



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ & ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΓΩΓΗ»

Τίτλος Εργασίας

«Ίδρυμα Κατακουζηνού: Μια πρόταση ανάπτυξης επικοινωνιακής πολιτικής»

Διπλωματική Εργασία

Ταγκατίδη Ελένη- Μαρία



Αθήνα, 2022



HAROKOPIO UNIVERSITY

SCHOOL OF ENVIRONMENT, GEOGRAPHY AND APPLIED

ECONOMICS

ECONOMICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

POSTGRADUATE PROGRAMME

«EDUCATION AND CULTURE»

COURSE «CULTURAL EDUCATION»

Title

**«Katakouzenos House Museum: A proposal for the development of
communication policy»**

Master Thesis

Tagkatidi Eleni- Maria



Athens, 2022

2

«Ίδρυμα Κατακουζηνού: Μια πρόταση ανάπτυξης επικοινωνιακής πολιτικής»

Ταγκατίδη Ελένη- Μαρία



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ & ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΑΓΩΓΗ»

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Επιβλέπουσα: Γκαζή Ανδρομάχη

**Καθηγήτρια, Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού, Πάντειο
Πανεπιστήμιο Αθηνών**

Γεωργιτσογιάννη Ευαγγελία

**Καθηγήτρια, Τμήμα Οικονομίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης, Χαροκόπειο
Πανεπιστήμιο Αθηνών**

Αμπελιώτης Κωνσταντίνος

**Αντιπρύτανης Οικονομικών και Προγραμματισμού, Καθηγητής, Τμήμα
Οικονομίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθηνών**

Η Ταγκατίδη Ελένη-Μαρία δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1)** Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2)** Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.
- 3)** Όπου υφίστανται δικαιώματα άλλων δημιουργών έχουν διασφαλιστεί όλες οι αναγκαίες άδειες χρήσης ενώ το αντίστοιχο υλικό είναι ευδιάκριτο στην υποβληθείσα εργασία.

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στην οικογένεια μου.

«Η επικοινωνία πρέπει να αποτελεί τον πυρήνα, την καρδιά και το εφαλτήριο της δράσης του μουσείου».

(Nielsen, 2014, 12)

«Τα χρόνια να κυλούν ανέφελα και να σου δίνουν μόνο χαρά και ευτυχία, για να έχει δίπλα σου ένα νόημα η ζωή μου αγάπη μου».

Άγγελος Κατακουζηνός

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κυρία Ανδρομάχη Γκαζή για την πολύτιμη βοήθεια της και τη συμβολή της σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας μελέτης. Ευχαριστώ θερμά την κύρια Σοφία Πελοποννησίου- Βασιλάκου για τη στήριξη και τη βοήθειά της σε όλη τη διάρκεια πραγματοποίησης της παρούσας μελέτης αλλά και σε όλη τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων. Ευχαριστώ ιδιαιτέρως και τον κύριο Ζήσιμο Συνοδινό για τη βοήθειά του και τις συμβουλές του. Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην καθηγήτριά μου κυρία Ευαγγελία Γεωργιτσογιάννη για την καθοδήγηση αλλά και τις πολύ σημαντικές εμπειρίες που αποκτήσαμε σε όλη τη διάρκεια της φοίτησής μας. Ευχαριστώ τον κύριο Κωνσταντίνο Αμπελιώτη για τη υποστήριξη που μου προσέφερε και για την εμπειρία που αποκτήσαμε μέσα από το μάθημά του. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Γιώργο Δερμιτζόγλου που στάθηκε δίπλα μας από την πρώτη στιγμή της φοίτησής μας στη σχολή μέχρι και την τελευταία, με απίστευτη υπομονή και διάθεση να μας βοηθά και να μας καθοδηγεί. Ευχαριστώ τη μητέρα μου Ναταλί, που βρίσκεται πάντα δίπλα μου σε κάθε εγχείρημα, με συμβουλές, υποστήριξη, αγάπη και διαρκή παρακίνηση για την προσωπική μου εξέλιξη. Θα ήθελα να ευχαριστήσω, επίσης, τον άνθρωπο που μου δίνει καθημερινά δύναμη σε όλα, τον σύντροφό μου, Σπύρο. Ευχαριστώ και τον πατέρα μου, Άκη, γιατί ήταν ο άνθρωπος που από μικρή μου ενέπνευσε την αγάπη που τρέφω για τα μουσεία και τον πολιτισμό. Θερμές ευχαριστίες σε όλους όσους συμμετείχαν στην έρευνά μου. Τέλος, ευχαριστώ την Ιωάννα και τη Σοφία, τις δύο υπέροχες φίλες που γνώρισα κατά τη διάρκεια του μεταπτυχιακού και που μου δίνουν καθημερινά ελπίδα και δύναμη να συνεχίσω.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	12
ABSTRACT	13
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	15
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.1: Στόχοι της έρευνας	19
1.1. Στόχος της εργασίας.....	19
1.2. Ερευνητικά ερωτήματα.....	19
1.3. Προσδοκίες από την έρευνα.....	19
1.4. Ερευνητική μέθοδος και δείγμα	20
1.5. Περιορισμοί της έρευνας.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.2: Το Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού.....	22
2.1. Ίδρυμα Κατακουζηνού	22
2.2. Ο Άγγελος και η Λητώ Κατακουζηνού	23
2.2.1 Ο Άγγελος Κατακουζηνός.....	23
2.2.2. Η Λητώ Κατακουζηνού	25
2.2.3. Η γνωριμία και η ιστορία αγάπης του ζεύγους Κατακουζηνού	27
2.3. Η πορεία του Ιδρύματος Κατακουζηνού	30
2.4. Σύντομη αναφορά στη γενιά του 1930.....	33
2.5. Οι συλλογές του Ιδρύματος Κατακουζηνού	37
2.5.1.Τα έργα τέχνης	38
2.5.2.Τα χειρόγραφα, οι φωτογραφίες και τα βιβλία	40
2.6. Λίγα λόγια για τις δράσεις του Ιδρύματος Κατακουζηνού	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.3: Η επικοινωνία στα μουσεία	43
3.1. Η έννοια της επικοινωνίας.....	43
3.2. Η έννοια της επικοινωνιακής πολιτικής.....	45
3.3. Η επικοινωνία στα μουσεία	47
3.3.1. Πολιτιστική επικοινωνία	47
3.3.2. Μουσεία και επικοινωνία	49
3.3.3. Το κοινό των μουσείων	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.4: Τα σπίτια- μουσεία και η επικοινωνιακή τους διάσταση	54
4.1. Μια εισαγωγή στην έννοια «σπίτι- μουσείο»	54
4.2. Παραδείγματα σπιτιών- μουσείων από την Ελλάδα και την Ευρώπη	57
4.2.1. Σπίτια- μουσεία Ελλάδας	57
Α) Σπίτι- Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου, Χανιά	57
Β) Σπίτι- Μουσείο Μπουμπουλίνας, Σπέτσες.....	59
Γ) Σπίτι- Μουσείο Καποδίστρια, Κέρκυρα	61
Δ) Σπίτι- Μουσείο Καπράλου, Αίγινα.....	63
Ε) Σπίτι- Μουσείο Δροσίνη, Κηφισιά	64
ΣΤ) Σπίτι-Μουσείο Γουναρόπουλου, Ζωγράφου	66
4.2.2. Σπίτια-μουσεία στην Ευρώπη	67
Α) Σπίτι-μουσείο Πικάσο, Μάλαγα (Museo Picasso, Málaga)	67
Β) Σπίτι- μουσείο Ντένις Σέβερς, Λονδίνο (Dennis Severs' House, London)	69
Γ) Σπίτι- μουσείο Μάριο Πρατζ, Ρώμη (Casa museo Mario Praz, Roma)	70
Δ) Σπίτι- μουσείο Ρόαλντ Άμουντσεν, Νορβηγία (Roald Amundsen's House, Norway)	71
Ε) Σπίτι- μουσείο Φρόιντ, Λονδίνο (Freud Museum, London)	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.5: Μελέτη περίπτωσης, Ίδρυμα Κατακουζηνού.....	75
5.1. Εκδηλώσεις.....	75

5.2. Προβολή	79
5.3. Η ιστοσελίδα του Ιδρύματος.....	80
5.4. Συνεργασίες με άλλα ιδρύματα.....	81
5.5. Εκδοτική δραστηριότητα	82
5.6. Περιοδικές εκθέσεις.....	84
5.7. Εκπαιδευτικά προγράμματα	85
5.8. Οι ομάδες κοινού του Ιδρύματος Κατακουζηνού.....	87
5.9. Η επικοινωνιακή πολιτική που έχει εφαρμοστεί έως σήμερα	87
5.10. Χορηγίες και οικονομική κατάσταση Ιδρύματος.....	89
5.11. Σχόλια επισκεπτών	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.6: Προτάσεις νέων πρακτικών επικοινωνίας	93
6.1. Ίδρυμα Κατακουζηνού: προτάσεις νέων πρακτικών επικοινωνίας.....	93
6.2. Σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες.....	94
Α) Τεχνολογία AR.....	95
Β) Τεχνολογία VR.....	96
Γ) Τεχνολογία 3D	96
Δ) Εφαρμογή- application	97
Ε) Διαδραστικά εκθέματα	97
ΣΤ) Live streaming εκδηλώσεων	98
Ζ) Διαδραστικές οθόνες	98
Η) Ψηφιακή ηχητική ξενάγηση	99
6.3. Ανανέωση εκθεσιακών χώρων	100
Α) Αναβάθμιση ακουστικής εγκατάστασης	100
Β) Τοποθέτηση κειμένων- πινακίδων	100
Γ) Μαξιλάρια χαλάρωσης.....	101

6.4. Μάρκετινγκ και επικοινωνία μέσω νέων δράσεων	102
Α) Μέσα προβολής.....	102
Β) Προσβασιμότητα	103
Γ) Νέες δράσεις	103
Δ) Νέα εκπαιδευτικά προγράμματα	107
Ε) Παραστατικές τέχνες.....	112
ΣΤ) Πωλητήριο- Δωρεές	113
Ζ) Ανατροφοδότηση	113
ΚΕΦΑΛΑΙΟ.7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	119
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ	129
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	131
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	133
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.....	144

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η εύρεση και η πρόταση νέων πρακτικών επικοινωνιακής πολιτικής που αφορούν στο Ίδρυμα Κατακουζηνού. Αρχικά, η μελέτη παρουσιάζει την ιστορία του Ιδρύματος Κατακουζηνού και των ανθρώπων που έζησαν εκεί. Στη συνέχεια της μελέτης παρουσιάζεται η πορεία της οικίας Κατακουζηνού ως σπίτι-μουσείο, από το 2008 μέχρι σήμερα και γίνεται μία σύντομη αναφορά στη συλλογή του χώρου και στις δράσεις του. Στην πορεία, γίνεται αναφορά στην έννοια της επικοινωνίας γενικά, στην έννοια της επικοινωνιακής πολιτικής, στη σημασία της επικοινωνίας στα μουσεία και στο κοινό των μουσείων. Το τέταρτο κεφάλαιο της μελέτης εισάγει τον αναγνώστη στην έννοια των σπιτιών-μουσείων και της επικοινωνιακής τους διάστασης. Στο ίδιο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε σε σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης και που αφορά στη στρατηγική επικοινωνιακής πολιτικής που χρησιμοποιούν. Παρακάτω, η έρευνα εστιάζει στις μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής που χρησιμοποιεί το Ίδρυμα Κατακουζηνού μέχρι σήμερα. Στην πορεία γίνεται η παράθεση των νέων πρακτικών επικοινωνίας που προτείνονται, μέσω της μελέτης, με σκοπό την ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε, στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, ήταν ποιοτική. Δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο, στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα, που αφορούσε στις μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής των σπιτιών-μουσείων και στάλθηκε σε σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης. Επίσης, πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική έρευνα που αφορούσε στη μελέτη περίπτωσης, δηλαδή το Ίδρυμα Κατακουζηνού. Μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης μελετήθηκαν οι στρατηγικές επικοινωνίας των μουσείων γενικά και των σπιτιών-μουσείων ειδικά. Επίσης, μελετήθηκε η έννοια της επικοινωνίας στα μουσεία, η έννοια της επικοινωνιακής πολιτικής και της πολιτιστικής επικοινωνίας. Από τη βιβλιογραφική έρευνα και την έρευνα μέσω ερωτηματολογίου προέκυψαν τα αποτελέσματα-προτάσεις της μελέτης.

Οι προτάσεις ανάπτυξης επικοινωνιακής πολιτικής, που έγιναν στο έκτο κεφάλαιο της εργασίας και αφορούν στο Ίδρυμα Κατακουζηνού, θα μπορέσουν να προσελκύσουν περισσότερες ομάδες κοινού στο συγκεκριμένο μουσείο. Οι σύγχρονες μέθοδοι και δράσεις που μπορούν να αναδείξουν περισσότερο το Ίδρυμα Κατακουζηνού είναι αρχικά η προσθήκη των

σύγχρονων ψηφιακών τεχνολογιών, όπως η τεχνολογία AR, VR, 3D, τα διαδραστικά εκθέματα και οθόνες και η ψηφιακή ηχητική ξενάγηση. Επίσης, η ανανέωση των εκθεσιακών χώρων, όπως είναι η αναβάθμιση της ακουστικής εγκατάστασης και η προσθήκη κειμένων-πινακίδων. Τέλος, για την ανάδειξη του Ιδρύματος Κατακουζηνού και την προσέλκυση περισσότερων ομάδων κοινού, προτείνονται η διευκόλυνση των επισκεπτών όσον αφορά στην προσβασιμότητα του χώρου με αυτοκίνητο, η εφαρμογή νέων δράσεων και νέων εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Μελλοντικά, οι προτάσεις αυτές μπορούν να εφαρμοστούν και σε πρακτικό επίπεδο ώστε να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητά τους.

Λέξεις κλειδιά: Ίδρυμα Κατακουζηνού, σπίτια-μουσεία, επικοινωνιακή πολιτική, ομάδες κοινού, επικοινωνία.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find and suggest new communication policy practices related to Katakouzinou Foundation. At first, the study presents the history of the Katakouzinou Foundation and the people who lived there. Subsequently, the study presents the route of Katakouzinou house, as a house-museum, from 2008 until today. Next, the study refers to the concept of communication in general, the concept of communication policy, the importance of communication in museums and the museum public. The fourth chapter of the study introduces the reader to the concept of house-museums and their communicative dimension. The same chapter presents the results of the research carried out in house-museums in Greece and Europe, which concerns the communication policy strategy they use. The research then focuses on the communication policy methods used by the Katakouzinou Foundation to date. In the course, new communication practices are proposed in order to develop the communication policy of the Katakouzinou Foundation.

The research carried out in the context of the present study was qualitative. Questionnaires were created, regarding the communication policy methods of house-museums and were sent to house-museums in Greece and Europe. Also, bibliographic research was carried out regarding the case study, Katakouzinou Foundation. The communication strategies of museums in general and house-museums in particular were studied, through literature review. The concept of communication in museums, communication policy and cultural communication were also studied and quoted, for the theoretical part of this study. The results-suggestions of the study emerged from the bibliographic research and the research through questionnaires.

The proposals for the development of communication policy, made in the sixth chapter of the study and concerning the Katakouzinou Foundation, will be able to attract more groups of audiences to the museum. The modern methods and actions that can make the Katakouzinou Foundation attract more audience are, initially, the addition of new digital technologies, such as AR, VR, 3D technology, interactive exhibits and screens and a digital audio tour. Also, the renovation of the exhibition spaces, such as the upgrade of the audio installation and the addition of text-signs. Finally, regarding the promotion of the Katakouzinou Foundation and the attraction of more groups of public, it is proposed to facilitate the visitors in terms of accessibility of the space by car. The implementation of new actions and new educational programs is also proposed, through this study. In the future, these proposals can be applied in practice to evaluate their effectiveness.

Keywords: Katakouzinou Foundation, house-museums, communication policy, audience groups, communication.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Φωτογραφία του Μεγάλου Νεγρεπόντη από το βιβλίο του Παύλου Μυλωνά «Η νεοκλασική Αθήνα»	22
Εικόνα 2 Ο Άγγελος Κατακουζηνός, φοιτητής στο Μονπελιέ, 16 χρονών (Κατακουζηνού, Άγγελος Κατακουζηνός, Ο Βαλής μου, 1988).	25
Εικόνα 3 Ο αδελφός της Λητώ, Βάσος (Πίνακας στο Ίδρυμα Κατακουζηνού, αρχείο ερευνήτριας)	26
Εικόνα 4 Η Λητώ όταν παίχτηκε το θεατρικό της έργο "Φωτεινό μονοπάτι" (Κατακουζηνού, 1988)	27
Εικόνα 5 Τα στέφανα του ζεύγους Κατακουζηνού (Έκθεμα Ιδρύματος Κατακουζηνού, φωτογραφία ερευνήτριας)	28
Εικόνα 6 Ο Άγγελος και η Λητώ στον πόλεμο (Κατακουζηνού, 1988)	29
Εικόνα 7 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου-Βασιλάκου	32
Εικόνα 8 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου-Βασιλάκου	32
Εικόνα 9 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου-Βασιλάκου	33
Εικόνα 10 Σημαντικές προσωπικότητες της γενιάς του '30, φωτογραφία του Άγγελου Κατακουζηνού	33
Εικόνα 11 Ο Άγγελος Κατακουζηνός με τον Teriade τη δεκαετία του '20, Αρχείο Α.& Λ. Κατακουζηνού	35
Εικόνα 12 Αφίσα των εγκαινίων του Μουσείου Θεόφιλου το 1965, Αρχείο στο Ίδρυμα Α.& Λ. Κατακουζηνού	36
Εικόνα 13 Το γραφείο του Άγγελου Κατακουζηνού, Αρχείο οικίας Κατακουζηνού	38
Εικόνα 14 Οι 4 εποχές του Γκίκα στην Οικία Κατακουζηνού, αρχείο Ιωάννας Μωραΐτη, επιμελήτριας του αρχείου της Πινακοθήκης Γκίκα	39
Εικόνα 15 Το πορτρέτο της Λητώ από τον Marc Chagall, αρχείο Ιδρύματος Κατακουζηνού	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.

Εικόνα 16 Μουσικές βραδιές με τη σοπράνο Κάτια Πάσχου, (Mcteam, Η τέλεια αφορμή για να επισκεφτείτε ένα περίφημο φιλολογικό σαλόνι των Αθηνών, 2018), Τελευταία πρόσβαση στις 15/01/2021.....	42
Εικόνα 18 Η Οικία- Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου στα Χανιά (Archaeology Newsroom, 2015)	57
Εικόνα 19 Το σπίτι- μουσείο της Μπουμπουλίνας στις Σπέτσες (Newsroom, Μπουμπουλίνα: Φωτορεπορτάζ από το 300 ετών αρχοντικό σπίτι της στις Σπέτσες, 2016)	59
Εικόνα 20 Το σπίτι- μουσείο του Καποδίστρια στην Κέρκυρα (Μποζώνη, 2017).....	61
Εικόνα 21 Το σπίτι- μουσείο του Χρήστου Καπράλου στην Αίγινα (Καλόφωνος, 2012)	63
Εικόνα 22 Το σπίτι- μουσείο Δροσίνη στην Κηφισιά (Τζαναβάρα, 2015)	64
Εικόνα 23 Το σπίτι- μουσείο του Γεωργίου Γουναρόπουλου στου Ζωγράφου (Μάιπας, 2017). ..	66
Εικόνα 24 Το σπίτι- μουσείο του Πικάσο στη Μάλαγα της Ισπανίας (Bate, 2021).....	67
Εικόνα 25 Το σπίτι του Ντένις Σέβερς στο Λονδίνο (Nylind, 2021)	69
Εικόνα 26 Το σπίτι- μουσείο Μάριο Πρατζ στη Ρώμη (Filler, 2014).....	70
Εικόνα 27 Το σπίτι- μουσείο του Roald Amundsen στη Νορβηγία (Andersson, 2021).....	71
Εικόνα 28 Το σπίτι- μουσείο Φρόνιτ στο Λονδίνο (Hales, χ.χ.)	73
Εικόνα 17 Θεατρική παράσταση για παιδιά στην Οικία Κατακουζηνού, (CULTURENOW TEAM, 2019).....	76
Εικόνα 29 Ο Άγγελος και η Λητώ Κατακουζηνού (αρχείο Ιδρύματος Κατακουζηνού)	93
Εικόνα 30 Το ποίημα της Μυρτιώτισσας για το σπίτι της Λητώς (Ανδριόπουλος, 2013)	105

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες οι περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί, σημαντικό τμήμα των οποίων είναι τα μουσεία, έχουν επικεντρωθεί στις αυξημένες απαιτήσεις και ανάγκες του κοινού τους. Η επικοινωνία σε ένα μουσείο σχετίζεται με όλες τις λειτουργίες του, καθώς και με την εικόνα που δημιουργεί στο κοινό του. Η επικοινωνιακή στρατηγική ενός μουσείου στηρίζεται σε πολλά και διαφορετικά μέσα παραγωγής μηνυμάτων και αποσκοπεί στη φήμη και τη στάση του οργανισμού στην ευρύτερη κοινότητα. Αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι παρουσιασθούν προτάσεις που αποσκοπούν στην ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής του Ιδρύματος Κατακουζηνού, με στόχο την προσέλκυση περισσότερων ομάδων κοινού.

