο Facebook: National Archaeological Museum of Athens».

Σ2, ερώτηση 3 «Ναι, ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί οποιαδήποτε ώρα της ημέρας να παρακολουθήσει ξεναγήσεις, να εξερευνήσει τα ευρήματα και γενικότερα να επισκεφθεί το μουσείο από την άνεση του σπιτιού του.

Σ2, ερώτηση 4 «Δεν βρίσκω κάτι αρνητικό σε όλο αυτό».

Σ2, ερώτηση 5 « Πιστεύω, αυτό έχει να κάνει με την προσωπική βούληση το καθενός. Αν κάποιος θέλει να επισκέπτεται κάποιον πολιτιστικό χώρο με φυσική παρουσία και δεν τον καλύπτουν οι διαδικτυακοί χώροι θα το πράξει σε οποιαδήποτε περίπτωση».

Σ2, ερώτηση 6 « Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί αν και μέσα από τα κοινωνικά προγράμματα υπάρχει επικοινωνία μεταξύ ξεναγού και επισκέπτη».

Σ2, ερώτηση 7 «Μέσω Facebook, Instagram και ιστοσελίδων του εκάστοτε μουσείου».

Σ2, ερώτηση 8 «Θα πρέπει να γίνονται μαγνητοσκοπήσεις ξεναγήσεων που να απευθύνεται σε όλους τους ενδιαφερόμενους.».

Σ3, ερώτηση 1 «Μελετούσα συστηματικά την σελίδα του Μουσείου Μπενάκη λόγω της πτυχιακής μου εργασίας».

Σ3, ερώτηση 2 «Ναι γνωρίζω το Μουσείο ψευδαισθήσεων στο Instagram @museumofillusions\_athens».

Σ3, ερώτηση 3 «Ναι υπάρχει εύκολη και άμεση πρόσβαση χωρίς να στερούνται οι ενδιαφερόμενοι καμία από τις υπηρεσίες ενός μουσείου».

Σ3, ερώτηση 4 «Το μόνο αρνητικό πιστεύω πως θα είναι ότι αργότερα το φυσικό μουσείο δεν θα έχει επισκεψιμότητα». ΧΑΣΜΑ

Σ3, ερώτηση 5 «Αν με το άνοιγμα των φυσικών πολιτιστικών χώρων δημιουργηθούν νέα προγράμματα που θα προσεγγίσουν το ευρύ κοινό.

Σ3, ερώτηση 6 «Από τα προγράμματα εκμάθησης, από επεξηγηματικά κείμενα δίπλα από το κάθε έκθεμα που παρουσιάζεται σε εικόνα, από chat rooms, για όλους. κ.λπ.».

Σ3, ερώτηση 7 «Twitter, Instagram, Facebook».

Σ3, ερώτηση 8 « Φωτογραφίες, κείμενα, links που να απευθύνεται σε κάθε ενδιαφερόμενο».

Σ4, ερώτηση 1 «Δεν έτυχε να παρακολουθήσω κοινωνικά δίκτυα χώρων πολιτισμού.

Σ4, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω»

Σ4, ερώτηση 3 «Ναι, οι τακτικοί επισκέπτες μουσείων μπορούν να παρακολουθούν τα μουσειακά προγράμματα με ασφάλεια από το σπίτι τους».

Σ4, ερώτηση 4 «Θα υπάρξει χάσμα μεταξύ μουσείου και επισκέπτη μακροπρόθεσμα». ΧΑΣΜΑ

Σ4, ερώτηση 5 «Αν με το άνοιγμα των φυσικών χώρων πολιτισμού υπάρξει σωστή διαφήμιση που θα ενθουσιάσει το κοινό και θα το κάνει να επιθυμεί να επισκέπτεται τους χώρους αυτούς».

Σ4, ερώτηση 6 «Μέσα από την πανδημία συνειδητοποίησα ότι ο κόσμος έχει ανάγκη να μην στερηθεί καμία δραστηριότητα που τον ευχαριστούσε επομένως με υψηλής προδιαγραφής κοινωνικά δίκτυα θα μπορεί να καλυφθεί η έλλειψη αυτή σε μεγάλο βαθμό.