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης γίνεται η παρουσίαση των στόχων της έρευνας, των ερευνητικών ερωτημάτων, των προσδοκιών από την έρευνα και της ερευνητικής μεθόδου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζεται η ιστορία του Ιδρύματος Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού, καθώς και η ιστορία των ανθρώπων που έζησαν εκεί. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στην πορεία του Ιδρύματος από το 2008, που άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό, έως σήμερα. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο περιλαμβάνει μία σύντομη αναφορά στη γενιά του '30 που επηρέασε άμεσα τις συλλογές που υπάρχουν μέχρι και σήμερα στην Οικία Κατακουζηνού.

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας διερευνά την έννοια της επικοινωνίας γενικά και καταλήγει στο θέμα της επικοινωνίας στα μουσεία.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια «σπίτια- μουσεία» και η επικοινωνιακή τους διάσταση. Στη συνέχεια του κεφαλαίου παρουσιάζεται η επικοινωνιακή πολιτική που εφαρμόζουν σπίτια- μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης. Τα σπίτια- μουσεία της Ελλάδας που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα είναι το Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου, το Μουσείο Μπουμπουλίνας, το Μουσείο Καποδίστρια, το Μουσείο Καπράλου, το Μουσείο Δροσίνη και το Μουσείο Γουναρόπουλου. Τα σπίτια- μουσεία της Ευρώπης που συμμετείχαν στην έρευνα είναι το Μουσείο Πικάσο, το Μουσείο Ντένις Σέβερς, το Μουσείο Μάριο Πρατζ, το Μουσείο Ρόαλντ Άμουντσεν και το Μουσείο Φρόνιτ.

Στο πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζεται η μελέτη περίπτωσης, που είναι το Ίδρυμα Κατακουζηνού. Σε αυτό το μέρος της εργασίας γίνεται η αναφορά στις δράσεις του Ιδρύματος,

στις συνεργασίες του με άλλα ιδρύματα, στην εκδοτική δραστηριότητα του φορέα και στην επικοινωνιακή πολιτική που εφαρμόζεται μέχρι σήμερα.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι προτάσεις νέων πρακτικών επικοινωνίας που αφορούν στην προσέλκυση νέων ομάδων κοινού στο Ίδρυμα Κατακουζηνού. Οι συγκεκριμένες προτάσεις προκύπτουν από τις πρακτικές επικοινωνίας που χρησιμοποιούν τα σπίτια- μουσεία που μελετήθηκαν παραπάνω και από βιβλιογραφική ανασκόπηση πάνω στα θέματα επικοινωνίας στα μουσεία γενικά.

Το έβδομο κεφάλαιο της μελέτης περιλαμβάνει τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα και προτάσεις για μία μελλοντική επέκταση της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.1: Στόχοι της έρευνας

1.1. Στόχος της εργασίας

Ο στόχος της παρούσας μελέτης είναι η εύρεση νέων πρακτικών επικοινωνίας οι οποίες θα μπορούσαν να εφαρμοστούν σε ένα σπίτι- μουσείο μνήμης και συγκεκριμένα στο Ίδρυμα Κατακουζηνού. Μέσω της ανάπτυξης συγκεκριμένης επικοινωνιακής πολιτικής, η Οικία Κατακουζηνού θα μπορέσει να προσελκύσει περισσότερες ομάδες κοινού και να γίνει ευρύτερα γνωστή στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Οι νέες μέθοδοι επικοινωνίας που θα παρουσιαστούν, στο έκτο κεφάλαιο της μελέτης, θα μπορούσαν να αποδειχτούν χρήσιμες και για άλλα σπίτια- μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού.

1.2. Ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα που θα απαντηθούν στην παρούσα μελέτη είναι τα εξής:

1. Ποιες είναι οι ομάδες κοινού που προσελκύει περισσότερο το Ίδρυμα Κατακουζηνού και με ποιους τρόπους θα μπορέσει να προσελκύσει περισσότερες;
2. Με ποιες σύγχρονες μεθόδους και είδη νέων τεχνολογιών θα μπορέσει το Ίδρυμα Κατακουζηνού να επεκτείνει την επικοινωνιακή του πολιτική;
3. Τι είδους δράσεις θα μπορούσαν να αναδείξουν περισσότερο το Ίδρυμα Κατακουζηνού;
4. Ποιες μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής χρησιμοποιούν άλλα σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού και πώς μπορούν αυτές να ενταχθούν στην επικοινωνιακή πολιτική του Ιδρύματος Κατακουζηνού, με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων ομάδων κοινού;

1.3. Προσδοκίες από την έρευνα

Οι προσδοκίες της έρευνας είναι η εύρεση νέων τρόπων επικοινωνιακών πρακτικών που θα αφορούν την μελέτη περίπτωσης. Τα ερευνητικά ευρήματα θα μπορούσαν ακόμη να αποτελέσουν προτάσεις ανανέωσης επικοινωνιακής πολιτικής και για άλλους παρόμοιους πολιτιστικούς χώρους της Ελλάδας. Τέλος, μέσω της παρούσας μελέτης και των ευρημάτων της θα μπορούσαν να αναδειχτούν περισσότερο τα σπίτια- μουσεία της χώρας.

1.4. Ερευνητική μέθοδος και δείγμα

Η ερευνητική μέθοδος της παρούσας μελέτης είναι η ποιοτική έρευνα. Πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση σε θέματα επικοινωνίας στα μουσεία γενικά, στα μουσεία- σπίτια και σε πολιτιστικούς οργανισμούς. Επίσης, πραγματοποιήθηκαν δέκα μικρές συνεντεύξεις που αφορούν θέματα επικοινωνίας σε μουσεία- σπίτια της Ελλάδας και του εξωτερικού. Ακόμη, έγινε η ίδια συνέντευξη με την υπεύθυνη του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν σπίτια- μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού. Με σκοπό να ληφθούν οι πληροφορίες από τα σπίτια- μουσεία απεστάλη ένα σύντομο ερωτηματολόγιο, που συντάχτηκε από την ερευνήτρια στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα και απεστάλη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μόνο στο Μουσείο Γ. Γουναρόπουλου το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε μέσω προσωπικής συνέντευξης. Οι ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν τα μουσεία- σπίτια ήταν οι εξής:

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;
2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;
3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;
4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;
5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

1.5. Περιορισμοί της έρευνας

- Ερευνήθηκαν μόνο μουσεία- σπίτια της Ελλάδας και της Ευρώπης.
- Λόγω της πανδημίας οι συνεντεύξεις δεν έγιναν δια ζώσης.
- Λόγω της πανδημίας τα περισσότερα μουσεία ήταν κλειστά. Έτσι τα ερωτηματολόγια εστάλησαν στα περισσότερα σπίτια- μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού ηλεκτρονικά και οι απαντήσεις ήταν ελάχιστες. Ήταν αρκετές ωστόσο για να πραγματοποιηθεί η παρούσα μελέτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.2: Το Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού

2.1. Ίδρυμα Κατακουζηνού

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού είναι ένα σπίτι- μουσείο μνήμης που βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας και στεγάζεται στο διαμέρισμα όπου κατοικούσαν ο Άγγελος και η Λητώ Κατακουζηνού από το 1960 μέχρι και το τέλος της ζωής τους. Η πολυκατοικία στην οποία στεγάζεται το Ίδρυμα Κατακουζηνού βρίσκεται στην οδό στην Αμαλίας 4, σε έναν από τους πιο κεντρικούς δρόμους του κέντρου της Αθήνας, ακριβώς απέναντι από τον Εθνικό κήπο και τη Βουλή των Ελλήνων (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού, χ.χ.). Η τοποθεσία της πολυκατοικίας στην οποία στεγάζεται το Ίδρυμα Κατακουζηνού είναι ιστορικής σημασίας, καθώς το 1880 χτίστηκε εκεί το Μέγαρο Νεγρεπόντη. Το μέγαρο αυτό αρχικά ήταν η Οικία Λουριώτη, στη συνέχεια υπήρξε το προσωρινό ανάκτορο του διαδόχου Κωνσταντίνου και μετέπειτα στο συγκεκριμένο κτίριο στεγάστηκε το υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας έως το 1940 (Μουρατίδης, n.d.).



Εικόνα 1: Φωτογραφία του Μεγάρου Νεγρεπόντη από το βιβλίο του Παύλου Μυλωνά «Η νεοκλασική Αθήνα»

Το συγκεκριμένο σπίτι φιλοξένησε σημαντικές προσωπικότητες της γενιάς του '30, όπως τον Γιώργο Σεφέρη, τη Μυρτιώτισσα, τον Ανδρέα Εμπειρίκο, τον Μάνο Χατζιδάκι, τον Ελύτη, τον Αλμπέρ Καμί, τον Ουίλιαμ Φόκνερ, τον Νίκο Χατζηκυριάκο- Γκίκα, το Γεώργιο Γουναρόπουλο και

πολλούς ακόμη αξιόλογους ανθρώπους που προσέφεραν ο καθένας με το δικό του τρόπο και τέχνη στο πολιτισμό της Ελλάδας (Μπάρκα, 2009).

2.2. Ο Άγγελος και η Λητώ Κατακουζηνού

2.2.1 Ο Άγγελος Κατακουζηνός

Ο Άγγελος Κατακουζηνός γεννήθηκε στη Λέσβο το 1904. Έζησε στη Σμύρνη μαζί με την εύπορη οικογένεια του που ασχολούνταν με το εμπόριο ξυλείας. Φοίτησε στην Ευαγγελική Σχολή και την τελείωσε με έπαινο στα δεκαέξι του χρόνια. Μετά την αποφοίτηση πέρασε άλλο ένα καλοκαίρι στο νησί του, όπου, μέσω ενός συνταρακτικού για εκείνον γεγονότος αποφάσισε άμεσα το επάγγελμα που ήθελε να ακολουθήσει στη ζωή του (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού, χ.χ.). Όπως αναφέρουν και οι Σοφία Πελοποννησίου – Βασιλάκου και Γιώργης Μαγγίνης :

«Κατά τη διάρκεια της επίσκεψής του στο εγκαταλειμμένο μοναστήρι της Περιβολής κοντά στο χωριό Άντισσα, με ενδιαφέρουσες μεταβυζαντινές τοιχογραφίες, πήγε να θαυμάσει από κοντά κάποια όπου εικονίζεται «Η Θάλασσα αποδίδουσα τους νεκρούς». Στην τοιχογραφία παριστάνεται η Θάλασσα – Παναγία ως ωραία γυναίκα – πριγκίπισσα με στέμμα στο κεφάλι καθιστή σε κήτος, κρατώντας με τα χέρια της μπροστά στο στήθος της ομοίωμα τρικάρτου πλοίου. Γύρω της διάφορα ψάρια ενώ το κήτος, εξεμεί (ξερνάει) ανθρώπους που είχαν πνιγεί και είχαν φαγωθεί από αυτό. Η Γοργόνα ή η Παναγία η Γοργόνα ή η Θάλασσα είναι η προσωποποίηση της θάλασσας, που ανασύρει από το υγρό στοιχείο τα καράβια και ανασταίνει τους πνιγμένους, “όπως και η προσωποποίηση της Γης, για την κρίση της Δευτέρας Παρουσίας”.

Ακριβώς εκεί βρέθηκε αντιμέτωπος με μια σκηνή που του άλλαξε τη ζωή: είδε ένα αλυσοδομένο κορίτσι να εκλιπαρεί για βοήθεια υποφέροντας από κάποια ψυχική διαταραχή χωρίς κανείς να μπορεί να το βοηθήσει. Το γεγονός αυτό στάθηκε η αφορμή για να σπουδάσει την ψυχιατρική

επιστήμη και να αφιερωθεί σε όλη του τη ζωή στην ανακούφιση της ανθρώπινης ψυχής» (Πελοποννησίου – Βασιλάκου & Μαγγίνης, 2014).

Ύστερα από το παραπάνω γεγονός βρέθηκε στο Μονπελιέ της Γαλλίας σπουδάζοντας Ιατρική και μετά από δύο χρόνια στο Παρίσι για να μαθητεύσει δίπλα στους καθηγητές J. Sicard και Th. Alajouanine στα νοσοκομεία Νεκέρ και Πιτιέ-Σαλπετρίέρ. Δίδαξε και ο ίδιος την επιστήμη της Νευρολογίας στις κλινικές Σαλπετρίέρη και Λαριμπουαζιέρ. Στη Γαλλία είχε τη δυνατότητα να γνωρίσει σημαντικές προσωπικότητες της εποχής, όπως τον Σαγκάλ, τον Πικάσο, τον Μιρό αλλά και άλλους Έλληνες φοιτητές που αργότερα θα εξελίσσονταν σε σημαντικές προσωπικότητες της πνευματικής και καλλιτεχνικής ζωής της Ελλάδας (Πελοποννησίου – Βασιλάκου & Μαγγίνης, 2014).

Ο Κατακουζηνός απέρριψε τις προτάσεις που είχε για να εργαστεί στο εξωτερικό με σκοπό να επιστρέψει στην Ελλάδα (Ίδρυμα Άγγελου και Λητώ Κατακουζηνού, 2012, 10). Λίγο μετά την επιστροφή του γνώρισε τη σύζυγο του, Λητώ Πρωτόπαππα, με την οποία παντρεύτηκαν στην Αγία Βαρβαρίτσα Χαλανδρίου το 1934 (Κατακουζηνού, 1988, 91).

Στην Ελλάδα ίδρυσε μία από τις πρώτες ψυχιατρικές κλινικές στο νοσοκομείο «Ευαγγελισμός» και υπηρέτησε το νοσοκομείο «Η Παμμακάριστος» ως διευθυντής της Νευρολογικής Κλινικής για περισσότερο από τριάντα χρόνια. Στο εξωτερικό η αξία του είχε αναγνωριστεί, καθώς του είχαν προσφέρει τη θέση του καθηγητή στο Πανεπιστήμιο του Παρισιού, ενώ, ταυτόχρονα ήταν μέλος της Γαλλικής Ακαδημίας και της Λεγεώνας της Τιμής. Στην Ελλάδα δεν έγινε δεκτός ως καθηγητής στο Πανεπιστήμιο Αθηνών, ενώ απορρίφθηκε και από την Ακαδημία Αθηνών (Πελοποννησίου – Βασιλάκου & Μαγγίνης, 2014).

Ταυτόχρονα με την επιστήμη του ο Άγγελος Κατακουζηνός είχε αφιερώσει ένα μέρος της ζωής του στην τέχνη. Με σκοπό να προωθήσει τις πολιτιστικές ανταλλαγές ίδρυσε το Γαλλο-Ελληνικό Ινστιτούτο και την Ελληνο-Αμερικανική Ένωση. Ο ίδιος οργάνωνε διαλέξεις και συγκέντρωνε προσωπικότητες όπως τους Αλμπέρ Καμύ, Ευάγγελο Παπανούτσο, Κωνσταντίνο Τσάτσο, Γιώργο Θεοτοκά, Φαίδων Βεγλερή, Νίκο Χατζηκυριάκο-Γκίκα. Ταυτόχρονα το ζεύγος Κατακουζηνού διατηρούσε φιλικές σχέσεις και με άλλες σημαντικές προσωπικότητες της εποχής, όπως τον Οδυσσέα Ελύτη, τον Γιώργο Σεφέρη, τον Ηλία Βενέζη, τον Γιώργο Θεοτοκά, τον Άγγελο Τερζάκη, τον Αντρέα Εμπειρίκο, τη Μυρτιώτισσα, τον Γιώργο Γουναρόπουλο, τον

Κώστα Δημαρά, τον Γιώργο Κατσίμπαλη, αλλά και με ξένους γνωστούς ζωγράφους, συγγραφείς και καλλιτέχνες (Κατακουζηνού, 1988, 52, 65, 102, 199) (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, 2018).



Εικόνα 2 Ο Άγγελος Κατακουζηνός, φοιτητής στο Μονπελιέ, 16 χρονών (Κατακουζηνού, Άγγελος Κατακουζηνός, Ο Βαλής μου, 1988).

2.2.2. Η Λητώ Κατακουζηνού

Η Λητώ Κατακουζηνού γεννήθηκε στον Πειραιά ίσως το 1909. Ανήκε στο γένος Πρωτόπαππα με τον πατέρα της Αναστάσιο να εργάζεται ως παιδίατρος αλλά και να επιτελεί χρέη γερουσιαστή στην Πρώτη Ελληνική Δημοκρατία. Η μητέρα της Λητώς Κατακουζηνού ονομαζόταν Ροδόπη και καταγόταν από αριστοκρατική οικογένεια του Μαυροβουνίου. Ο αδελφός της Βάσος έφυγε νωρίς από τη ζωή, στην ηλικία των δεκαοχτώ ετών και η οικογένεια της Λητώς αποφάσισε να ταξιδέψει και να μείνει για κάποια χρόνια στην Ευρώπη.



Εικόνα 3 Ο αδελφός της Λητώς, Βάσος (Πίνακας στο Ίδρυμα Κατακουζηνού, αρχείο ερευνήτριας)

Έζησαν στη Βιέννη, στο Βερολίνο, αλλά και στο Ράπαλλο και για αυτό η Λητώ μιλούσε αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά και ιταλικά. Επίσης έπαιζε πιάνο και ήταν λάτρης του χορού. Επιπροσθέτως ασχολείτο και με αθλήματα όπως το βόλεϊ, το κολύμπι, το ποδόσφαιρο και την ορειβασία (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, χ.χ.)¹.

Η οικογένεια επέστρεψε στην Ελλάδα και εγκαταστάθηκε στο Παλαιό Φάληρο. Εκείνη την εποχή γνώρισε τον μετέπειτα σύζυγο της, Άγγελο Κατακουζηνό, μέσω του κοινού τους φίλου Γιώργου Κατσίμπαλη. Στις 14 Νοεμβρίου του 1934 το ζευγάρι παντρεύτηκε και άρχισαν να κατοικούν στο πρώτο κοινό τους σπίτι στην οδό Πινδάρου 7 στο κέντρο της Αθήνας.

Τα πρώτα χρόνια της κοινής τους ζωής ήταν δύσκολα καθώς ξέσπασε ο πόλεμος. Η Λητώ υπήρξε εθελόντρια νοσοκόμα στο πλευρό του Άγγελου Κατακουζηνού στην περίοδο της γερμανικής κατοχής. Ο Άγγελος ενθάρρυνε τη Λητώ να γίνει συγγραφέας και το 1949 δημιούργησε το πρώτο της θεατρικό έργο «Το φωτεινό μονοπάτι» το οποίο ανέβηκε στο Εθνικό Θέατρο. Συνέγραψε ακόμη έξι βιβλία με τίτλους «Του έρωτα και της θάλασσας» (1950), «Κύματα» (1957), «Απ'το δειλί ως την αυγή» (1957), «Όμορφο καράβι μου- θύμησή μου»

¹ <https://katakouzenos.gr/lito-valis/>

(1977), «Συντροφιά με τον Albert Camus» (1979) (Κατακουζηνού, 1986). Το πιο γνωστό της έργο είναι το βιβλίο «Άγγελος Κατακουζηνός- ο Βαλής μου», το οποίο εκδόθηκε πρώτη φορά το 1988. (Κατακουζηνού, 2021).

Η Λητώ Κατακουζηνού έφυγε από τη ζωή τα Χριστούγεννα του 1997 με την τελευταία της επιθυμία να είναι η δημιουργία ενός Ιδρύματος που θα διατηρούσε ζωντανό το σπίτι όπου διέμεναν με τον Άγγελο και μαζί με αυτό όλα τα υπάρχοντα του χώρου και τις αναμνήσεις του (Peloponnisious, 2001).



Εικόνα 4 Η Λητώ όταν παίχτηκε το θεατρικό της έργο "Φωτεινό μονοπάτι" (Κατακουζηνού, 1988)

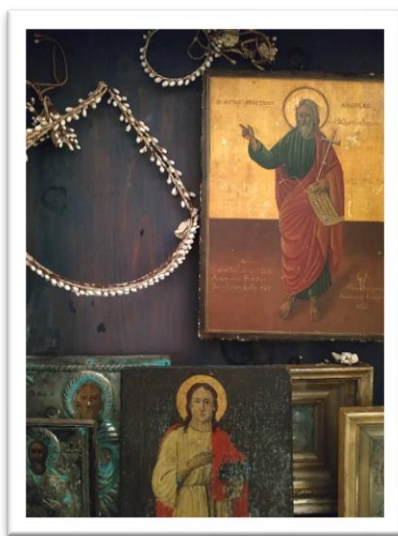
2.2.3. Η γνωριμία και η ιστορία αγάπης του ζεύγους Κατακουζηνού

Η γνωριμία της Λητώς με τον Άγγελο Κατακουζηνό έγινε ένα καλοκαίρι στα Μέθανα μέσω του κοινού τους φίλου Γιώργου Κατσίμπαλη. Η οικογένεια Κατσίμπαλη είχε μεγάλη εκτίμηση στον Άγγελο Κατακουζηνό και ανέφεραν πολύ συχνά το όνομα του στις παρέες τους. Η Λητώ είχε αρχίσει να τρέφει μια αντιπάθεια για τον Άγγελο, χωρίς ακόμη να τον έχει γνωρίσει, λόγω της υπερβολικής συζήτησης που γινόταν καθημερινά γύρω από το όνομα του (Κατακουζηνού, 1988, 72- 84).

Όπως αναφέρει στο αυτοβιογραφικό της βιβλίο «Ο Βαλής μου», η εντύπωση που είχε για τον Άγγελο Κατακουζηνό άλλαξε, αμέσως μόλις τον αντίκρυσε εκείνο το καλοκαίρι στα Μέθανα την ώρα που όλη η παρέα ετοιμαζόταν να πάει βόλτα με τη βάρκα. Την κέρδισαν αμέσως τόσο το παρουσιαστικό του όσο και τα πνευματώδη αστεία του. Ανάλογο ήταν και το ενδιαφέρον του Άγγελου Κατακουζηνού ως προς τη Λητώ Πρωτόπαππα. Η ίδια γράφει για τον πρώτο τους χορό :

«Τι ήταν τούτος ο χορός, αυτό το βαλς, ο χορός της ζωής μου, ο χορός της ζωής μας... Χορέψαμε στον ίδιο ρυθμό, οι κινήσεις μας τέλεια συγχρονισμένες, τα κορμιά μας φτιαγμένα το ένα για το άλλο, απολύτως εναρμονισμένα, κινούνταν σαν από μια μυστική δύναμη δίχως να αγγίζονται, στο ελάχιστο, ρυθμισμένα στην ίδια συχνότητα» (Κατακουζηνού, 1988, 85).

Η γνωριμία τους και οι λίγες στιγμές που πέρασαν μαζί εκείνο το καλοκαίρι στα Μέθανα ήταν η αρχή μιας κοινής ζωής και πορείας που θα την χώριζε ο θάνατος πολλά χρόνια μετά.



Εικόνα 5 Τα στέφανα του ζεύγους Κατακουζηνού (Εκθεμα Ιδρύματος Κατακουζηνού, φωτογραφία ερευνήτριας)

Ο γάμος του ζεύγους έγινε στην Αγία Βαρβαρίτσα του Χαλανδρίου σε πολύ κλειστό κύκλο. Το νυφικό της Λητώς ήταν ένα μαύρο φουστάνι το οποίο είχε διαλέξει ο Άγγελος για εκείνη. Το πρώτο τους σπίτι βρισκόταν στην Πινδάρου 7 και Σούτσου, αρκετά κοντά στο επόμενο σπίτι τους στην Αμαλίας 4. Στο συγκεκριμένο σπίτι έζησαν πολλά χρόνια της κοινής τους ζωής κοντά σε αγαπημένους συγγενείς και φίλους. Στο σπίτι τους σύχναζαν πνευματικοί άνθρωποι

καθώς και πρωθυπουργοί, υπουργοί, πρόεδροι και μεγιστάνες. Σύμφωνα με τη Λητώ Κατακουζηνού, ο κόσμος που επισκεπτόταν το σπίτι τους δεν αποσκοπούσε στο να κερδίσει κάτι, παρά μόνο να γνωρίσει το ζεύγος και κυρίως τον Άγγελο Κατακουζηνό που μαγνήτιζε τους ανθρώπους με την προσωπικότητα και το ταλέντο του. Πέρα από τις συγκεντρώσεις που γίνονταν στο σπίτι του ζεύγους υπήρχε κι άλλος ένας λόγος που ο συγκεκριμένος χώρος ήταν πολύ σημαντικός. Πρώτα στο σπίτι τους στην Πινδάρου 7 και έπειτα στο σπίτι τους στην Αμαλίας 4 στεγαζόταν και το γραφείο του Άγγελου Κατακουζηνού, το οποίο επισκέπτονταν ασθενείς από όλη την Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό ώστε να εξεταστούν και να βρουν γιατροιά (Κατακουζηνού, 1988, 91-94).

Τα πράγματα δεν ήταν πάντα εύκολα για το ζεύγος. Αρχικά ο Άγγελος αντιμετώπισε δυσκολίες όσον αφορά στην άσκηση του επαγγέλματος του στην Ελλάδα και μετά την επιστροφή του από τη Γαλλία. Την ίδια περίοδο έζησαν και τον πόλεμο. Ο Άγγελος έσπευσε να παρουσιαστεί αμέσως μόλις ξέσπασε ο πόλεμος με τους Ιταλούς. Ωστόσο η διαταγή που τον αφορούσε έγραφε : «Ο οπλίτης Άγγελος Κατακουζηνός ονομάζεται διευθυντής της τρίτης νευροχειρουργικής κλινικής στο ένατο στρατιωτικό νοσοκομείο Μαρίκας Ηλιάδη». Η Λητώ τον ακολούθησε και υπηρέτησε δίπλα του σαν νοσοκόμα (Κατακουζηνού, 2021, 147-151).



Εικόνα 6 Ο Άγγελος και η Λητώ στον πόλεμο (Κατακουζηνού, 1988)

Μετά τη λήξη του πολέμου και τον μεγάλο αγώνα που έκανε ο Άγγελος Κατακουζηνός για να μπορέσει να σώσει όσους περισσότερους τραυματίες μπορούσε, ακολούθησε μια δημιουργική και ευχάριστη περίοδος για το ζευγάρι. Η περίοδος εκείνη περιλάμβανε καλλιτεχνικές και πνευματικές εκδηλώσεις, τη δράση του γιατρού στο νοσοκομείο «Η Παμμακάριστος» στο νευρολογικό τμήμα και τις καθημερινές εξετάσεις των ασθενών στο γραφείο του. Η φήμη του ψυχίατρου- νευρολόγου Άγγελου Κατακουζηνού είχε εξαπλωθεί στην

Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς αναγνωρίζονταν πλέον οι διαγνωστικές του επιτυχίες (Κατακουζηνού, 2021, 217, 218). Ακολούθησαν και ταξίδια στο εξωτερικό, όπως το ταξίδι του ζεύγους στη Νέα Υόρκη όπου βρέθηκαν φιλοξενούμενοι της αμερικανικής κυβέρνησης συναντώντας επιστημονικές προσωπικότητες και δίνοντας διαλέξεις. Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου ταξιδιού θα είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν όλα τα μέρη της Αμερικής (Κατακουζηνού, 2021, 262).

Το Σάββατο 28 Αυγούστου 1982 και ενώ το ζεύγος Κατακουζηνού είχε επισκεφτεί τη Βάρκιζα, ο Άγγελος δέχτηκε μια επείγουσα ειδοποίηση. Ένας ασθενής του κινδύνευε και ο Άγγελος έφυγε με σκοπό να βρεθεί κοντά του και να τον σώσει. Όταν επέστρεψε στη Βάρκιζα και πριν προλάβει να συναντήσει τη Λητώ έπαθε εγκεφαλικό και το ξημέρωμα της Κυριακής έφυγε από τη ζωή (Κατακουζηνού, 2021, 19- 22). Η Λητώ έφυγε από τη ζωή στις 27 Δεκεμβρίου του 1997 αφήνοντας πίσω της ένα σπίτι με πολλές ιστορίες και αναμνήσεις από τη ζωή της με τον Άγγελο Κατακουζηνό αλλά και από τη γενιά του '30.

2.3. Η πορεία του Ιδρύματος Κατακουζηνού

Το πρώτο σπίτι του Άγγελου και της Λητώς Κατακουζηνού βρισκόταν στο Κολωνάκι, στην οδό Πινδάρου 7 (Κατακουζηνού, 1988, 93). Όταν καλυτέρεψαν τα οικονομικά τους μπόρεσαν να αγοράσουν το νέο τους σπίτι στην λεωφόρο Αμαλίας 4, το σημερινό Ίδρυμα Κατακουζηνού. Η διαθήκη της Λητώς Κατακουζηνού όριζε ότι το οίκημα της Αμαλίας 4 θα περιέλθει σε Ίδρυμα με την επωνυμία «Ίδρυμα Αγγέλου και Λητώς Κατακουζηνού». Η ίδια διαθήκη αναφέρει ότι: «σκοπός του Ιδρύματος είναι οι πνευματικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (ομιλίες, συζητήσεις, εκθέσεις, φιλοξενία ανθρώπων του πνεύματος, εκδόσεις κλπ)» (Μαγκλάρη, 1997). Υπεύθυνοι για τη λειτουργία του Ιδρύματος είναι τα άτομα που όρισε στη διαθήκη της η Λητώ Κατακουζηνού ως Διοικητικό Συμβούλιο.

Επιμελήτρια της οικίας, του αρχείου και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Ιδρύματος Κατακουζηνού είναι η Σοφία Πελοποννησίου- Βασιλάκου². Η ίδια γνώριζε προσωπικά

² Γεννήθηκε στην Αθήνα το 1968. Το 1987 σπούδασε γαλλική φιλολογία στο Πανεπιστήμιο Αθηνών και το 1996 ερμηνεία εκπαιδευτικών προγραμμάτων στο Ελληνικό Παιδικό Μουσείο με τη Σοφία Ρωκ- Μελά. Οι μεταπτυχιακές

τη Λητώ Κατακουζηνού. Η γνωριμία αυτή έγινε μετά από ένα γράμμα που έστειλε η Σοφία Πελοποννησίου στη Λητώ έχοντας διαβάσει το βιβλίο που είχε γράψει για το σύζυγο της. Τότε η Λητώ την προσκάλεσε στο διαμέρισμά της. Η ίδια η επιμελήτρια της οικίας Κατακουζηνού λέει για την εμπειρία της γνωριμίας της με τη Λητώ:

«Για τα επόμενα δέκα χρόνια την έβλεπα συχνά, την άκουγα να μιλάει για τον Κατακουζηνό και για τους ανθρώπους που είχε γνωρίσει. Οι άνθρωποι αυτοί που αρχικά ήταν απρόσιτοι και σχεδόν μυθικοί κατέβηκαν από τα βάθρα τους και μέσα από τις λεπτομέρειες της καθημερινότητάς τους που διηγούταν η Λητώ μου χάρισαν μια άλλη οπτική για τη ζωή. Τίποτα δεν με συγκινούσε τόσο στην Αθήνα του '90 όσο οι ιστορίες που άκουγα σε αυτό το σπίτι. Γρήγορα έγινε ένα είδος καταφύγιου και μια πηγή έμπνευσης. Δημιουργήθηκε μια ομάδα από φοιτητές και γίνονταν φιλολογικές βραδιές που τις παρακολουθούσαν με χιούμορ και καλή διάθεση, μαζί με τη Λητώ, ο Νίκος Χατζηκυριάκος-Γκίκας, ο Νίκος Αθανασιάδης, ο Γιώργος Χειμωνάς και πολλοί άλλοι» (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, 2018).

Το 2008 και κοντά στα δέκα χρόνια από το θάνατο της Λητώς Κατακουζηνού το Ίδρυμα Κατακουζηνού άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό. Στο διάστημα που μεσολάβησε μέχρι το 2008 ο χώρος ανακαινίστηκε ώστε να ζωντανέψουν ξανά οι ένδοξες εποχές του συγκεκριμένου σπιτιού-μουσείου. Από το 2000 έως το 2006 ο χώρος που στεγάζεται σήμερα το Ίδρυμα Κατακουζηνού είχε πολλά προβλήματα αλλά και έλλειψη οικονομικών πόρων με αποτέλεσμα η ανακαίνιση να φαντάζει αδύνατη. Μέσω χορηγιών και προσωπικής εργασίας της επιμελήτριας του χώρου το σπίτι-μουσείο στήθηκε ξανά. Αφορμή για την αναβίωση της οικίας Κατακουζηνού ήταν οι Ευρωπαϊκές Ημέρες της Πολιτιστικής Κληρονομιάς 2008, οι οποίες είχαν ως θέμα «Κατοικία και Οικείες Ιστορίες». Την ίδια εποχή επιτεύχθηκε μια συνεργασία με το Μουσείο Sigmund Freud του Λονδίνου. Μια φωτογραφική έκθεση στήθηκε μέσα στο γραφείο του Άγγελου Κατακουζηνού με εικόνες από το γραφείο του Freud (Πελοποννησίου-Βασιλάκου Σ. Ε., 2020). Από το 2008 και έπειτα το Ίδρυμα Κατακουζηνού λειτουργεί σαν ένα σπίτι-μουσείο μνήμης και δραστηριοποιείται γύρω από διάφορα πολιτιστικά δρώμενα. Στο μεγάλο σαλόνι του σπιτιού και

σπουδές της έγιναν πάνω στη διοίκηση Μουσείων και Γκαλερί στο City University του Λονδίνου το 2000. Από το 2008 είναι η υπεύθυνη των εκπαιδευτικών προγραμμάτων του Μορφωτικού Ιδρύματος Εθνικής Τραπέζης. Από το 2008 έχει ασχοληθεί με το σχεδιασμό και τη λειτουργία της Οικίας Κατακουζηνού (BL0D, χ.χ.).

στα υπόλοιπα δωμάτια διοργανώνονται θεατρικές παραστάσεις δωματίου, βραδιές μουσικής, βραδιές ποίησης και αφήγησης, εκθέσεις ζωγραφικής και μοντέρνας τέχνης, εκπαιδευτικά προγράμματα, θεατρικές ξεναγήσεις και εκδόσεις αρχαικού υλικού (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)³.

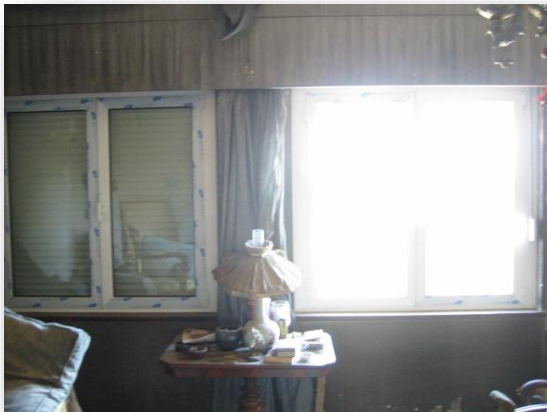


Εικόνα 7 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου- Βασιλάκου



Εικόνα 8 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου- Βασιλάκου

³ https://katakouzenos.gr/item_type/archiako-yliko/



Εικόνα 9 Ανακαίνιση της οικίας Κατακουζηνού, αρχείο επιμελήτριας Σοφίας Πελοποννησίου- Βασιλάκου

2.4. Σύντομη αναφορά στη γενιά του 1930



Εικόνα 10 Σημαντικές προσωπικότητες της γενιάς του '30, φωτογραφία του Άγγελου Κατακουζηνού

Το σπίτι του Άγγελου και της Λητώς Κατακουζηνού φιλοξενούσε συχνά προσωπικότητες της γενιάς του '30, καθώς αρκετοί καλλιτέχνες και διανοούμενοι ήταν φίλοι του ζευγαριού. Πολλοί

από αυτούς είχαν σχέση φιλίας με τον Άγγελο Κατακουζηνό από την εποχή που ακόμη σπούδαζε στο Παρίσι. Οι σχέσεις αυτές διατηρήθηκαν και στην Ελλάδα αλλά και μετά το γάμο του Άγγελου με τη Λητώ. Άλλωστε και το ζεύγος Κατακουζηνού ήταν μέρος της γενιάς του '30 (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)⁴.

Γενιά του '30 ονομάζεται η γενιά Ελλήνων λογοτεχνών και καλλιτεχνών που γεννήθηκαν στις αρχές του 20ου αιώνα και η εξέλιξη της δημιουργικής πορείας τους εξελίχθηκε μέσα στη δεκαετία του 1930. Οι καλλιτέχνες της συγκεκριμένης εποχής συνδέθηκαν μεταξύ τους λόγω των κοινών χαρακτηριστικών στους τρόπους έκφρασης και στη θεματολογία τους αλλά και μέσω του συγχρονισμού τους με τις νέες φόρμες που παρουσιάζονταν στη δυτική Ευρώπη. Η όλη δράση τους επίσης συνδεόταν με την κοινωνία και την ιστορία της εποχής (Vitti, 2011, 23, 24). Η συγκεκριμένη γενιά μέχρι και σήμερα έχει αμφισβητηθεί από πολλούς αλλά και ταυτόχρονα έχει γίνει αποδεκτή με ενθουσιασμό από άλλους (Vitti, 2011, 23, 24).

Μετά τη Μικρασιατική καταστροφή οι εκπρόσωποι της γενιάς του '30 επαναπροσδιόρισαν την ελληνικότητα, προσπάθησαν να συνδυάσουν το μοντερνισμό με την παράδοση και υποστήριξαν τον ελληνικό λαϊκό πολιτισμό. Εκπροσώπους της γενιάς βρίσκουμε στην ποίηση, στην πεζογραφία και στη ζωγραφική. Ταυτόχρονα η γενιά του '30 συμπεριλαμβάνει στους κόλπους της συντηρητικούς και αριστερούς, ρεαλιστές και υπερρεαλιστές, κοσμοπολίτες και φανατικούς της παράδοσης (Μοίρα, 2012).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, πολλοί από τους σημαντικούς εκπροσώπους της γενιάς του '30 ήταν φίλοι του ζεύγους Κατακουζηνού και επισκέπτονταν συχνά το σπίτι τους, αρχικά στην Πινδάρου 7 και έπειτα στη λεωφόρο Αμαλίας 4. (Κατακουζηνού, 2021, 56- 59).