Σ4, ερώτηση 7 «Τις προσωπικές ιστοσελίδες των μουσείων».

Σ4, ερώτηση 8 «Θα πρέπει να ανεβάζουν φωτογραφίες, αναλυτικές επεξηγήσεις για το κάθε εύρημα και θα πρέπει να απευθύνονται στα μέλη των προγραμμάτων των μουσείων».

Σ5, ερώτηση 1 «Ναι παρακολούθησα τις ψηφιακές Δράσεις και εκπαιδευτικά Προγράμματα-Βιομηχανικού Μουσείου Φωταερίου στις 17 Μαΐου του 2020»

Σ5, ερώτηση 2 «Ναι του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης στο Instagram @cycladic\_museum»

Σ5, ερώτηση 3 «Ναι, κανείς από τους συχνούς επισκέπτες των μουσείων δεν θα στερηθεί την ύπαρξή τους και από την άνεση του σπιτιού του θα μπορεί να τα επισκέπτεται και να τα βλέπει εξ'ολοκλήρου».

Σ5, ερώτηση 4 «Ναι οι χρήστες είναι πολύ πιθανό λόγω της ευκολίας να επισκεφθούν ένα μουσείο διαδικτυακά, να μπαίνουν για λίγο χρόνο στην πλατφόρμα και να αποχωρούν σχεδόν αμέσως». ΛΙΓΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΑΦΟΣΟΙΩΣΗΣ

Σ5, ερώτηση 5 «Εάν δεν γίνει κατάχρηση των κοινωνικών δικτύων από τους χρήστες και υπάρχει ουσιαστικό ενδιαφέρον για τα μουσεία, αλλά για να γίνει αυτό θα πρέπει και όσοι εργάζονται σε ένα πολιτιστικό χώρο να κάνουν τις ξεναγήσεις που θα προκύψουν στο μέλλον με φυσική παρουσία πιο ενδιαφέρουσες».

Σ5, ερώτηση 6 «Σίγουρα από τις εκδηλώσεις που γίνονται διαδικτυακά γιατί έτσι προσφέρεται ψυχαγωγία στο κοινό και από τα εκπαιδευτικά προγράμματα που παρέχουν τα μουσεία στους ενδιαφερόμενους».

Σ5, ερώτηση 7 «Οι ειδικές πλατφόρμες που έχει το κάθε μουσείο είναι πιστεύω το καλύτερο κοινωνικό δίκτυο, σε όλους».

Σ5, ερώτηση 8 «Οι πληροφορίες που θα πρέπει να ανεβαίνουν είναι οι ημερομηνίες των εκθεμάτων και η ιστορία τους, πληροφορίες σχετικά με τα προγράμματα που παρέχει το μουσείο, links που θα οδηγούν στην κεντρική σελίδα».

Σ6, ερώτηση 1 «Ναι, για ερευνητικούς σκοπούς, κυρίως ελληνικά Αθηναϊκά μουσεία, όπως: Μουσείο Μπενάκη, Ίδρυμα Βασίλη και Λίζας Γουλανδρή και το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης».

Σ6, ερώτηση 2 « Γνωρίζω την σελίδα του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου στο Instagram@byzantineandchristianmuseym».

Σ6, ερώτηση 3 «Επικοινωνία με το κοινό, ηλεκτρονικές δράσεις και διάχυση της γνώσης εκτός ορίων».

Σ6, ερώτηση 4 «Απομάκρυνση του κοινού από μουσεία δια ζώσης, διακοπή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στους χώρους, οικονομική πτώση λόγω της απαγόρευσης πώλησης εισιτηρίων και της εισόδου στις καφετέριες. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΤΩΣΗ

Σ6, ερώτηση 5 «Μπορεί να υπάρξει ισορροπία αν και δια ζώσης και μέσω των κοινωνικών δικτύων παρέχονται οι ίδιες πληροφορίες, εξακολουθεί να υπάρχει η ψυχαγωγία και οι εκδηλώσεις και αν μπορεί να επιτευχθεί η επικοινωνία και με τις δυο καταστάσεις.