Ο Νίκος Χατζηκυριάκος- Γκίκας, ο οποίος βρισκόταν συχνά στο σπίτι των Κατακουζηνών, χάρισε πολλά από τα έργα του στο ζευγάρι, αλλά και ζωγράφισε πάνω στις ξύλινες πόρτες του σπιτιού τους το έργο του «Οι τέσσερις εποχές». Οι συγκεκριμένες πόρτες ακόμη κοσμούν το σπίτι- μουσείο στην Αμαλίας 4. Το 1948 εικονογράφησε τα διηγήματα της Λητώς Κατακουζηνού (ΜΠΕΝΑΚΗ, 2018, 9). Για το βιβλίο της *Όμορφο καράβι μου- θύμησή μου* έχει βρεθεί επιστολή της Λητώς προς τον Γκίκα η οποία γράφει:

⁴ <https://katakouzenos.gr/lito-valis/>

«Νικολή μου, στο χέρι σου είναι να μου δώσεις άλλη μια μεγάλη χαρά, αν σε κάποια ανάπαυλα από τα αριστουργήματα που κάνεις, τα δημιουργικά, αριστοκρατικά δάχτυλά σου ξεφύγουν μια στιγμή και σχεδιάσουν μερικά ψαρόνια να πετάνε στον αέρα. Φαίνεται πως τα ψαρόνια είναι από τα καλύτερα αφηγήματά μου και το σχέδιό σου θα φέρει σίγουρα μια ισορροπία στο βιβλίο μου» (ΜΠΕΝΑΚΗ, 2018, 9).

Αξίζει να αναφερθεί ότι το σπίτι του Νίκου Χατζηκυριάκου- Γκίκα ήταν μερικά στενά μακριά από την οικία Κατακουζηνού και μετά το θάνατο του καλλιτέχνη, κατόπιν δικής του επιθυμίας, όλο το οίκημα περιήλθε στο Μουσείο Μπενάκη (Αράπογλου, 2011, 101)⁵.

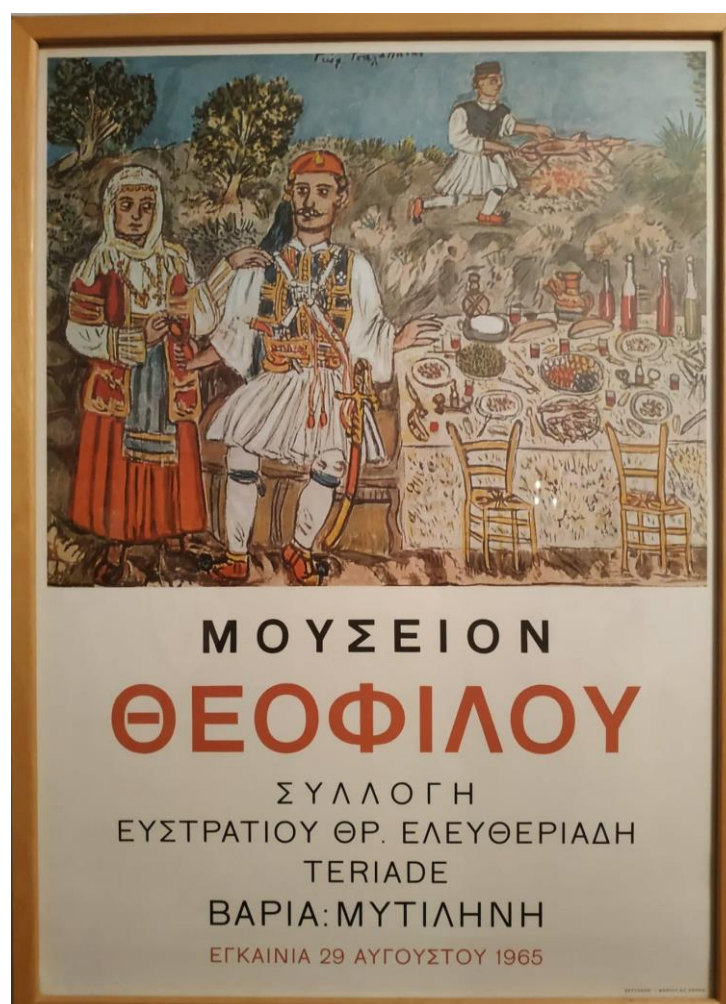
Άλλη μία φιλία ζωής του Άγγελου Κατακουζηνού ήταν εκείνη με τον Στρατή Ελευθεριάδη- Teriade. Γνωρίστηκαν το 1925 στο Παρίσι όπου σπούδαζαν. Ο Teriade προσπάθησε να σώσει ό,τι μπορούσε από τα έργα του Θεόφιλου και θεώρησε πιο ασφαλές τα έργα να μείνουν στην Ελλάδα. Εμπιστεύτηκε στον Κατακουζηνό την ασφαλή φύλαξη των έργων, αλλά και την παρουσίασή τους στο κοινό για δεκαπέντε χρόνια. Μέσα από τις επιστολές τους φαίνεται ότι το όνειρο και των δύο ήταν η δημιουργία ενός μουσείου για τον Θεόφιλο και η έκθεση των έργων του στο κοινό. Το 1946, στην Αθήνα του Εμφυλίου, ο Άγγελος Κατακουζηνός οργάνωσε την πρώτη έκθεση του Θεόφιλου στο σπίτι του (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ. , 2020, 29).



Εικόνα 11 Ο Άγγελος Κατακουζηνός με τον Teriade τη δεκαετία του '20, Αρχείο Α.& Λ. Κατακουζηνού

⁵ Άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό το 2011 και μετά από ανακαίνιση (Αράπογλου, 2011, 101).

Τον Αύγουστο του 1965 έγιναν τα εγκαίνια του Μουσείου Θεόφιλου στη Λέσβο. Το μουσείο το ετοίμασε ο Teriade με τη συμβολή του Κατακουζηνού. Ο Teriade ζήτησε από τον Άγγελο να «αναλάβει να συστήσει και να προεδρεύσει της Τιμητικής Επιτροπής για τα εγκαίνια του Μουσείου Θεόφιλου». Επίσης όλη η οργάνωση των εγκαινίων έγινε από το ζεύγος Κατακουζηνού με τον Άγγελο να ενημερώνει τον Teriade για κάθε λεπτομέρεια. Αξιοσημείωτα είναι τα λόγια που έγραψε ο Βενέζης για το συγκεκριμένο μουσείο: « Το Ελληνικό Αρχιπέλαγος απέκτησε το Μουσείο του. Οι κυρά- Δέσποινες και οι Κολοκοτρωνάιοι και οι γοργόνες και οι Μεγαλέξαντροι και τα Κάστρα και τα κύματα και τα βουνά και οι βοσκοί και οι ψαράδες που αγαπούσε ο Θεόφιλος, θα ξυπνούνε τη νύχτα και θα τα λένε στον ελαιώνα της Βαριάς. Και θα θυμίζουν πόσο δυνατή είναι η παράδοση» (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ. , 2020, 30, 31).



Εικόνα 12 Αφίσα των εγκαινίων του Μουσείου Θεόφιλου το 1965, Αρχείο στο Ίδρυμα Α. & Λ. Κατακουζηνού

Μέσα από τις γνωριμίες και τις δυνατές φιλίες με εξέχουσες προσωπικότητες της γενιάς του '30 κι όχι μόνο, το ζεύγος Κατακουζηνού δεχόταν πολύ συχνά δώρα όπως έργα τέχνης, ποιήματα, βιβλία και άλλα τα οποία κοσμούσαν το σπίτι τους από άκρη σ' άκρη. Τα έργα αυτά στολίζουν ακόμη και σήμερα την οικία- μουσείο και αποτελούν τις συλλογές του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

2.5. Οι συλλογές του Ιδρύματος Κατακουζηνού

Τα σπίτια- μουσεία είναι οι κατοικίες και οι χώροι εργασίας σημαντικών καλλιτεχνών, ζωγράφων, ποιητών, μουσικών, ηθοποιών, πολιτικών και στην περίπτωση της οικίας Κατακουζηνού το σπίτι ενός νευρολόγου- ψυχιάτρου. Το συγκεκριμένο σπίτι- μουσείο όμως, πέρα από το γραφείο του Άγγελου Κατακουζηνού, περιλαμβάνει στη συλλογή του και σπουδαία έργα που χαρακτηρίζουν την εποχή εκείνη που έζησαν εκεί οι ιδιοκτήτες του αλλά και που λειτούργησε ως φιλολογικό «σαλόνι» της γενιάς του '30. Το Ίδρυμα Κατακουζηνού λειτουργεί με τις προδιαγραφές του ICOM και ένας επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στα δωμάτια μιας οικίας που προσφέρει πολλά και διαφορετικά έργα τέχνης (Καμπουρίδης, 2020).

Η οικία Κατακουζηνού περιλαμβάνει μια εκτεταμένη συλλογή από περίπου εξήντα πίνακες ζωγραφικής, πολλά σχέδια, χαρακτηριστικά, γλυπτά και διακοσμητικά αντικείμενα. Περιλαμβάνει επίσης μια συλλογή από γαλλικά και ελληνικά έπιπλα του 18^{ου} και του 19^{ου} αιώνα. Μέσα στο σπίτι- μουσείο Κατακουζηνού υπάρχουν επίσης χιλιάδες βιβλία αλλά και πλούσιο αρχειακό υλικό. Ενδιαφέρουσες είναι και οι επιστολές της εποχής που αντάλλασσε το ζεύγος Κατακουζηνού με τους φίλους του που ήταν σημαντικές προσωπικότητες της εποχής. Οι συλλογές αυτές μεταφέρουν τον επισκέπτη στα χρόνια εκείνα που το σπίτι κατοικούνταν και δημιουργούν ένα συναίσθημα νοσταλγίας καθώς ο χώρος εκπέμπει την έντονη παρουσία των ιδιοκτητών του (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ.)⁶.

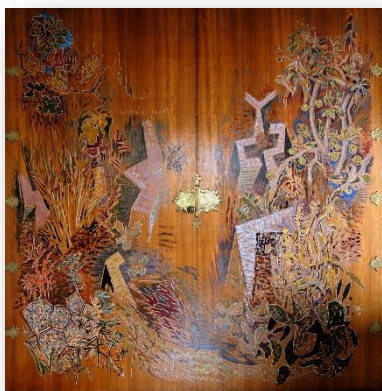
⁶ <https://katakouzenos.gr/ikia-katakouzinou/collections/>



Εικόνα 13 Το γραφείο του Άγγελου Κατακουζηνού, Αρχείο οικίας Κατακουζηνού

2.5.1.Τα έργα τέχνης

Ένα από τα πιο σημαντικά έργα τέχνης της Οικίας Κατακουζηνού είναι ζωγραφισμένο πάνω στις ξύλινες μαονένιες πόρτες από το Νίκο Χατζηκυριάκο- Γκίκα το 1960. Οι συγκεκριμένες πόρτες, όταν κλείσουν, χωρίζουν το μεγάλο σαλόνι του σπιτιού από την τραπεζαρία και έχουν τέσσερα φύλλα. Επάνω στις πόρτες ο Γκίκας ζωγράφισε τις τέσσερις εποχές του χρόνου χρησιμοποιώντας πολλές από τις τεχνοτροπίες του. Ο ζωγράφος δούλεψε πάνω στις συγκεκριμένες πόρτες για έξι μήνες (Μαγκλίνης, 2008). Τα προσχέδια του συγκεκριμένου έργου βρίσκονται στην εκδοθείσα διδακτορική διατριβή της κ. Βαλκανά (Βαλκανά, 2006, 189- 191), αλλά και στην πινακοθήκη του Νίκου- Χατζηκυριάκου Γκίκα. Ο Χατζηκυριάκος Γκίκας επιμελήθηκε κάθε λεπτομέρεια του έργου, ακόμη και τα πόμολα αλλά και τις πλαϊνές λεπτομέρειες στις δύο πόρτες. Τα έργα του ζωγράφου τη συγκεκριμένη περίοδο βασίζονται στα φυτικά θέματα. Θέλοντας να απεικονίσει τις τέσσερις εποχές του χρόνου, ο Γκίκας επιλέγει να χρησιμοποιήσει τις φραγκοσυκιές για το καλοκαίρι, τα κλήματα για το φθινόπωρο, την αμυγδαλιά για την άνοιξη και τα κλαδιά με το φεγγάρι για το χειμώνα. Με τον ίδιο τρόπο είναι αποτυπωμένα και στις πόρτες της Οικίας Κατακουζηνού. Ακόμη πάνω στα σχέδιά του φαίνεται έντονα η επιρροή του από την ιαπωνική τέχνη καθώς και από την Ύδρα, το νησί στο οποίο έζησε τα καλοκαίρια της παιδικής του ηλικίας (Βαλκανά, 2006, 189- 191).



Εικόνα 14 Οι 4 εποχές του Γκίκα στην Οικία Κατακουζηνού, αρχείο Ιωάννας Μωραΐτη, επιμελήτριας του αρχείου της Πινακοθήκης Γκίκα

Στην Οικία Κατακουζηνού υπάρχουν και πολλά άλλα έργα του Γκίκα, αλλά και άλλων καλλιτεχνών τα οποία είναι αντιπροσωπευτικά δείγματα της ελληνικής καλλιτεχνικής παραγωγής από τη δεκαετία του 1930 ως τη δεκαετία του 1970. Τα έργα τέχνης που βρίσκονται στην οικία αποτελούν μια συλλογή σημαντικών εκπροσώπων της γενιάς του '30 και ήταν δώρα των καλλιτεχνών προς το ζευγάρι (Gombrich, 1998, 9). Κάνοντας μια περιήγηση στο Ίδρυμα Κατακουζηνού ο επισκέπτης θα μπορέσει να δει έργα των Σπύρου Βασιλείου, Γιάννη Τσαρούχη, Γιώργου Γουναρόπουλου, ακόμη και του Marc Chagall ο οποίος έχει ζωγραφίσει το πορτρέτο της Λητώ με ακουαρέλα και παστέλ (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)⁷.



Εικόνα 15 Το πορτρέτο της Λητώ από τον Marc Chagall, αρχείο Ιδρύματος Κατακουζηνού

⁷ <https://katakouzenos.gr/ikia-katakouzinou/collections/>

2.5.2. Τα χειρόγραφα, οι φωτογραφίες και τα βιβλία

Στην πλούσια συλλογή του Ιδρύματος Κατακουζηνού βρίσκονται και χειρόγραφα τα οποία αποτελούν πηγή σπάνιων πληροφοριών για την κοινωνική και πνευματική ζωή της εποχής. Είναι κυρίως η αλληλογραφία ανάμεσα στο ζεύγος Κατακουζηνού και τους φίλους τους, διάσημους και λιγότερο γνωστούς.

Οι φωτογραφίες αυτές είναι περίπου 2.000, ενώ υπάρχουν και 100 διαφάνειες, από τη δεκαετία του 1930 έως και τη δεκαετία του 1970. Οι λήψεις απαθανατίζουν διάσημους φιλοξενούμενους στην Οικία Κατακουζηνού, φίλους, διάσημα πρόσωπα, τις οικογένειες των ιδιοκτητών και τα ταξίδια τους.

Τα βιβλία που βρίσκονται ολόγυρα στην οικία αποτελούν σημαντικό μέρος της συλλογής και ανέρχονται στους 10.000 περίπου τόμους. Καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεματικών όπως λογοτεχνία, ιστορία, τέχνη, αρχαιολογία, ιατρική και είναι γραμμένα σε διάφορες γλώσσες. Αρκετά είναι πρώτες εκδόσεις αλλά και σπάνιες εκδόσεις και ταυτόχρονα είναι υπογεγραμμένα και αφιερωμένα στους Κατακουζηνούς από τους συγγραφείς τους. Μέσα στη συγκεκριμένη συλλογή συναντώνται και τα βιβλία που συνέλεξε ο Άγγελος Κατακουζηνός στη διάρκεια της ζωής του που αφορούν την επιστήμη της ψυχιατρικής και της ψυχανάλυσης. Επιπροσθέτως η συλλογή περιλαμβάνει σπάνια τεύχη του περιοδικού *Verve* του εκδότη Στρατή Ελευθεριάδη. Τέλος στη συλλογή εντάσσεται και μια σπάνια έκδοση της Βίβλου με εικονογραφήσεις του Marc Chagall (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ., 2008).

2.6. Λίγα λόγια για τις δράσεις του Ιδρύματος Κατακουζηνού

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό το 2008 και μέχρι σήμερα έχει φιλοξενήσει πολλά πολιτιστικά δρώμενα, σύμφωνα με τη θέληση της Λητώς. Από τις πρώτες εκθέσεις που παρουσιάστηκαν στο χώρο ήταν εκείνη του Richard Cartwright, ενός καλλιτέχνη που οι πίνακες του χαρακτηρίζονται ως πνευματικοί, υπερβατικοί και μυστηριώδεις. Οι πίνακές του είναι συνήθως μεγάλοι σε μέγεθος, το υλικό που χρησιμοποιεί είναι το παστέλ και κάθε κομμάτι του είναι ατμοσφαιρικό (Cartwright). Στο χώρο φιλοξενήθηκαν επίσης ομιλίες και

παρουσιάσεις όπως «Το ταξίδι του Άγγελου Κατακουζηνού, 1902-1982» και «Ο Άγγελος Κατακουζηνός και οι Ελληνογαλλικές σχέσεις» (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)⁸.

Στις δράσεις του Ιδρύματος ανήκουν και οι εκθέσεις για τις οποίες η επιμελήτρια του χώρου Σοφία Πελοποννησίου- Βασιλάκου αναφέρει: «Στρατηγική του Ιδρύματος ήταν πάντα η τόλμη στις εκθεσιακές επιλογές με αποκλειστικό γνώμονα την ποιότητα, ανεξάρτητα από τις δυσκολίες». Σε όλο το διάστημα λειτουργίας του Ιδρύματος έχουν διοργανωθεί διάφορες εκθέσεις, όπως η έκθεση The Bee Kingdom με εκθεσιακά αντικείμενα φτιαγμένα από γυαλί. Ακόμη μία ιδιαίτερη έκθεση που φιλοξενήθηκε στο χώρο ήταν εκείνη της Βικτώριας Καρβούνη, η οποία παρουσίαζε το τελευταίο γράμμα του Άγγελου Κατακουζηνού προς τη Λητώ γραμμένο από 150 άτομα. Δίπλα στα χειρόγραφα σημειώματα υπήρχε ένα φόρεμα της Λητώς και ταυτόχρονα μέσα στο δωμάτιο ακουγόταν ένα γαλλικό τραγούδι για «τη ζωή που φεύγει» (Καρβούνη, 2010). Στο δεύτερο μέρος της εργασίας θα αναφερθούν αναλυτικά οι εκθέσεις που έχει φιλοξενήσει μέχρι σήμερα το Ίδρυμα Κατακουζηνού, ακόμα και σε δύσκολες εποχές για τη χώρα όπως εκείνη της οικονομικής κρίσης αλλά και η εποχή μετά την πανδημία των δύο τελευταίων ετών.

Το σπίτι- μουσείο Κατακουζηνού έχει επεκτείνει την πολιτιστική του δραστηριότητα στην έκδοση αλλά και στην επανέκδοση βιβλίων που αφορούν στους ανθρώπους που έζησαν στο χώρο, τις συνομιλίες με τις σημαντικές προσωπικότητες της εποχής, αλλά και βιβλία που συνοδεύουν τις εκθέσεις που πραγματοποιούνται στο μουσείο. Επίσης στην οικία Κατακουζηνού έχουν παρουσιαστεί εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά αλλά και θεατρικές παραστάσεις για ενήλικες και παιδιά. Ακόμη έχουν φιλοξενηθεί μουσικές βραδιές, όπερα δωματίου συνοδευόμενη από πιάνο, εργαστήρια καλλιγραφίας και συζητήσεις με ιστορικούς και λογοτέχνες (Κοτοπούλη, 2019). Το αρχείο του Ιδρύματος είναι διαθέσιμο σε φοιτητές και Πανεπιστήμια (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)⁹.

⁸ https://katakouzenos.gr/item_type/kimena-parousiasis/

⁹ https://katakouzenos.gr/item_type/kimena-parousiasis/



Εικόνα 16 Μουσικές βραδιές με τη σοπράνο Κάτια Πάσχου, (Μετeast, Η τέλεια αφορμή για να επισκεφτείτε ένα περίφημο φιλολογικό σαλόνι των Αθηνών, 2018), Τελευταία πρόσβαση στις 15/01/2021

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.3: Η επικοινωνία στα μουσεία

3.1. Η έννοια της επικοινωνίας

Προτού αναφερθούν τα χαρακτηριστικά των σπιτιών- μουσείων και η επικοινωνιακή τους διάσταση, στο επόμενο κεφάλαιο της μελέτης, θα γίνει μία αναφορά στην έννοια της επικοινωνίας γενικά. Η επικοινωνία συνοδεύει όλους τους τομείς της ζωής μας από την ημέρα που ερχόμαστε σε αυτόν τον κόσμο. Αρχικά, επικοινωνούμε με το κλάμα ή το χαμόγελο και στη συνέχεια αναπτύσσουμε τον δομημένο λόγο και την ενεργητική ακρόαση. Μέσω των συνεχώς αναπτυσσόμενων μοντέλων που αφορούν την επικοινωνία παρατηρούμε ότι υπάρχουν πολλοί παράγοντες που πρέπει να εξεταστούν ώστε ένα μήνυμα να φτάσει ορθά από τον πομπό στον δέκτη (Μπαντιμαρούδης, 2011, 21- 23). Ένα από τα πρώτα μοντέλα επικοινωνίας είναι εκείνο του Lasswell βάσει του οποίου θεωρείται δεδομένη η πρόθεση του πομπού να επηρεάσει τον δέκτη και με αυτόν τον τρόπο η επικοινωνία ορίζεται ως μια διαδικασία πειθούς. Συγκεκριμένα, ο Lasswell διατύπωσε την εξής γραμμική θεωρία:

«Ποιος- λέει τι- σε ποιον- με ποιο μέσο- με ποιο αποτέλεσμα».

Η παραπάνω θεωρία αποτελεί μία αρχική μελέτη πάνω στη συνεχώς μεταβαλλόμενη έννοια της επικοινωνίας. Σήμερα, δεν αποτελεί τον κανόνα καθώς πλέον οι επικοινωνιακές σχέσεις είναι συνήθως μη γραμμικές αλλά απρόβλεπτες και διαδραστικές (Μπαντιμαρούδης, 2011, 21- 23).

Ένα άλλο μοντέλο επικοινωνίας είναι εκείνο του George Gerbner, το οποίο παρουσιάστηκε για πρώτη φορά το 1956 και προσθέτει την δυνατότητα να τεθούν ερωτήματα που αφορούν στη φύση και στην αλληλεπίδραση ανάμεσα στην αντίληψη και την παραγωγή του μηνύματος. Το μοντέλο επικοινωνίας του Gerbner διατυπώνεται ως εξής:

«Κάποιος- αντιλαμβάνεται ένα συμβάν- και αντιδρά- σε μία κατάσταση- διά κάποιων μέσων- για να έχει στη διάθεσή του υλικό- σε κάποια μορφή- και πλαίσιο- αποδίδοντας νόημα- με κάποια επίπτωση» (McQuail & Windahl, 2001, 50).

Το συγκεκριμένο μοντέλο έχει ένα ευρύ φάσμα εφαρμογών και μπορεί να διαφοροποιηθεί ανάλογα με την επικοινωνιακή κατάσταση που περιγράφει. Μπορεί, ακόμα, να παρουσιαστεί διαγραμματικά, όπως έγινε παραπάνω, ή περιγραφικά. Με την πάροδο των χρόνων και την ανάπτυξη νέων ορισμών για την έννοια της επικοινωνίας οι μελετητές άρχισαν να εμβαθύνουν

στην διαδικασία της μαζικής επικοινωνίας (McQuail & Windahl, 2001, 40, 50, 76). Ο λόγος που στο συγκεκριμένο μέρος της μελέτης αναφέρονται ενδεικτικά κάποιες από τις θεωρίες της μαζικής επικοινωνίας είναι, διότι, σε επόμενα κεφάλαια θα μας αποσχολήσει το θέμα της ανάπτυξης τεχνικών επικοινωνίας για την προσέλκυση ομάδων κοινού, οι οποίες περιέχονται στο γενικότερο πλαίσιο της μαζικής επικοινωνίας.

Το 1957 αναπτύχθηκε ένα ακόμη σημαντικό μοντέλο, εκείνο των Westley και MacLean. Η δημιουργία του νέου αυτού μοντέλου είχε σκοπό να φέρει τη μελέτη της επικοινωνίας ένα βήμα πιο κοντά στη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας. Οι Westley και MacLean συμπεριέλαβαν στο νέο μοντέλο που δημιούργησαν τα ήδη υπάρχοντα πορίσματα της έρευνας για την επικοινωνία και έδωσαν ιδιαίτερη βάση στην πολύπλοκη φύση της μαζικής επικοινωνίας. Το συγκεκριμένο μοντέλο δίνει ιδιαίτερη βάση και στην έννοια της «πληροφορίας» η οποία από δικαίωμα μετονομάζεται σε ανάγκη, που πρέπει να επικοινωνηθεί (McQuail & Windahl, 2001, 67).

Ο Γερμανός μελετητής Maletzke παρουσιάζει τη μαζική επικοινωνία ως μια κοινωνικοψυχολογική διαδικασία, ιδιαίτερα περίπλοκη, στην οποία οι ερμηνείες προσβλέπουν σε μία σειρά παραγόντων. Σύμφωνα με τον συγκεκριμένο μελετητή, οι παράγοντες που επηρεάζουν τη μαζική επικοινωνία είναι αρχικά η «πίεση του μέσου» αλλά και ο «περιορισμός του μέσου και της εικόνας» που έχει ο δέκτης για το μέσο. Ταυτόχρονα, όμως, σημαντικό μέρος της διαδικασίας είναι και η εικόνα που έχει ο δέκτης για τον εαυτό του, η δομή της προσωπικότητας του δέκτη, καθώς και το κοινωνικό του πλαίσιο (McQuail & Windahl, 2001, 76, 77).

Ένα μεγάλο μέρος της θεωρίας της μαζικής επικοινωνίας είναι το ζήτημα των επιδράσεων. Οι επιδράσεις έχουν απασχολήσει πολλές κοινωνικές ομάδες, όπως εκείνες που αποσκοπούν στο να προσεγγίσουν άλλες ομάδες και αναζητούν τον πιο αποδοτικό δίαυλο επικοινωνίας προς το κοινό. Στη συγκεκριμένη εργασία, για παράδειγμα, θα μας απασχολήσει ο πιο αποδοτικός δίαυλος επικοινωνίας των μουσείων προς το κοινό τους. Το μοντέλο «ερεθίσματος- ανταπόκρισης» στηρίζεται στην υπόθεση ότι οι παρατηρούμενες αντιδράσεις, σε συγκεκριμένα ερεθίσματα, συνιστούν μάθηση. Συνεπώς, ο εκάστοτε καταναλωτής μαθαίνει να λειτουργεί προβλέψιμα σε κάποιο γνωστό ερέθισμα. Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του μοντέλου «ερεθίσματος- ανταπόκρισης» στη μαζική επικοινωνία είναι ότι τα μηνύματα πρέπει

να τύχουν της προσοχής πολλών ατόμων και να μην απευθύνονται σε συγκεκριμένα άτομα. Ακόμη, η αναπαραγωγή του μηνύματος και η ουδέτερη διανομή του αποσκοπεί στη συνολική ανταπόκριση και όλα τα άτομα που προορίζονται να λάβουν το μήνυμα θεωρούνται ισότιμα (McQuail & Windahl, 2001, 90- 92).

Ωστόσο, νεότερες θεωρίες που αφορούν στη μαζική επικοινωνία περικλείουν και την προσωπική εμπλοκή του υποκειμένου ως προς το περιεχόμενο του μηνύματος. Με αυτόν τον τρόπο οι αποδέκτες του μηνύματος κατηγοριοποιούνται σε εκείνους που είναι σχετικά αδιάφοροι προς το μήνυμα και επηρεάζονται περισσότερο από την ελκυστικότητα της πηγής και σε εκείνους που τους αφορά η συγκεκριμένη πληροφορία, με αποτέλεσμα να μελετούν το ίδιο το μήνυμα (Σακαλάκη, 2008, 107- 110). Μέσα από την πολύ σύντομη αναφορά σε κάποιες από τις θεωρίες της μαζικής επικοινωνίας είναι σημαντικό να αναφερθούν οι επιδράσεις της στον πολιτισμό και την κοινωνία. Σύμφωνα με τον DeFleur και τη θεωρία του για τους «πολιτιστικούς κανόνες», η μαζική επικοινωνία «διαθέτει μια σειρά από εικόνες, ιδέες και εκτιμήσεις, από τις οποίες τα μέλη του κοινού μπορούν να επιλέξουν και να διαμορφώσουν τις δικές τους στάσεις». Η επιρροή της επεκτείνεται στα άτομα, στο πεδίο της γνώσης, στους κανόνες και τις αξίες της κοινωνίας, αλλά και στον πολιτισμό (McQuail & Windahl, 2001, 135- 139).

3.2. Η έννοια της επικοινωνιακής πολιτικής

Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στην παρουσίαση νέων πρακτικών επικοινωνίας, που θα συντελέσουν στην ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής ενός πολιτιστικού φορέα και συγκεκριμένα του Ιδρύματος Κατακουζηνού. Στην ενότητα αυτή θα γίνει μία σύντομη αναφορά στον όρο «επικοινωνιακή πολιτική». Θα αναφερθεί, επίσης, ο σημαντικός ρόλος της επικοινωνιακής πολιτικής για τους οργανισμούς γενικά. Αρχικά, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε έναν γενικευμένο ορισμό της επικοινωνιακής πολιτικής ο οποίος είναι ο εξής:

«Η επικοινωνιακή πολιτική έχει ως στόχο να επηρεάσει τους καταναλωτές για την στροφή σε ένα συγκεκριμένο προϊόν ή μια συγκεκριμένη εταιρεία, με σκοπό να γίνουν ενεργοί

πελάτες. Η επικοινωνιακή πολιτική έχει δύο βασικούς στόχους: να πληροφορήσει και να υποκινήσει ή να επηρεάσει τη συμπεριφορά του καταναλωτή¹⁰».

Ακόμη, ένας ορισμός της επικοινωνιακής πολιτικής είναι εκείνος που την παρουσιάζει ως μία συνειδητή διαδικασία, που χρησιμοποιείται για να επιτύχει συγκεκριμένους στόχους και αποσκοπεί στην προσέλκυση πολλών ανθρώπων, μέσω αρκετών καναλιών και πολλών μηνυμάτων. Η επικοινωνιακή πολιτική ενός οργανισμού ή επιχείρησης ονομάζεται αλλιώς και στρατηγική της επιχείρησης στην επικοινωνία. Η στρατηγική αυτή περιλαμβάνει τις διαδικασίες, τις μεθόδους, τους τρόπους και τα μέσα επικοινωνίας τα οποία χρησιμοποιεί ένας οργανισμός, με σκοπό την αποτελεσματική λειτουργία του (Παναγιωτοπούλου , 1997, 314).

Η επικοινωνιακή πολιτική ενός οργανισμού περιλαμβάνει, εκτός των άλλων, τις επικοινωνιακές εκστρατείες, τις δημόσιες σχέσεις, τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού και των εργασιακών σχέσεων και το κοινωνικό μάρκετινγκ (Πασχαλούδης & Κοτζαϊβάζογλου , 2002, 206). Παρ' όλο που η συγκεκριμένη έννοια είναι συνυφασμένη με τη σχεδιασμένη επικοινωνία, στην καθημερινή πρακτική η επικοινωνία συμπεριλαμβάνει και τη μείξη της προσωπικής εμπειρίας και των αντιδράσεων της στιγμής (McQuail & Windahl, 2001, 236). Ένας από τους όρους που αναφέρθηκαν παραπάνω και που αποτελεί βασικό μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής ενός οργανισμού είναι το κοινωνικό μάρκετινγκ ή αλλιώς ανθρωπιστικό μάρκετινγκ. Ο λόγος που στις μέρες μας δίνεται ιδιαίτερη σημασία στον παραπάνω όρο είναι διότι οι περισσότεροι οργανισμοί, παγκοσμίως, έχουν αποκτήσει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Σύμφωνα με τον Kotler:

«Η έννοια του κοινωνικού μάρκετινγκ προϋποθέτει ότι καθήκον του οργανισμού είναι να καθορίζει τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντα των αγορών- στόχων και να προσφέρει τις επιθυμητές ικανοποιήσεις πιο αποτελεσματικά και αποδοτικά από τους ανταγωνιστές, κατά τρόπο που διατηρεί ή προάγει την ευημερία του καταναλωτή και της κοινωνίας» (Kotler, 2000, 86).

10

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE_%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE

Η επικοινωνιακή πολιτική ενός οργανισμού περιλαμβάνει τα μηνύματα του οργανισμού προς το κοινό, αλλά και προς άλλους οργανισμούς. Ακόμη, περιλαμβάνει τις σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στο κοινό και τον οργανισμό. Ένα μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής είναι οι τεχνικές και οι τεχνολογίες επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από έναν οργανισμό, για την προώθηση των δράσεών του (Μπαντιμαρούδης, 2011, 22). Τέλος, βασικό μέρος της αποτελούν και οι άνθρωποι εκείνοι που είναι υπεύθυνοι για την επικοινωνία ενός οργανισμού, οι οποίοι επικεντρώνουν τις ενέργειές τους στη διαρκή παραγωγή καλύτερων προϊόντων και στη διαχρονική βελτίωση τους (Kotler, 2000, 68). Τα άτομα αυτά, έχοντας ένα όραμα για τον εκάστοτε οργανισμό- επιχείρηση, προσπαθούν να δημιουργήσουν καινοτόμες ιδέες και εφαρμογές επικοινωνιακής πολιτικής, με σκοπό την ευημερία αλλά και την εξέλιξη του οργανισμού. Μία από τις βάσεις ενός καλού συστήματος καινοτομίας είναι η ποικιλομορφία. Συνεπώς, οι άνθρωποι εκείνοι που αναλαμβάνουν τον τομέα της επικοινωνίας ενός οργανισμού είναι βασικό να μπορούν να σκέφτονται έξω από νόρμες και εδραιωμένες πεποιθήσεις (Βερνίκος κ.ά., 2005, 15- 17).

Η μελέτη της επικοινωνιακής πολιτικής των πολιτιστικών οργανισμών έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, διότι βρίσκονται όλο και περισσότερο στο επίκεντρο της οικονομικής δραστηριότητας και τα πολιτιστικά αγαθά δεν περιορίζονται από εθνικά σύνορα. Η ψηφιακή τεχνολογία έχει έντονη παρουσία σε όλες σχεδόν τις εκφάνσεις του πολιτισμού. Μελετώνται, επίσης και οι σχέσεις μεταξύ οργανισμών και κοινού αλλά και οι αισθητικές απαιτήσεις του κοινού (Hesmondhalgh & Pratt, 2006, 2- 5). Σύμφωνα με την Φιλιππουπολίτη, «από τις τελευταίες δεκαετίες του 20ού αιώνα η επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων εξελίχθηκε σε κινητήρια δύναμη της μουσειακής λειτουργίας» (Φιλιππουπολίτη, 2015, 39- 40).

3.3. Η επικοινωνία στα μουσεία

3.3.1. Πολιτιστική επικοινωνία

Η επικοινωνία στα μουσεία αλλά και γενικότερα στους χώρους και τις δράσεις του πολιτισμού, ονομάζεται πολιτιστική επικοινωνία. Ένας από τους ορισμούς για την πολιτιστική επικοινωνία είναι ο εξής: «πολιτιστική επικοινωνία θα μπορούσε να θεωρηθεί η κάθε μορφής παραγωγή και

προώθηση ενός πολιτιστικού αγαθού από το δημιουργό του καθώς και η πρόσληψή του από το εκάστοτε κοινό του» (Μπαντιμαρούδης, 2011, 16). Σε αυτό το σημείο είναι βασικό να αναφερθεί ότι το δικαίωμα στον πολιτισμό αναγνωρίζεται ως ανθρώπινο δικαίωμα στο άρθρο 27 παρ. 1 της Οικουμενικής Διακήρυξης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου με την διατύπωση: «Καθένας έχει το δικαίωμα να συμμετέχει ελεύθερα στην πολιτιστική ζωή της κοινότητας, να απολαμβάνει τις τέχνες και να μετέχει στην επιστημονική πρόοδο και στα ωφελήματά της» (Βουδούρη, 2003, 156).

Συνήθως η πολιτιστική επικοινωνία συνδέεται με τους πολιτιστικούς οργανισμούς ή τις «πολιτιστικές βιομηχανίες». Ωστόσο, πολιτιστική επικοινωνία μπορεί να ονομαστεί και το σύνολο των διαδικασιών, των τεχνικών και των μέσων που μετέρχεται μια χώρα, για να προωθήσει τον πολιτισμό της. Επίσης, θα μπορούσε να είναι η προσπάθεια ενός ειδικού της τέχνης να επικοινωνήσει στο κοινό του τη σημασία και την αξία ενός έργου τέχνης. Ακόμη, θα μπορούσε να είναι η οργάνωση της συλλογής ενός μουσείου από έναν ειδικό, η συγγραφή ενός βιβλίου, αλλά και γενικά η κάθε μορφής παραγωγή και προώθηση ενός πολιτιστικού αγαθού (Κίτσιου, 2020-2021). Η προώθηση ενός πολιτιστικού αγαθού έχει ως στόχο της την πρόσληψή του από το εκάστοτε κοινό (Μπαντιμαρούδης, 2011, 17- 25).

Ο κάθε πολιτιστικός οργανισμός να προσπαθεί να διατηρεί μια αμοιβαία ανταποδοτική σχέση με το κοινό, εξασφαλίζοντας τη βιωσιμότητά του (Χουρμουζιάδη, 2017, 161). Ένας από τους πιο γνωστούς τρόπους επικοινωνίας με το κοινό είναι η διαφήμιση, μέσω της οποίας επιτυγχάνεται η αναγνωρισιμότητα του οργανισμού. Ενδεικτικά, μία ακόμη μέθοδος επικοινωνίας των πολιτιστικών οργανισμών είναι οι συνεργασίες με άλλους οργανισμούς. Σήμερα παρατηρείται συνεχής μεταβολή στον τομέα της επικοινωνίας, με αποτέλεσμα οι ερευνητές αλλά και οι υπεύθυνοι των πολιτιστικών οργανισμών να πρέπει να στοχεύουν στη διά βίου ενημέρωση. (Μπαντιμαρούδης, 2011, 17- 25).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι πολιτιστικές βιομηχανίες απευθύνονται στο κοινό. Σύμφωνα με τους σύγχρονους μελετητές, τα προϊόντα που διαθέτουν στο κοινό, διαμορφώνουν την αντίληψη μας για τον κόσμο, την κοινωνική μας συνείδηση, τον εσωτερικό μας κόσμο, τα συναισθήματα και την ταυτότητά μας (Βερνίκος, 2005, 40). Τα πολιτιστικά αυτά αγαθά διαθέτουν τέσσερα χαρακτηριστικά: την άυλη φύση τους, το αδιαχώριστο της παραγωγής και της κατανάλωσης, την ετερογένεια αλλά και την αναλωσιμότητα (Hill, O'Sullivan, & O'Sullivan,

2003, 115- 117). Ένας πολιτιστικός οργανισμός, λοιπόν, οφείλει να προστατεύει τα αγαθά αυτά μέσω της διατήρησης της συλλογής του και της αποτύπωσης της ιστορίας τους, με τρόπους προσβάσιμους στο κοινό. Οι παραπάνω διαδικασίες αποτελούν σημαντικούς παράγοντες της πολιτιστικής επικοινωνίας (Negri, 2009, 33).