Σ6, ερώτηση 6 «Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να προσφέρουν μάθηση, ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση αν οι πλατφόρμες των μουσείων λειτουργούν σωστά, αν υπάρχουν άτομα που ειδικεύονται στην χρήση Η/Υ και διαχείρισης της πλατφόρμας.

Σ6, ερώτηση 7 «Το Instagram και το Facebook καθώς είναι εύκολα στην πρόσβαση και τα επισκέπτονται πολλά άτομα καθημερινά».

Σ6, ερώτηση 8 «Πότε θα γίνονται online ξεναγήσεις, ποια είναι η διεύθυνση του μουσείου, την ιστορία του Μουσείου, επεξηγηματικά βίντεο σε ελληνικά και αγγλικά και πότε θα διοργανώνονται οι εκδηλώσεις, στα μέλη του μουσείου».

Σ7, ερώτηση 1 «Ναι, λόγω της ερευνητικής μου εργασίας μπήκα στην διαδικασία να παρακολουθήσω τα κοινωνικά δίκτυα κάποιων χώρων πολιτισμού».

Σ7, ερώτηση 2 «Την επίσημη ιστοσελίδα του Κρατικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης στο διαδίκτυο».

Σ7, ερώτηση 3 «Ναι, κανένας υπάλληλος μουσείου δεν θα χάσει την δουλειά του, οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να επισκέπτονται το μουσείο ακόμα και στις τόσο δύσκολες συνθήκες και ο άνθρωπος θα μπει στην διαδικασία να μάθει να χειρίζεται καλύτερα το διαδίκτυο».

Σ7, ερώτηση 4 «Όχι δεν βρίσκω κάτι αρνητικό».

Σ7, ερώτηση 5 «Πιστεύω πως αν δεν υπάρξει κατάχρηση του διαδικτύου δεν θα μειωθεί η δια ζώσης επίσκεψη σε ένα μουσείο, αλλά αυτό έχει να κάνει και με το κάθε άτομο ξεχωριστά».

Σ7, ερώτηση 6 «Ναι διότι έχουν αναλάβει αυτές τις αρμοδιότητες άτομα τα οποία έχουν επίγνωση τόσο στα αντικείμενα του μουσείου όσο και στην χρήση κοινωνικών δικτύων».

Σ7, ερώτηση 7 «Οι επίσημες σελίδες των μουσείων στο διαδίκτυο και social media όπως Facebook, Instagram».

Σ7, ερώτηση 8 «Τις ώρες συναντήσεων, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και τις διοργανώσεις εκδηλώσεων ψυχαγωγίας, στα μέλη του μουσείου.».

Σ8, ερώτηση 1 «Δυστυχώς όχι».

Σ8, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω κάποιο συγκεκριμένο».

Σ8, ερώτηση 3 «Ναι θα υπάρχει άμεση επαφή κοινού-μουσείου μέσω ψηφιακής εικόνας και εκμάθηση μέσα από ηλεκτρονικές πλατφόρμες».

Σ8, ερώτηση 4 «Χάσμα μεταξύ φυσικού μουσείου και κοινού». ΧΑΣΜΑ

Σ8, ερώτηση 5 «Αν υπάρχουν ξεχωριστές δραστηριότητες στα φυσικά μουσεία απ' ότι στις ψηφιακές πλατφόρμες μουσείων, τότε μπορεί να υπάρξει ισορροπία.

Σ8, ερώτηση 6 «Ναι γιατί πλέον έχουν εξελιχθεί οι γνώσεις των ανθρώπων πάνω στα ψηφιακά δίκτυα, επομένως είναι εφικτό να προσφέρουν τα μουσεία μάθηση, ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση.

Σ8, ερώτηση 7 «Ό,τι έχει να κάνει με τα social media (Facebook, Instagram, Twitter).

Σ8, ερώτηση 8 «Ό,τι αφορά το ίδιο το μουσείο όπως ωράρια προγραμμάτων και ψυχαγωγίας, αλλά και ό,τι προβάλλει το ίδιο το φυσικό μουσείο και να απευθύνονται στα μέλη (εκθέματα, πίνακες κ.τ.λ.) .

Σ9, ερώτηση 1 «Ναι την προσωπική σελίδα του Μουσείου της Ακρόπολης που είχε ημερολόγιο δραστηριοτήτων, κάτι που με ενδιέφερε ιδιαίτερα».

Σ9, ερώτηση 2 «Την σελίδα του Μουσείου της Ακρόπολης στο Instagram (@theacropolismuseum)

Σ9, ερώτηση 3 «Δεν θα χαθεί το ενδιαφέρον του κοινού λόγω του εγκλεισμού καθώς θα υπάρχει εναλλακτική λύση, ώστε να επισκέπτεται το μουσείο.

Σ9, ερώτηση 4 «Όχι»

Σ9, ερώτηση 5 «Δεν μπορώ να τοποθετηθώ σε αυτό το ερώτημα»

Σ9, ερώτηση 6 «Μέσω των ψυχαγωγικών και εκπαιδευτικών ψηφιακών προγραμμάτων»

Σ9, ερώτηση 7 «Όλα όσα συσχετίζονται με τα μουσεία κρίνω πως είναι κατάλληλα».

Σ9, ερώτηση 8 «Ιστορικά γεγονότα για τα εκθέματα που παρουσιάζουν, σε όλους».

Σ10, ερώτηση 1 «Όχι, δεν παρακολούθησα κάποιο κοινωνικό δίκτυο χώρων πολιτισμού κατά την διάρκεια της πανδημίας».

Σ10, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω κάποιο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο μουσείων».

Σ10, ερώτηση 3 «Όσοι δεν μπορούσαν λόγω πανδημίας να επισκεφτούν τα μουσεία που τους ενδιέφεραν, έχουν την δυνατότητα διαδικτυακής ξενάγησης και προβολής εκθεμάτων».

Σ10, ερώτηση 4 «Η ποιότητα και η πραγματοποίηση μιας παρουσίασης μέσω κοινωνικών δικτύων εξαρτάται από την ποιότητα της σύνδεσης στο διαδίκτυο. Ο μουσειακός φορέας ή και ο υπεύθυνος της παρουσίασης θα πρέπει να έχει μεριμνήσει για να καταστεί η όλη διαδικασία εφικτή και ομαλή».

Σ10, ερώτηση 5 «Οι ηλεκτρονικές παρουσιάσεις των εκθεμάτων να γίνονται όσο πιο οργανικά γίνεται και να ενθαρρύνεται η συμμετοχή και έκφραση απορειών από τους θεατές».

Σ10, ερώτηση 6 «Καθώς η φυσική επίσκεψη έχει καταστεί αδύνατη, η χρήση κοινωνικών δικτύων μουσείων αποτελεί την καλύτερη εναλλακτική. Κατά την διάρκεια παρουσίασης οι χρήστες μπορούν να διαδράσουν αναμεταξύ τους και με την προβολή φωτογραφιών και λεζάντων εκθεμάτων, ο πληροφούνται και μαθαίνουν την ιστορία πίσω από το κάθε αντικείμενο».

Σ10, ερώτηση 7 «Κοινωνικά δίκτυα τα οποία είναι ενημερωμένα, λειτουργικά και εύχρηστα».

Σ10, ερώτηση 8 «Οποιαδήποτε πληροφορία που θα μπορούσε να προσφερθεί στον χρήστη κατά την φυσική του επίσκεψη. Θα πρέπει να παρουσιάζεται όμως με τρόπο απλό και κατανοητό, για να απευθύνεται σε άτομα κάθε ηλικιακής ομάδος».

Σ11, ερώτηση 1 «ΟΧΙ

Σ11, ερώτηση 2 «ΟΧΙ»



Σ11, ερώτηση 3 «Υπάρχει διαρκής ενημέρωση».

Σ11, ερώτηση 4 «Δεν γνωρίζω».