Μέσω διάφορων πρακτικών της πολιτιστικής επικοινωνίας, οι στόχοι και οι δράσεις ενός οργανισμού γίνονται γνωστοί στο ευρύτερο κοινό, με αποτέλεσμα ο οργανισμός να γίνεται πιο ελκυστικός (Merriman, 1999, 43). Η επικοινωνία μιας πολιτιστικής βιομηχανίας ή οργανισμού ξεκινά από τους διευθυντές προς τους εργαζόμενους και στη συνέχεια προς τους χρηματοδότες, ανταγωνιστές, προμηθευτές και το κοινό. Οι τρόποι επικοινωνίας ποικίλουν και θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα της παρούσας μελέτης. Ενδεικτικά, αναφέρω την γραπτή επικοινωνία, την προφορική, την ηλεκτρονική και τις ομαδικές συζητήσεις (Τσουρβάκας, 2012, 113, 114).

3.3.2. Μουσεία και επικοινωνία

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα ασχοληθούμε με την επικοινωνία των μουσείων. Αρχικά, είναι σημαντικό να αναφερθεί ο ορισμός της έννοιας «μουσείο» σε διεθνές επίπεδο. Στα τέλη της δεκαετίας του 1960 δόθηκε από το ICOM¹¹ ένας περιεκτικός ορισμός του μουσείου ως: «μόνιμου θεσμού που συντηρεί και παρουσιάζει συλλογές αντικειμένων με πολιτιστική ή επιστημονική σημασία, με σκοπό τη μελέτη, την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία» (Βουδούρη, 2003, 90). Το 2007 ο ορισμός του «μουσείου» διευρύνθηκε, για να μπορεί να συμβαδίζει με τη σημερινή πραγματικότητα και τα σημερινά χαρακτηριστικά των συγκεκριμένων οργανισμών και έγινε ως εξής:

«Το Μουσείο είναι ένας μη-κερδοσκοπικός, μόνιμος θεσμός/ οργανισμός, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της ανάπτυξής της, ανοιχτός στο κοινό, ο οποίος αποκτά, συντηρεί, ερευνά, προβάλλει και εκθέτει την υλική και άυλη κληρονομιά της ανθρωπότητας και του περιβάλλοντός της, με στόχο την εκπαίδευση, μελέτη και ψυχαγωγία» (ICOM).

¹¹ Το ICOM είναι το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων το οποίο συστήθηκε το 1946 με έδρα το Παρίσι και αποτελεί το διεθνή οργανισμό για την εκπροσώπηση των μουσείων και όσων εργάζονται σε αυτά. Είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που προωθεί και υποστηρίζει το έργο των μουσείων και των εργαζομένων τους σε παγκόσμιο επίπεδο (ICOM international council of museums, n.d., Τελευταία πρόσβαση στις 08/08/2021).

Ο πιο σύγχρονος ορισμός των μουσείων ορίζει τους συγκεκριμένους χώρους ως μέρη στα οποία οι άνθρωποι μπορούν να εξερευνήσουν τις προσωπικές τους πεποιθήσεις μέσω καθολικών αληθειών (Desvallées & Mairesse, 2014, 86- 91).

Σήμερα τα μουσεία συνεχίζουν να διατηρούν τον ερευνητικό και επιστημονικό χαρακτήρα τους. Συνεχίζουν, επίσης, να αποτελούν φορείς διαχείρισης αντικειμένων, συλλογής, καταγραφής, συντήρησης και μελέτης. Από τα μέσα του 20ού αιώνα και μετά, όμως, το κέντρο βάρους των συγκεκριμένων οργανισμών έχει μετατοπιστεί στον επισκέπτη και έχει γίνει ανθρωποκεντρικό. Το 1998 η Ένωση Μουσείων της Μεγάλης Βρετανίας δίνει έναν νέο ορισμό στη λέξη μουσείο που είναι ο εξής: «Τα μουσεία δίνουν στους ανθρώπους τη δυνατότητα να ανακαλύπτουν συλλογές και να αντλούν έμπνευση, γνώση και ευχαρίστηση. Είναι ιδρύματα που συλλέγουν, προστατεύουν και κάνουν προσιτά αντικείμενα και δείγματα του φυσικού κόσμου, τα οποία φυλάσσουν προς όφελος της κοινωνίας» (Γκαζή, 2003, 3, 4).

Βάσει της παραπάνω προσέγγισης έχουν μελετηθεί και αναπτυχθεί νέοι μέθοδοι επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό τους (Μπαντιμαρούδης, 2011, 26, 27). Τα μουσεία καλούνται πλέον να προσφέρουν ποικίλες εμπειρίες, με σκοπό να ανταποκριθούν στις ανάγκες όλων των κατηγοριών του πληθυσμού. Επίσης, θα πρέπει να δίνεται έμφαση και στην ποιότητα της δημόσιας εικόνας των οργανισμών, του περιεχομένου και των λειτουργιών τους. Τα παραπάνω είναι παράμετροι που θα επηρεάσουν τον επισκέπτη να επιστρέψει μελλοντικά ή και να συστήσει το μουσείο σε άλλα άτομα. Είναι βασικό πλέον το κοινό να μπορεί να εμπλέκεται, με διάφορους τρόπους, στις συλλογές και να νιώθει οικεία να επισκεφτεί ξανά το χώρο (Black, 2009, 2014, 313- 315).

Είναι φανερό ότι τα μουσεία του 21^{ου} αιώνα καλούνται να αντιμετωπίσουν μια νέα πρόκληση στο κομμάτι της επικοινωνίας του χώρου με το κοινό. Οι υπεύθυνοι του εκάστοτε μουσείου θα πρέπει να αντιληφθούν τη φυσιογνωμία, τα κίνητρα, τις προσδοκίες και τις ανάγκες του ήδη υπάρχοντος κοινού και να καταφέρουν να οικοδομήσουν μια σχέση διάρκειας. Ταυτόχρονα, όμως, καλούνται να διευρύνουν το κοινό τους, προσπαθώντας να διατηρήσουν και το ήδη υπάρχον (Black, 2009, 2014, 27- 28).

Στο πλαίσιο της επικοινωνιακής στρατηγικής ένα μουσείο είναι σημαντικό να εντάσσει νέες μεθόδους σύνδεσης με το κοινό (Νικονάνου, 2010, 86). Αρχικά να διασφαλίσει μια ζεστή ατμόσφαιρα για παιδιά και ενήλικες, ένα άνετο κλίμα και έναν πρακτικό προσανατολισμό για

το κοινό. Άλλο ένα σημαντικό στοιχείο είναι η κατανοητή δομή μιας έκθεσης αλλά και οι κατανοητές ερμηνευτικές λεπτομέρειες των εκθεμάτων. Τα σημεία ξεκούρασης βοηθούν τον επισκέπτη να διατηρήσει τη συγκέντρωσή του αλλά και το ενδιαφέρον του. Ακόμη οι υπεύθυνοι ενός μουσείου μπορούν να επιλέγουν εκθέσεις που προσφέρουν πάντα κάτι πρωτότυπο στο κοινό αλλά και ποιοτικά εκπαιδευτικά προγράμματα τα οποία να βασίζονται στις εκθέσεις. Το πιο βασικό όμως είναι το περιβάλλον του μουσείου να ενθαρρύνει τους επισκέπτες να επικοινωνούν μεταξύ τους και να συνδέουν τα όσα συμβαίνουν στο χώρο με την προσωπική τους γνώση και εμπειρία (Black, 2009, 2014, 294).

Τέλος, τα μουσεία του 21^{ου} αιώνα είναι σημαντικό να ανταποκρίνονται στις προκλήσεις των νέων κοινωνικοπολιτικών δεδομένων και να διευρύνουν τις δράσεις τους σε ευαίσθητες πληθυσμιακές ομάδες όπως οι πρόσφυγες, οι μετανάστες, τα άτομα με αναπηρίες αλλά και άλλες ομάδες κοινωνικού αποκλεισμού (Βαφειαδάκη, Κόντσα, & Μουσιώνη, 2004, 7).

3.3.3. Το κοινό των μουσείων

Όπως αναφέρθηκε στις προηγούμενες ενότητες, τα μουσεία, τις τελευταίες δεκαετίες, έχουν αποκτήσει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Παρ' όλο που τα μουσεία είναι ανοιχτά στο κοινό πάνω από τριακόσια χρόνια, μόνο τις τελευταίες δεκαετίες προσπάθησαν να κατανοήσουν πώς να επικοινωνούν καλύτερα με το κοινό τους. Πριν από αυτό, τα μουσεία φιλοξενούσαν, συνήθως, συλλογές αντικειμένων που δύσκολα μπορούσαν να προσελκύσουν άτομα που δεν είχαν υψηλό επίπεδο γνώσεων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να υπάρχει διάκριση ανάμεσα στους ανθρώπους με μόρφωση και σε εκείνους που δεν είχαν το κατάλληλο επίπεδο μόρφωσης, για να επισκεφθούν ένα μουσείο. Τις τελευταίες δεκαετίες, όμως, τα μουσεία προσπαθούν να κατανοήσουν τις ομάδες των επισκεπτών αλλά και να επικοινωνήσουν μαζί τους. Άλλωστε, η ικανοποιητική προσέλκυση του κοινού βοηθά το εκάστοτε μουσείο να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά του (Merriman, 1999).

Σύμφωνα με τον Merriman,

«Δεν υφίσταται κάποιος χαρακτηριστικός τύπος επισκέπτη μουσείων» (Merriman, 1999).

Επισκέπτες των μουσείων μπορούν να είναι όλοι οι άνθρωποι, ό,τι ηλικία και να έχουν, από όποια χώρα κι αν κατάγονται, ό,τι γλώσσα κι αν μιλάνε, αρτιμελείς και μη. Σύμφωνα με παλαιότερες έρευνες, οι επισκέπτες των μουσείων ανήκαν σε τέσσερις βασικές ομάδες: επισκέπτες που πήγαιναν στο μουσείο μόνοι τους, εκείνοι που επισκέπτονταν το χώρο σε ζεύγη, ενήλικες με παιδιά και ομάδες ενηλίκων (Merriman, 1999).

Στις μέρες μας, οι ομάδες κοινού των μουσείων είναι δύσκολο να κατηγοριοποιηθούν. Αρχικά, θα πρέπει να αναφερθεί ότι η λέξη «κοινό» ενός μουσείου αναφέρεται στους επισκέπτες, στους ακροατές, στους αναγνώστες, στους θεατές, στους συμμετέχοντες και στους ανθρώπους που αγοράζουν έργα τέχνης. Ακόμη, αναφέρεται στους ανθρώπους που το εκάστοτε μουσείο θέλει να προσελκύσει, στους εθελοντές και στο προσωπικό του μουσείου (Arts Council England, 2006). Ο Black (Black, 2014) κατηγοριοποιεί το «παραδοσιακό» κοινό των μουσείων με βάση τα εξής κριτήρια:

1. Δημογραφικά κριτήρια, όπως, ηλικία, φύλο, επίπεδο μόρφωσης, κοινωνική τάξη και επάγγελμα. Στην ίδια κατηγορία εντάσσεται και η οικογενειακή κατάσταση των επισκεπτών ενός μουσείου, καθώς μέσω αυτής, μπορεί να προβλεφθεί η συμπεριφορά ειδικών κατηγοριών κοινού, όπως είναι οι εργένηδες αλλά και τα εξαρτώμενα μέλη μίας οικογένειας. Στις μέρες μας μεγάλο ρόλο παίζει και η εθνική προέλευση του κοινού.
2. Γεωγραφικά κριτήρια. Στη συγκεκριμένη κατηγορία μελετάται το αν οι επισκέπτες είναι κάτοικοι της πόλης στην οποία ανήκει το μουσείο, αν είναι τουρίστες, εκδρομείς ή αν έρχονται από το εξωτερικό.
3. Κοινωνικά- οικονομικά κριτήρια. Οι επισκέπτες ταξινομούνται ανάλογα με το κοινωνικό και το οικονομικό τους υπόβαθρο. Ενδεικτικά, οι επισκέπτες θα μπορούσαν να ανήκουν στην κατηγορία των υψηλόβαθμων στελεχών με υψηλά εισοδήματα, στην κατηγορία των επαγγελματιών με μεσαία εισοδήματα ή ακόμη και στην κατηγορία των συνταξιούχων, των ανέργων ή των ανθρώπων που εργάζονται περιστασιακά.
4. Κριτήρια εκπαίδευσης. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται οι μαθητές και οι φοιτητές των διαφορετικών βαθμίδων εκπαίδευσης.

5. Κριτήρια που αφορούν στους επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα. Ενδεικτικά, σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν οι επιστήμονες, οι ομάδες που μελετούν την τοπική ιστορία, οι μουσειολόγοι κ.ά.
6. Ψυχογραφικά κριτήρια. Η συγκεκριμένη κατηγορία μελετά των τρόπο ζωής, τη νοοτροπία και τις απόψεις των επισκεπτών ενός μουσείου αλλά και του δυνητικού κοινού (Black, 2014, 31, 32).

Οι νεότερες θεωρίες που αφορούν στο κοινό των μουσείων μελετούν πλέον και άλλα κριτήρια. Μελετάται, για παράδειγμα, η εποχή του χρόνου που τα άτομα επισκέπτονται ένα μουσείο. Είναι πιο πιθανό εκείνοι που θα επισκεφθούν ένα μουσείο το χειμώνα να είναι τα άτομα που διαμένουν σε κοντινές περιοχές. Το καλοκαίρι συνήθως ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται, καθώς το μουσείο επισκέπτονται τουρίστες με τις οικογένειές τους και ομάδες ταξιδιωτών όλων των ηλικιών. Σημαντικό ρόλο παίζει και το είδος του μουσείου. Για παράδειγμα, ένα παιδικό μουσείο συγκεντρώνει περισσότερες οικογένειες με παιδιά (Lord & Lord, 2017, 121). Ακόμη, υπάρχουν τα άτομα που επισκέπτονται ένα μουσείο πολλές φορές και άλλα που η επίσκεψή τους σταματά στη μία φορά (Black, 2014, 27).

Επομένως, το κοινό των μουσείων δεν είναι ενιαίο και ομοιογενές. Γι' αυτό το λόγο, τα μουσεία σήμερα αντιμετωπίζουν την πρόκληση της κατανόησης της φυσιογνωμίας των αναγκών και των προσδοκιών του ήδη υπάρχοντος κοινού και της δημιουργίας μίας σχέσης διαρκείας μαζί του. Ταυτόχρονα, όμως, καλούνται να διερευνήσουν του τρόπους με τους οποίους θα προσελκύσουν νέες ομάδες κοινού, στις οποίες ανήκουν και τα άτομα που, για διάφορους λόγους, δεν επισκέπτονται τα μουσεία (Black, 2014, 27).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.4: Τα σπίτια- μουσεία και η επικοινωνιακή τους διάσταση

4.1. Μια εισαγωγή στην έννοια «σπίτι- μουσείο»

Ανάμεσα στα πολλά είδη μουσείων που υπάρχουν σε πολλά σημεία του πλανήτη είναι και εκείνα που ονομάζονται «σπίτια-μουσεία» ή «οικίες-μουσεία». Ένα ιστορικό σπίτι- μουσείο είναι ένα σπίτι το οποίο έχει μετατραπεί σε μουσείο. Συνήθως, είναι αφιερωμένο στον προηγούμενο ιδιοκτήτη του ο οποίος ήταν σημαντική προσωπικότητα της εποχής του. Μπορεί να είναι ένα παλάτι, ένα διαμέρισμα ή μια οικία μιας διάσημης προσωπικότητας, το στούντιο ενός καλλιτέχνη, ένα πλούσιο αστικό σπίτι ή ακόμη και μια λιτή εξοχική κατοικία. Μέσα σε έναν τέτοιου είδους χώρο ο επισκέπτης μπορεί να δει, για παράδειγμα, τα έπιπλα του ίδιου του σπιτιού, τοποθετημένα όπως ακριβώς ήταν την εποχή που το σπίτι ανήκε στον ιδιοκτήτη του. Μία άλλη ονομασία για τα σπίτια-μουσεία είναι η ονομασία «μουσείο μνήμης», που χρησιμοποιείται διότι οι συγκεκριμένοι χώροι περιλαμβάνουν συλλογές μέσω των οποίων αποτυπώνονται οι ζωές των ανθρώπων που κάποτε έμεναν εκεί. Τα περισσότερα από τα «εκθέματα» που συναντώνται στα μουσεία αυτά είναι τα αυθεντικά αντικείμενα του σπιτιού. Μέσα από τους χώρους και τα αντικείμενα ο επισκέπτης καλείται να αντιληφθεί ακόμη και τον κοινωνικό ρόλο του σπιτιού την εποχή της ακμής του. Κάποια από αυτά έχουν αναδιαμορφωθεί έτσι ώστε να αντικατοπτρίζουν την ιστορία μιας περιοχής, τις κοινωνικές τάξεις ή ακόμα και μια ιστορική περίοδο (Cabral, 2018, 41- 43).

Το 1998 η Διεθνής Επιτροπή των Ιστορικών Σπιτιών-Μουσείων, αφού μελέτησε επιστημονικές και πολιτιστικές εκτιμήσεις οι οποίες αφορούσαν τα ιστορικά σπίτια-μουσεία, αποφάνθηκε ότι, όταν τα συγκεκριμένα σπίτια είναι ανοιχτά στο κοινό, διατηρημένα στην αρχική τους κατάσταση και δεν έχει μετατραπεί η συλλογή τους, αποτελούν μία σπάνια και ιδιαίτερη κατηγορία μουσείων. Η συλλογή ενός σπιτιού- μουσείου μπορεί να περιλαμβάνει όλων των ειδών τα εκθέματα. Τέλος, τα εκθέματα των συγκεκριμένων μουσείων δημιουργούν όλα μαζί τη συλλογή του και δεν απομονώνονται ως ξεχωριστά έργα τέχνης. Ο χώρος και τα αντικείμενα αντανakλούν το πνεύμα των ανθρώπων που ζούσαν σε αυτό το σπίτι και δημιουργούν έντονα συναισθήματα στον επισκέπτη (Pinna, 2001, 4, 5).

Οι κατηγορίες των σπιτιών-μουσείων είναι αρκετές, αλλά θα μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν ενδεικτικά σύμφωνα με κάποια παραδείγματα χωρών όπως είναι η Αγγλία, η Αμερική και η Αυστραλία, στις οποίες υπάρχουν πολλά σπίτια-μουσεία. Σύμφωνα με την μελέτη της Linda Young, μία πρώτη κατηγορία είναι η οικία ενός ήρωα στην οποία ζούσε ή έζησε για ένα διάστημα κάποια σημαντική προσωπικότητα. Μία άλλη κατηγορία είναι το σπίτι-μουσείο που περιλαμβάνει μια συλλογή επίπλων ή μια συλλογή αντικειμένων που έχει συγκεντρωθεί στο συγκεκριμένο χώρο από τους ανθρώπους που έμεναν εκεί. Η επόμενη κατηγορία έχει να κάνει με τον σχεδιασμό ενός σπιτιού και μελετάται ως προς την καινοτομία, τη διακόσμηση και την τεχνική οικοδόμησής του. Άλλη κατηγορία αποτελούν τα ιστορικά σπίτια-μουσεία μέσα στα οποία συνέβη κάποιο σημαντικό ιστορικό γεγονός. Μία άλλη κατηγορία είναι τα σπίτια-μουσεία που προκαλούν το συναίσθημα του επισκέπτη και η συλλογή τους δεν είναι βασισμένη σε κάποιο ιστορικό γεγονός, αλλά στο μεγαλείο της ίδιας της συλλογής. Τέλος, πάντα σύμφωνα με τη Young, υπάρχει η κατηγορία των εξοχικών κατοικιών όπου δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην αρχιτεκτονική του σπιτιού, στα έπιπλα, στις συλλογές αλλά και στους κήπους. Η συγκεκριμένη κατηγορία συναντάται συχνά στη Βρετανία (Young, 2007, 62, 63).