Σ11, ερώτηση 5 «Το ένα δεν αποκλείει το άλλο, μπορούν να συνδυαστούν».

Σ11, ερώτηση 6 «Μέσω των πληροφοριών που δίνουν και της διαδραστικότητας».

Σ11, ερώτηση 7 «FB, Instagram».

Σ11, ερώτηση 8 «Πληροφορίες για τα εκθέματα, για τις προσεχείς εκθέσεις, για τη λειτουργία τους. Θα απευθύνεται σε όποιον ενδιαφέρεται. Τουρίστες, σχολεία, εικαστικούς κ.λπ.».

Σ12, ερώτηση 1 «Όχι δεν παρακολούθησα κάποιο».

Σ12,ερώτηση 2 «Ναι. The mitropolitan museum of art».

Σ12,ερώτηση 3 «Δίνει την δυνατότητα στο κοινό για νέες, πιο δημιουργικές και διαδραστικές πράξεις επικοινωνίας. Δημιουργώντας ισχυρούς δεσμούς μουσείου – κοινού».

Σ12,ερώτηση 4 «Όχι γιατί κάθε τέτοια προσπάθεια έχει θετικά αποτελέσματα».

Σ12,ερώτηση 5 «Δίνοντας στο κοινό μέσα από τα δίκτυα προγραμματισμένες εκδηλώσεις ή επισκέψεις με κάποιες πληροφορίες και ιστορικό. Έτσι ελκύει το κοινό να το εξερευνήσει περαιτέρω».

Σ12,ερώτηση 6 «Με διαδραστικές εκδηλώσεις που συμμετέχει ενεργά και το κοινό είτε από κοντά αλλά και από το διαδικτυο προβάλλοντας σχετικές ταινίες για θέματα των νέων αλλά και ενδιαφέρουσες συζητήσεις με ανθρώπους από τ εξωτερικό».

Σ12,ερώτηση 7 «Instagram αλλά και το Facebook καθώς καλύπτει μεγάλο εύρος κοινού».

Σ12,ερώτηση 8 «Θα πρέπει να απευθύνονται σε όλους μέσω των προγραμμάτων για να έχουν όλοι αυτή την δυνατότητα ψυχαγωγίας και ενημέρωσης. Η πληροφορία θα πρέπει να είναι κατανοητή και προσβάσιμη σε όλους ανάλογα την ηλικία, τα ενδιαφέροντα και το είδος της μάθησης που έχουν ώστε να τους καλύπτει».

Σ13, ερώτηση 1 «Ναι, το Facebook του Μουσείου της Ακρόπολης και του Μουσείου Μπενάκη, καθώς και τις ιστοσελίδες τους».

Σ13, ερώτηση 2 «Ναι, του Μουσείου Ακρόπολης, του Μουσείου Μπενάκη, του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου, του Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης και του Μουσείου του Λούβρου».

Σ13, ερώτηση 3 «Ναι, δίνει την δυνατότητα ενημέρωσης προς το κοινό».

Σ13, ερώτηση 4 «Ίσως ότι μπορεί να μειωθεί το κοίνο με φυσική παρουσία, καθώς θα καλύπτεται η ενημέρωση από τα κοινωνικά δίκτυα». ΧΑΣΜΑ

Σ13, ερώτηση 5 «Μέσω των κοινωνικών δικτύων μπορεί αν γίνει μια άρτια ενημέρωση για τα αντικείμενα του Μουσείου, ενώ με την φυσική παρουσία μπορείς να επεξεργαστεί κάποιος το υλικό τους».

Σ13, ερώτηση 6 «Ψυχαγωγία και κοινωνικοποίηση; Δημιουργώντας βίντεο και τηλεπαρουσιάσεις για την ενημέρωση του κοινού».

Σ13, ερώτηση 7 «Το Facebook, το Instagram, το Twitter, το YouTube και το Pinterest».

Σ13, ερώτηση 8 «Απευθύνεται σε ανθρώπους όλων των ηλικιών. Εικόνες των αντικειμένων, πληροφορίες για τα αντικείμενα, ψηφιακή ξενάγηση, ανακοινώσεις, εκδηλώσεις και πολιτιστικές δραστηριότητες».

Σ14, ερώτηση 1 «Όχι δεν παρακολούθησα».

Σ14, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω»

Σ14, ερώτηση 3 «Συνεχόμενη ενημέρωση και ψυχαγωγία».

Σ14, ερώτηση 4 «Δεν νομίζω να υπάρχει κάτι αρνητικό σε μία τόσο μεγάλη προσπάθεια».

Σ14, ερώτηση 5 «Είναι δύο ξεχωριστά πράγματα τα οποία δεν αναιρούν το ένα το άλλο».

Σ14, ερώτηση 6 «Με τα διαδικτυακά εκπαιδευτικά προγράμματα».

Σ14, ερώτηση 7 «Twitter, Facebook και Instagram. Το καθένα καλύπτει ξεχωριστή γκάμα ανθρώπων».

Σ14, ερώτηση 8 «Ενημερώσεις, προγράμματα, ώρες συνάντησης, σε όλους».

Σ15, ερώτηση 1 «Ναι το εκπαιδευτικό πρόγραμμα του Μουσείου Μπενάκη».

Σ15, ερώτηση 2 «Το Instagram του Μουσείου Μπενάκη (thebenakimuseum)».

Σ15, ερώτηση 3 «Αποτελεί τρόπο ψυχαγωγίας και επιμόρφωσης κατά την διάρκεια του εγκλεισμού».

Σ15, ερώτηση 4 «Δεν θα επισκέπτονται τόσο συχνά οι άνθρωποι τα μουσεία καθώς όλο το υλικό θα αναρτάται στα social media».

Σ15, ερώτηση 5 «Μέσω ξεχωριστών εκπαιδευτικών προγραμμάτων στην κάθε περίπτωση».

Σ15, ερώτηση 6 «Από τα διαδικτυακά επιμορφωτικά προγράμματα».

Σ15, ερώτηση 7 «YouTube».

Σ15, ερώτηση 8 «Ενημερωτικά προγράμματα, εικόνες, πηγές, σε όλους».

Σ16, ερώτηση 1 «Όχι δεν παρακολούθησα κάποιο».

Σ16, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ».

Σ16, ερώτηση 3 «Δεν χάνουν τον δυναμικό τους χαρακτήρα τα μουσεία, και εξακολουθούν να αποτελούν πηγή πολιτισμού».

Σ16, ερώτηση 4 «Πυροδότηση του εθισμού στο Internet».

Σ16, ερώτηση 5 «Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ».

Σ16, ερώτηση 6 «Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ».

Σ16, ερώτηση 7 «Θα προτιμούσα το Twitter προσωπικά».

Σ16, ερώτηση 8 «Εκθέματα και δίπλα την προέλευσή τους, τις ώρες των παρουσιάσεων και chat ώστε να μπορούμε να εκφέρουμε την γνώμη μας και τις απορίες μας, στα μέλη».

Σ17, ερώτηση 1 «Δεν παρακολούθησα».

Σ17, ερώτηση 2 «Δεν γνωρίζω».

Σ17, ερώτηση 3 «Ωθεί ανθρώπους που δεν ήταν στα σχέδιά τους να επισκέπτονται μουσεία, λόγω της ευκολίας πρόσβασης να τα επισκεφτούν».

Σ17, ερώτηση 4 «Δεν βρίσκω κάτι αρνητικό».

Σ17, ερώτηση 5 «Θεωρώ πως αλληλοσυμπληρώνονται έτσι κι αλλιώς απλά τα ψηφιακά μουσεία είναι σαν υποκατάστατο του κανονικού μουσείου λόγω της κατάστασης που επικρατεί».

Σ17, ερώτηση 6 «Μέσω της εξειδικευμένης γνώσης των υπαλλήλων με την ψηφιακή τεχνολογία».

Σ17, ερώτηση 7 «Instagram».

Σ17, ερώτηση 8 «Εικόνες, οπτικοακουστικό υλικό, σε όλους».