Σύμφωνα με την Monica Risnicoff de Gorgas, το στοιχείο που κάνει τα σπίτια-μουσεία παγκοσμίως ξεχωριστά είναι η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα που αποπνέουν. Οι οικίες εκείνες που έχουν μετατραπεί σε μουσεία ανακαλούν τα συναισθήματα και τις μνήμες των επισκεπτών σε βαθμό που κανένα άλλο είδος μουσείου δεν μπορεί. Η ατμόσφαιρα αυτή ταξιδεύει τους επισκέπτες σε άλλες εποχές, κάνοντάς τους να αναρωτιούνται πώς θα ήταν τα συναισθήματα αλλά και η ζωή των ανθρώπων που έμεναν εκεί. Τα σπίτια-μουσεία επαναφέρουν στον επισκέπτη πολιτιστικές μνήμες σε συνδυασμό με συναισθήματα και γνώση (Risnicoff de Gorgas, 2001, 10).

Όπως όλα τα μουσεία, έτσι και τα σπίτια-μουσεία αποτελούν ένα μέσο επικοινωνίας με την κουλτούρα ενός τόπου. Ταυτόχρονα έχουν και εκπαιδευτικό ρόλο καθώς όλα τα είδη μουσείων είναι χώροι μνήμης και πνευματικής αφύπνισης. Μέσω των συγκεκριμένων πολιτιστικών χώρων η θνητότητα περνά στην αθανασία. Κάπως έτσι και τα σπίτια-μουσεία φέρνουν στην επιφάνεια το παρελθόν με τη βοήθεια της μνήμης (Cabral, 2018, 43).

Ένα από τα στοιχεία που ξεχωρίζει τα σπίτια-μουσεία από τα άλλα μουσεία είναι η δυνατότητά τους να μεταφέρουν άμεσα τον επισκέπτη στην εποχή που αντιπροσωπεύουν. Σε

αυτό βοηθά η επίπλωση καθώς και η διάταξη του χώρου που είναι αμετάβλητη μέσα στα χρόνια, σε πολλές περιπτώσεις σπιτιών- μουσείων. Οι οικίες- μουσεία συμβάλλουν στη δημιουργία πολιτιστικών μύθων και με αυτόν τον τρόπο προετοιμάζουν το έδαφος για την αναθεώρηση κάποιων επινοημένων παραδόσεων, παραμορφωμένων μύθων και συμβατικών αξιών (Risnicoff de Gorgas, 2001, 12).

Σε ένα σπίτι- μουσείο τα αντικείμενα, οι φωτογραφίες, τα γράμματα και οι πίνακες δεν αντικατοπτρίζουν μόνο τη ζωή των ιδιοκτητών αλλά και το γενικότερο κλίμα της εποχής που αντιπροσωπεύει. Ο επισκέπτης μπορεί να πληροφορηθεί για τα είδη εργασίας εκείνης της εποχής, την καθημερινότητα των ανθρώπων αλλά και για τα οικονομικοκοινωνικά δεδομένα της περιόδου. Οι οικίες αυτές αποτελούν σημαντικό αντικείμενο μελέτης και έρευνας για πολλούς επιστήμονες. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται και στο άτομο ή στα άτομα που έμεναν σε αυτό το σπίτι, στην προσωπική τους ιστορία και συνήθειες, με αποτέλεσμα να προκαλείται το ενδιαφέρον των επισκεπτών ως προς την εκάστοτε προσωπικότητα. Τα περισσότερα αντικείμενα ενός σπιτιού-μουσείου, συνήθως, θυμίζουν στον επισκέπτη αντίστοιχα αντικείμενα που έχει στο δικό του σπίτι ή που είχε στο σπίτι το οποίο μεγάλωσε. Ακόμη κι αν κάποια αντικείμενα ενός σπιτιού-μουσείου δεν είναι γνωστά στον επισκέπτη, είναι αρκετά εύκολο να γίνουν κατανοητά μέσω της σύνδεσής τους με την υπόλοιπη συλλογή, με τα δωμάτια και τους χώρους της οικίας. Άλλωστε κάποιοι χώροι και κάποια στοιχεία μίας οικίας-μουσείου είναι πολύ πιθανό να ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα του επισκέπτη (Pavoni, 2001, 17- 20).

Βασικός στόχος ενός μουσείου- σπιτιού και των ανθρώπων που είναι υπεύθυνοι για αυτό είναι ο επισκέπτης να εμπλακεί στο γενικότερο κλίμα της οικίας. Μαθαίνοντας τις ιστορίες των ανθρώπων που έμεναν εκεί, ο επισκέπτης μπορεί να επεξεργαστεί στο μυαλό του τις πρώτες αυτές πληροφορίες και μετά να μοιραστεί την εμπειρία του με την οικογένεια και τους φίλους του. Η πιο σημαντική πρόκληση για ένα σπίτι- μουσείο, όπως και για όλα τα μουσεία, είναι ο επισκέπτης να δημιουργήσει τη δική του εμπειρία, τη δική του γνώμη και γνώση αλλά και ιστορία για το μέρος που επισκέφτηκε (Young, 2007, 75, 76). Στην επόμενη ενότητα θα δούμε πώς τα σπίτια-μουσεία χειρίζονται το κομμάτι της επικοινωνίας, μέσα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε για σκοπό της παρούσας μελέτης.

4.2. Παραδείγματα σπιτιών- μουσείων από την Ελλάδα και την Ευρώπη

4.2.1. Σπίτια- μουσεία Ελλάδας

Α) Σπίτι-Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου, Χανιά



Εικόνα 17 Η Οικία- Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου στα Χανιά (Archaeology Newsroom, 2015)

Το σπίτι- μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου βρίσκεται στην περιοχή Χαλέπα των Χανίων. Ήταν το πατρικό σπίτι του Ελευθερίου Βενιζέλου και έζησε εκεί από το 1880 έως το 1910 και κατά διαστήματα έως το 1935. Θεωρείται σπίτι- μουσείο ιστορικού προσώπου (Young, 2006). Αποτελεί μία από τις διώροφες μονοκατοικίες της περιοχής οι οποίες είναι χαρακτηριστικά δείγματα του πολεοδομικού ιστού της εποχής που δημιουργήθηκαν. Το 1927 ο Ελευθέριος Βενιζέλος ανακαίνισε την οικία και πήρε τη μορφή που έχει έως σήμερα. Οι χώροι έχουν διατηρηθεί στην αρχική τους μορφή ακριβώς όπως όταν στο σπίτι κατοικούσε ο Βενιζέλος. Το σπίτι- μουσείο περιλαμβάνει μια συλλογή από αυθεντικά έπιπλα του 1925-’35, διακοσμητικά αντικείμενα, πίνακες εποχής, πρωτότυπες φωτογραφίες και προσωπικά αντικείμενα ιδιαίτερης

αξίας. Στη διάρκεια της Κατοχής το σπίτι υπέστη σοβαρές φθορές, βανδαλισμούς και κλοπές. Η πρώτη αποκατάσταση του κτιρίου έγινε από το Σοφοκλή Βενιζέλο. Το 2002 το σπίτι αγοράστηκε από το Υπουργείο Οικονομικών και παραχωρήθηκε στο «Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών και Μελετών «Ελευθέριος Κ. Βενιζέλος». Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του Ιδρύματος «τον Μάιο του 2012, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ανέλαβε, με χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ, το έργο της στατικής αποκατάστασης και της μετατροπής της οικίας σε σύγχρονο μουσείο. Η Οικία-Μουσείο υποδέχθηκε τους πρώτους επισκέπτες της το καλοκαίρι του 2015. Τα επίσημα εγκαίνια έγιναν την 1η Νοεμβρίου 2015»¹².

Στο ερωτηματολόγιο που αφορούσε τις νέες τεχνολογίες προβολής και προσέλκυσης κοινού απάντησε η Χαρά Αποστολάκη, Μουσειολόγος-Αρχειονόμος-Βιβλιοθηκονόμος, που εργάζεται στο σπίτι- μουσείο Βενιζέλου. Σύμφωνα με την ίδια, η Οικία προσελκύει όλες τις ομάδες κοινού. Κατά τη διάρκεια της σχολικής χρονιάς το μουσείο επισκέπτονται πολλοί μαθητές οι οποίοι παρακολουθούν τα εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρονται από το μουσείο και αφορούν όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης. Τα καλοκαίρια οι ηλικιακές ομάδες του κοινού αλλάζουν λόγω του τουρισμού και το μουσείο επισκέπτονται άτομα μεγαλύτερης ηλικίας αλλά και η ομάδα κοινού τριάντα με σαρανταπέντε ετών. Όλες οι δράσεις της οικίας έχουν απήχηση στο κοινό (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Α.).

Όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες και τις δράσεις που προσφέρονται στο κοινό από το μουσείο, αυτές είναι η ψηφιακή και η κλασσική ξενάγηση, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, η ελεύθερη περιήγηση, τα οικογενειακά προγράμματα, η εκπαιδευτική σοφίτα, διάφορες εκδηλώσεις και οι βιωματικές δράσεις για παιδιά και ενήλικες. Οι νέες τεχνολογίες αποτελούν μέρος του μουσείου εδώ και πολλά χρόνια. Στην οικία υπάρχει μία διαδραστική- εκπαιδευτική σοφίτα όπου οι μαθητές όλων των τάξεων μαθαίνουν διασκεδάζοντας μέσα από παραδοσιακά αλλά και πρωτότυπα παιχνίδια τεχνολογίας. Το ψηφιακό αρχείο του χώρου μπορεί να αναζητηθεί στον ιστότοπο της οικίας, στο SearchCulture αλλά και στη σελίδα της Europeana και ανανεώνεται συχνά με νέο υλικό. Στο χώρο του μουσείου υπάρχουν τάμπλετ μέσω των οποίων γίνεται ψηφιακή ξενάγηση. Τέλος, η Οικία Ελευθερίου Βενιζέλου είναι ιδιαίτερα ενεργή στα κοινωνικά δίκτυα.

¹² <https://www.venizelos-foundation.gr/el/%ce%bc%ce%bf%cf%85%cf%83%ce%b5%ce%b9%ce%b1/oikia-mouseio-venizelou/to-spiti-tis-halepas/>

Μία από τις νέες δράσεις που έχει δημιουργηθεί από το Ίδρυμα Βενιζέλου είναι οι «ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟ ΒΕΝΙΖΕΛΟ» μέσω της οποίας θα παρουσιάζονται μικρά σε διάρκεια βίντεο όπου οι ιστορικοί- ξεναγοί της οικίας θα απαντούν σε συνήθεις ερωτήσεις των επισκεπτών. Ακόμη, από τη νέα σχολική χρονιά θα παρουσιαστεί διαδικτυακά ένα νέο εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Οι υπεύθυνοι του μουσείου- σπιτιού προετοιμάζουν επίσης μία διαδραστική ξενάγηση μέσω εφαρμογής σε IOS και Android το οποίο θα χρησιμοποιεί beacon, QR και AR. Ταυτόχρονα, δημιουργείται ένα παιχνίδι θησαυρού που θα πραγματοποιείται μέσω εφαρμογής και θα αφορά όλους τους χώρους δράσης του Βενιζέλου στην πόλη των Χανίων. Τέλος, έχει κατατεθεί πρόταση από το μουσείο ώστε να ενταχθούν στα προγράμματα του εφαρμογές 3D αναπαράστασης με oculus¹³. Μαζί με την παραπάνω πρόταση έχει προγραμματιστεί από τους υπεύθυνους του μουσείου και εικονική περιήγηση, ηχητική ξενάγηση αλλά και εικονική πραγματικότητα σε περιβάλλον VR (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Α.).

Β) Σπίτι-Μουσείο Μπουμπουλίνας, Σπέτσες



Εικόνα 18 Το σπίτι- μουσείο της Μπουμπουλίνας στις Σπέτσες (Newsroom, Μπουμπουλίνα: Φωτορεπορτάζ από το 300 ετών αρχοντικό σπίτι της στις Σπέτσες, 2016)

¹³ Το Oculus Go χρησιμοποιεί εσωτερικές κάμερες, αισθητήρες και ειδικό λογισμικό για να καταγράφει τις σωματικές κινήσεις, οι οποίες «μεταφράζονται» σε κινήσεις στους εικονικούς κόσμους που βλέπει ο χρήστης (Newsroom, 2017).

Το σπίτι- μουσείο της Μπουμπουλίνας βρίσκεται στις Σπέτσες και στεγάζεται στο αρχοντικό της οικογένειας Μπούμπουλη. Το συγκεκριμένο μουσείο θεωρείται σπίτι- μουσείο ιστορικού προσώπου (Young, 2006). Το αρχοντικό χτίστηκε τον 17ο αιώνα και η Λασκαρίνα έζησε εκεί με την οικογένεια της έως τον θάνατό της το 1825. Το αρχοντικό βρισκόταν υπό κατάρρευση αλλά ανακαινίστηκε από το Φίλιππο Δεμερτζή- Μπούμπουλη, απόγονο της Μπουμπουλίνας και από το 1991 λειτουργεί ως μουσείο και πολιτιστικό κέντρο. Ο πρώτος όροφος του σπιτιού φιλοξενεί το μουσείο στο οποίο εκτίθενται κειμήλια της οικογένειας Μπούμπουλη, μεταξύ των οποίων και προσωπικά αντικείμενα της Λασκαρίνας Μπουμπουλίνας. Μέρος της εκθεσιακής συλλογής αποτελούν τα ιταλικά- γαλλικά έπιπλα του 18^{ου} και του 19^{ου} αιώνα αλλά και τα όπλα της εποχής του 1821 μαζί με την πιστόλα της Λασκαρίνας¹⁴.

Σύμφωνα με τον Παύλο Δεμερτζή - Μπούμπουλη, μεγάλο μέρος του κοινού του μουσείου αποτελούν οι μαθητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Το μεγαλύτερο μέρος του κοινού αποτελούν Έλληνες επισκέπτες 30 έως 50 ετών. Επίσης το κοινό αποτελείται από ομάδες ΚΑΠΗ, σχολεία και ξένους παραθεριστές, κυρίως Γάλλους και Άγγλους. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι οι συναυλίες, οι θεατρικές παραστάσεις, οι παρουσιάσεις βιβλίων και οι χορευτικές εκδηλώσεις (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Β.).

Άλλοι τρόποι προσέλκυσης κοινού είναι η μετάφραση της ιστορίας της Μπουμπουλίνας σε 25 γλώσσες, η παρουσία του μουσείου στα κοινωνικά δίκτυα, όπως Facebook και Instagram και οι ξεναγήσεις. Επίσης, θα ανοίξει για το κοινό και ο δεύτερος όροφος του αρχοντικού όπου θα φιλοξενούνται πολιτιστικά δρώμενα και εκθέσεις. Οι υπεύθυνοι του χώρου βρίσκονται στη διαδικασία δημιουργίας νέας ιστοσελίδας που θα περιλαμβάνει διαδραστικό περιεχόμενο. Μελλοντικά θα ενταχθούν στην επικοινωνιακή πολιτική του μουσείου νέες μέθοδοι επικοινωνίας, όπως οπτικο- ακουστικά μέσα και εφαρμογές μέσω κινητών τηλεφώνων. Ταυτόχρονα θα ιδρυθεί και Σύλλογος Φίλων του Μουσείου Μπουμπουλίνας. Τέλος, θα δημιουργηθεί ένα e-shop του μουσείου (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Β.).

14

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF_%CE%9C%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CF%82

Γ) Σπίτι-Μουσείο Καποδίστρια, Κέρκυρα



Εικόνα 19 Το σπίτι- μουσείο του Καποδίστρια στην Κέρκυρα (Μποζώνη, 2017)

Το σπίτι- μουσείο Καποδίστρια βρίσκεται στην Κέρκυρα και ονομάζεται «Κουκουρίτσα». Υπήρξε το σπίτι της οικογένειας των Καποδίστρια στη μέση Κέρκυρα. Θεωρείται σπίτι- μουσείο ιστορικού προσώπου και ταυτόχρονα σπίτι-μουσείο εξοχής, καθώς η οικία διατηρήθηκε από γενιά σε γενιά και περιβάλλεται από κήπους (Young, 2006). Ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει την πορεία της ζωής του Καποδίστρια, από τα παιδικά του χρόνια στην Κέρκυρα μέχρι τη δολοφονία του στο Ναύπλιο. Είναι το μοναδικό μουσείο στην Ελλάδα που είναι αφιερωμένο αποκλειστικά στη ζωή και το έργο του Ιωάννη Καποδίστρια. Άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό το 1981. Το 1998 ανακαινίστηκαν τρεις αίθουσες του χώρου και επανεκτέθηκε η συλλογή του. Το 2017, μετά από ακόμη μία σημαντική διαμόρφωση του χώρου, εγκαινιάστηκε το ανακαινισμένο Μουσείο Καποδίστρια- Κέντρο Καποδιστριακών Μελετών. Οι συλλογές της οικίας αποτελούνται από μεγάλο αριθμό προσωπικών αντικειμένων του Καποδίστρια, από τιμητικά δώρα που έλαβε κατά τη σταδιοδρομία του, βιβλία και αντικείμενα της οικοσκευής

του. Στη συλλογή του χώρου περιλαμβάνονται επίσης οικογενειακά κειμήλια αλλά και έπιπλα της αγρέπαυλης¹⁵.

Σύμφωνα με τη Ντάρια Κοσκόρου Διευθύντρια- Επιμελήτρια της οικίας Καποδίστρια οι ομάδες κοινού που προσελκύει το μουσείο είναι Έλληνες όλων των ηλικιών, σχολεία, φοιτητές ανθρωπιστικών και καλλιτεχνικών επιστημών, οικογένειες, φορείς, όπως πρόσκοποι και επιμορφωτικοί σύλλογοι, επισκέπτες του νησιού και φυσιολάτρες. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι εκείνες που έχουν δωρεάν συμμετοχή, τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι πολιτιστικές- ψυχαγωγικές εκδηλώσεις και οι εκδηλώσεις που είναι αφιερωμένες στον Καποδίστρια (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.2.Γ.).

Το μουσείο έχει παρουσία σε ψηφιακές πλατφόρμες όπως Facebook, Instagram, YouTube αλλά και newsletter. Επίσης διαθέτει δική του ιστοσελίδα όπου παρέχεται πλήθος πληροφοριών για τους επισκέπτες, τους ερευνητές και τους εκπαιδευτικούς. Η ιστοσελίδα του Ιδρύματος άλλαξε το Μάιο του 2021 και παρουσιάστηκε η πρώτη ψηφιακή έκθεση του χώρου αλλά και ψηφιακή περιήγηση στο κτήμα «Κουκουρίτσα». Το μουσείο διαθέτει επίσης ψηφιακό αρχείο μέσω του οποίου δημιουργείται επαφή με το κοινό (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.2.Γ.).

Η επιμελήτρια της οικίας Καποδίστρια πιστεύει ότι η προσέλκυση περισσότερων ομάδων κοινού μπορεί αρχικά να επιτευχθεί μέσω της αναβάθμισης της πρόσβασης στην περιοχή που στεγάζεται το μουσείο αλλά και μέσω διεύρυνσης του ωραρίου λειτουργίας του. Ο στόχος προσέλκυσης νέων ομάδων κοινού θα μπορούσε επίσης να επιτευχθεί μέσω συνεργασιών με φορείς τουρισμού του νησιού, εμπλουτισμού της συλλογής, ενίσχυσης των υπηρεσιών και των προγραμμάτων για ομάδες ΑμΕΑ. Ακόμη θα μπορούσαν να διοργανωθούν θεματικές δράσεις στον κήπο του μουσείου και να γίνεται μεγαλύτερη προβολή στα ΜΜΕ. Οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που μελλοντικά θα αναπτύξει το μουσείο είναι οι ψηφιακές ομιλίες- εκθέσεις, τα βιωματικά εργαστήρια και το crowdsourcing¹⁶ (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Γ.).

¹⁵ <https://www.capodistriasmuseum.gr/>

¹⁶ «Πρόκειται για ένα μοντέλο βάσει του οποίου οι εργασίες ανατίθενται εξωτερικά σε ένα μεγάλο, ακαθόριστο πλήθος εθελοντών, μέσω μιας ανοικτής διαδικτυακής πρόσκλησης. Στην περίπτωση επαναλαμβανόμενων εργασιών, η πρακτική αυτή έχει κάνει θαύματα. Πάρτε για παράδειγμα το SeeClickFix, μια ιστοσελίδα που επιτρέπει σε εθελοντές από όλον τον κόσμο να αναφέρουν μη επείγοντα προβλήματα της γειτονιάς τους, όπως για παράδειγμα μια λακκούβα σ' ένα δρόμο» (Musacchio, 2011).

Δ) Σπίτι-Μουσείο Καπράλου, Αίγινα



Εικόνα 20 Το σπίτι- μουσείο του Χρήστου Καπράλου στην Αίγινα (Καλόφωνος, 2012)

Το σπίτι- μουσείο του γλύπτη Χρήστου Καπράλου βρίσκεται στην Αίγινα, στην περιοχή Πλακάκια. Ανήκει στην κατηγορία των σπιτιών- μουσείων καλλιτεχνών (Καμπουρίδης, 2020, Τελευταία πρόσβαση στις 24/4/2021). Ο Καπράλος, έλληνας γλύπτης, ζωγράφος και χαράκτης, ίδρυσε το 1991 το Ίδρυμα Χρήστος και Σούλη Καπράλος στην Αίγινα. Δύο χρόνια μετά το θάνατο του, το 1995, άνοιξε το Μουσείο Χρήστος Καπράλος. Το μουσείο διαθέτει αίθουσες και υπαίθριο χώρο στα οποία φιλοξενούνται τα έργα του καλλιτέχνη. Η συλλογή περιλαμβάνει πίνακες ζωγραφικής, γλυπτά, χαρακτηριστικά, κεραμικά και τερακότες, με υλικά όπως ξύλο, χαλκό, μάρμαρο, τοπικό πωρόλιθο και γύψο. Το 2006 το Ίδρυμα Χρήστου και Σούλης Καπράλου περιήλθε στην Εθνική Πινακοθήκη¹⁷.

Σύμφωνα με την Αρετή Πηγιαδίτη, υπεύθυνη του Μουσείου, το μουσείο προσελκύει σχολικές τάξεις όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων, εικαστικούς, φοιτητές και καθηγητές,

¹⁷<https://weloveaegina.com/el/aigina/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CF%80%CF%81%CE%AC%CE%BB%CE%BF%CF%85/>

Συλλόγους, ΚΑΠΗ, οικογένειες, τουρίστες και ιδιώτες όλων των ηλικιών. Λόγω της μεγάλης ποικιλίας ομάδων κοινού δεν τίθεται θέμα διεύρυνσης κοινού (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Δ.).

Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι οι ξεναγήσεις και τα εκπαιδευτικά προγράμματα. Όσον αφορά στις νέες τεχνολογίες το Μουσείο διαθέτει οθόνη αφής η οποία προσελκύει το ενδιαφέρον των επισκεπτών όλων των ηλικιών. Στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου πραγματοποιούνται παρουσιάσεις σε τηλεοπτικές εκπομπές, στο Youtube και αναρτήσεις στο Facebook. Στην ιστοσελίδα της Εθνικής Πινακοθήκης- Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτσου υπάρχει ειδική αναφορά για το Μουσείο Καπράλο όπως και πληροφορίες για το γλύπτη Χρήστο Καπράλο και παρουσίαση πληθώρας έργων του. Το θέμα της ανάπτυξης σύγχρονων μεθόδων επικοινωνιακής πολιτικής είναι υπό εξέταση (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Δ.).

Ε) Σπίτι-Μουσείο Δροσίνη, Κηφισιά



Εικόνα 21 Το σπίτι- μουσείο Δροσίνη στην Κηφισιά (Τζαναβάρα, 2015)

Το σπίτι- μουσείο του Γεωργίου Δροσίνη βρίσκεται στο κέντρο της Κηφισιάς και στεγάζεται στη βίλλα «Αμαρυλλίς». Αποτελούσε το καταφύγιο του ποιητή, συγγραφέα και δημοσιογράφου στο οποίο έζησε τα δεκατρία τελευταία χρόνια της ζωής του (Τζαναβάρα, 2015, Τελευταία πρόσβαση στις 30/4/2021). Θεωρείται σπίτι- μουσείο σημαντικού προσώπου- ποιητή

(Καμπουρίδης, 2020). Το σπίτι αυτό αγοράστηκε από τον αδερφό του ποιητή, Στράτο, το 1918 και από το 1928 η οικογένεια κατοικούσε εκεί τους καλοκαιρινούς μήνες. Αρκετά χρόνια μετά το θάνατο του Δροσίνη η βίλλα «Αμαρυλλίς» μετατράπηκε σε μουσείο¹⁸. Η Συλλογή περιλαμβάνει τεύχη περιοδικών που είχε συγγράψει ο Δροσίνης, παρτιτούρες με μελοποιημένα ποιήματα του, βιτρίνες με χειρόγραφα του ποιητή, αλληλογραφία του με φίλους και φιλέλληνες, συλλογή από εφημερίδες, έπιπλα και πίνακες ζωγραφικής.

Σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Τατασόπουλο, υπεύθυνο του μουσείου- σπιτιού Δροσίνη, οι ομάδες κοινού που προσελκύει περισσότερο η οικία είναι τα σχολεία, οι σύλλογοι και οι ιδιώτες. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι οι φιλολογικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις με κοινωνικό αντίκρισμα, όπως δεξιώσεις και δείπνα. Στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου πραγματοποιείται η επικοινωνία με τους μαθητές μέσω ειδικών καρτών μεγάλου μεγέθους, με θέματα από το ποιητικό και πεζό έργο του Δροσίνη. Στις κάρτες κρύβονται σύνθετες λέξεις, σε στίχους που αποτυπώνουν τους διαλόγους του Δροσίνη και του Υπουργού Παιδείας, για τη φροντίδα των τυφλών. Δύο μαθητές αναπαριστούν τη σκηνή του διαλόγου και επαναλαμβάνουν με δικά τους λόγια τη στιχομυθία. Επίσης, γίνονται εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά μικρότερων τάξεων που περιλαμβάνουν και ομαδικά παιχνίδια στην αυλή της οικίας στα οποία αναφέρονται τα παραμύθια που έχει γράψει ο Δροσίνης. Με σκοπό να επιτευχθεί η εξοικείωση των παιδιών με τα προβλήματα των κωφών στα εκπαιδευτικά προγράμματα χρησιμοποιείται και η νοηματική γλώσσα. Στο τέλος των ξεναγήσεων που απευθύνονται στους ενήλικες πραγματοποιούνται πνευματικά παιχνίδια που περιλαμβάνουν εικόνες προερχόμενες από τη ζωή του ποιητή (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Ε.).

Ο κύριος Τατασόπουλος αναφέρει ότι το μουσείο θα μπορούσε να έρθει σε επαφή με περισσότερες ομάδες κοινού μέσω παρουσιάσεων βιβλίων, οργανωμένων ξεναγήσεων, νέων εκθέσεων και αναφορών σε εφημερίδες. Οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που θα αναπτύξει μελλοντικά το μουσείο είναι αρχικά ο συνεχής εμπλουτισμός της ιστοσελίδας του. Επιπλέον οι προκηρύξεις διαγωνισμών και οι εκδόσεις νέων βιβλίων (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Ε.).

¹⁸ «Το μουσείο ιδρύθηκε το 1997 με σκοπό τη διατήρηση και την προβολή του πολυδιάστατου έργου του Γ. Δροσίνη (1859-1951), ο οποίος μαζί με τον Κ. Παλαμά και το Ν. Καμπά αποτελούν τους πρωτεργάτες της Νέας Αθηναϊκής Σχολής, της λογοτεχνικής γενιάς του 1880, που ανανέωσε την ελληνική λογοτεχνία και αγωνίσθηκε για την επικράτηση της Δημοτικής γλώσσας» (<https://www.drossinismuseum.gr/index.php>).

ΣΤ) Σπίτι-Μουσείο Γουναρόπουλου, Ζωγράφου



Εικόνα 22 Το σπίτι- μουσείο του Γεωργίου Γουναρόπουλου στου Ζωγράφου (Μάιπας, 2017)

Το σπίτι- μουσείο του Γεωργίου Γουναρόπουλου βρίσκεται στην περιοχή Ζωγράφου στην Αθήνα. Ήταν το σπίτι αλλά και το εργαστήριο του Γουναρόπουλου ο οποίος υπήρξε πρωτοποριακός εκπρόσωπος του ελληνικού μοντερνισμού και εξακολουθεί να είναι ένας από τους πιο αναγνωρισμένους Έλληνες ζωγράφους σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η οικία θεωρείται σπίτι- μουσείο καλλιτέχνη (Καμπουρίδης, 2020). Ο Ηλίας Γουναρόπουλος, ο μοναχογιός του καλλιτέχνη, δώρισε το σπίτι- εργαστήριο του Γουναρόπουλου στο Δήμο Ζωγράφου με σκοπό να μετατραπεί σε μουσείο. Το Μουσείο ιδρύθηκε το 1979 και άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό στις 8 Φεβρουαρίου του 1980. Η Συλλογή του αποτελείται από τα έπιπλα της οικίας, ορισμένα από τα προσωπικά αντικείμενα του καλλιτέχνη, βιβλία και 40 έργα ζωγραφικής του Γουναρόπουλου¹⁹.

Στη συνέντευξη-ερωτηματολόγιο που πραγματοποιήθηκε στο χώρο του μουσείου απάντησε η ιστορικός τέχνης και επιμελήτρια του χώρου, Διονυσία Γιακουμή. Σύμφωνα με την ίδια, το σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεται προσελκύει όλες τις ομάδες κοινού. Ειδικά, όμως, μαθητές, φιλότεχνους, μελετητές, ερευνητές και καλλιτέχνες. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι τα εκπαιδευτικά προγράμματα για σχολεία, οι διαλέξεις της ιστορίας τέχνης και οι περιοδικές εκθέσεις (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.ΣΤ.).

¹⁹ <https://gounaropoulos.gr/museum/history/>

Οι νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του μουσείου- σπιτιού είναι η ιστοσελίδα του Ιδρύματος και η σελίδα που διαθέτει στο Facebook. Στην ιστοσελίδα του μουσείου ο ψηφιακός επισκέπτης μπορεί να βρει ψηφιακά παιχνίδια. Όσον αφορά στην προσέλκυση νέων ομάδων κοινού η επιμελήτρια του χώρου αναφέρει ότι επιτυγχάνεται μέσω συνεχόμενης ανανέωσης της ιστοσελίδας και μέσω συνεργασιών με άλλους φορείς. Ένας άλλος τρόπος που θα μπορούσε να προσελκύσει περισσότερες ομάδες κοινού θα ήταν τα δελτία τύπου στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης, με την πραγματοποίηση ραδιοφωνικών συνεντεύξεων στην ΕΡΤ1 αλλά και με χορηγούς επικοινωνίας. Στο μουσείο Γουναρόπουλου παρατηρήθηκε αύξηση του κοινού με τη δημιουργία ενός ακόμη κτιρίου, δίπλα από το παλιό κτίριο, στο οποίο εντάχθηκαν νέες θεματικές. Μελλοντικά, υπάρχει η σκέψη να τοποθετηθεί μια διακριτική οθόνη περιήγησης, στην ιστοσελίδα του μουσείου, στο χώρο της οικίας (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.ΣΤ.).

4.2.2. Σπίτια-μουσεία στην Ευρώπη

Α) Σπίτι-Μουσείο Πικάσο, Μάλαγα (Museo Picasso, Málaga)



Εικόνα 23 Το σπίτι- μουσείο του Πικάσο στη Μάλαγα της Ισπανίας (Bate, 2021)

Το μουσείο- σπίτι που είναι αφιερωμένο στον Πάμπλο Πικάσο βρίσκεται στην Μάλαγα της Ισπανίας. Μέσω του μουσείου προβάλλεται το καλλιτεχνικό έργο του ζωγράφου, αλλά και η καθημερινότητα της οικογένειας του την περίοδο που κατοικούσαν στη Μάλαγα (Bate, 2021). Θεωρείται σπίτι- μουσείο καλλιτέχνη (Καμπουρίδης, 2020). Ο Πικάσο γεννήθηκε στις 25 Οκτωβρίου του 1881 στον πρώτο όροφο του κτιρίου. Έζησε εκεί τα πρώτα χρόνια της ζωής του. Αργότερα η οικογένεια μετακόμισε στη Γαλικία για να καταλήξει στη Βαρκελώνη. Το κτίριο λειτουργεί ως μουσείο από το Φεβρουάριο του 1988 και η ολική ανακαίνιση του πραγματοποιήθηκε το 1998. Η Συλλογή του αποτελείται από μια σειρά από τα έργα του ζωγράφου, από τα ζωγραφικά έργα του πατέρα του και από προσωπικά αντικείμενα των γονιών του καλλιτέχνη. Το σαλόνι της οικίας έχει διαμορφωθεί έτσι ώστε να αναπαριστά το σαλόνι της οικογένειας του Πικάσο, την εποχή που ζούσε εκεί²⁰.

Σύμφωνα με τον Mario Virgilio Montañez Arroyo, υπεύθυνο επικοινωνίας του σπιτιού-μουσείου Πικάσο, το κοινό που προσελκύει περισσότερο ο χώρος είναι ξένοι επισκέπτες, κάτοικοι της Ισπανίας και λιγότερο οι κάτοικοι της Μάλαγας. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι οι εκθέσεις και τα εργαστήρια για οικογένειες και παιδιά (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Α.).

Οι νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται από το μουσείο με σκοπό τη διεύρυνση του κοινού είναι τα κοινωνικά δίκτυα όπως Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp και ψηφιακές δραστηριότητες. Σύμφωνα με τον ίδιο, η προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού ατόμων στο μουσείο θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω ανάπτυξης της επικοινωνιακής πολιτικής, μέσω συνεργασιών με άλλα μουσεία και φορείς, αλλά και με συνεργασία με την τουριστική επιτροπή της Μάλαγας. Μελλοντικά, το μουσείο θα πραγματοποιήσει ψηφιακές εκθέσεις που θα προσφέρονται δωρεάν στο κοινό μέσω διαδικτύου (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Α.).

²⁰ <http://museocasanatalpicasso.malaga.eu/>

Β) Σπίτι-Μουσείο Ντένις Σέβερς, Λονδίνο (Dennis Severs' House, London)



Εικόνα 24 Το σπίτι του Ντένις Σέβερς στο Λονδίνο (Nyland, 2021)

Το σπίτι- μουσείο του Ντένις Σέβερς βρίσκεται στην οδό Folgate του Λονδίνου. Ο Ντένις Σέβερς, ο πρώην ιδιοκτήτης του σπιτιού, αφιέρωσε όλη του τη ζωή στη συγκεκριμένη οικία. Μετά την αποφοίτησή του από το σχολείο μετακόμισε στο Λονδίνο προς εύρεση εργασίας. Αγοράζοντας το σπίτι στην οδό Folgate αφιερώθηκε στην μετατροπή της οικίας σε ιστορική αναπαράσταση της ζωής μιας οικογένειας Ουγενότων υφαντουργών μεταξιού. Το συγκεκριμένο σπίτι- μουσείο χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως μια μηχανή του χρόνου (Stamp, 2000). Ανήκει στην κατηγορία σπιτιού- μουσείου Συλλογής (Young, 2007). Όσο ζούσε ο Ντένις το σπίτι ήταν πάντα ανοιχτό στους επισκέπτες και πραγματοποιούνταν ξεναγήσεις για σχεδόν είκοσι χρόνια. Μετά το θάνατο του, το 1999, το σπίτι άρχισε να λειτουργεί ως μουσείο. Η Συλλογή του μουσείου περιλαμβάνει έπιπλα, πίνακες και αντικείμενα από τις ιστορικές εποχές του Λονδίνου (Brown, 2021)²¹.

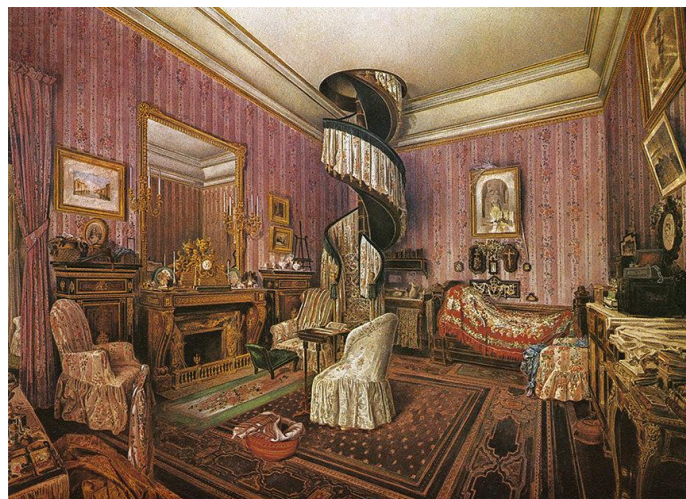
Ο υπεύθυνος επικοινωνίας του μουσείου Ντένις Σέβερς, David Milne, απάντησε ότι το μουσείο προσελκύει όλες τις ομάδες κοινού όπως, οικογένειες, φοιτητές, συνταξιούχους αλλά

²¹ <https://dennissevershouse.co.uk/about/the-house>

και φοιτητές τέχνης και θεάτρου, φοιτητές μόδας και σχεδιαστές. Ο κύριος λόγος που το κοινό επιλέγει να επισκεφτεί την οικία είναι η μοναδική ατμόσφαιρα του σπιτιού, η οποία ταξιδεύει τον επισκέπτη στον κόσμο του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα. Στο χώρο του σπιτιού η ατμόσφαιρα παραμένει ίδια με την εποχή που ο Ντένις ζούσε εκεί (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Β.).

Η νέα πρακτική που εφαρμόστηκε στο πλαίσιο της επέκτασης της επικοινωνιακής πολιτικής του χώρου ήταν η αναβάθμιση της ηχητικής εγκατάστασης. Η ηχητική εγκατάσταση θα αναβαθμιστεί ξανά στο μέλλον με σκοπό να γίνει ασύρματη. Επίσης, θα γίνει ανανέωση της ιστοσελίδας του σπιτιού- μουσείου και θα εφαρμοστεί μια νέα μέθοδος διευκόλυνσης του κοινού που κλείνει εισιτήρια ηλεκτρονικά (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Β.).

Γ) Σπίτι-Μουσείο Μάριο Πρατζ, Ρώμη (Casa museo Mario Praz, Roma)



Εικόνα 25 Το σπίτι- μουσείο Μάριο Πρατζ στη Ρώμη (Filler, 2014)

Το σπίτι- μουσείο Μάριο Πρατζ βρίσκεται στον τρίτο όροφο του ιστορικού Palazzo Primoli στη Ρώμη, που αποτέλεσε την κατοικία του Ιταλού κριτικού τέχνης και λογοτεχνίας Μάριο Πρατζ. Ο ίδιος ήταν επίσης συλλέκτης έργων τέχνης και διάσημος μελετητής της αγγλικής λογοτεχνίας. Η έρευνα του επικεντρώθηκε κυρίως στην Αγγλία του 17^{ου} αιώνα και της βικτωριανής εποχής. Έζησε εκεί από το 1969 έως το 1982. Η συγκεκριμένη οικία θεωρείται σπίτι- μουσείο συλλογής

(Young, 2007). Το 1995 και μετά το θάνατο του Πρατζ άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό. Η Συλλογή του αποτελείται από παραπάνω από 1200 αντικείμενα και έπιπλα τα οποία συγκεντρώθηκαν από τον ίδιο στη διάρκεια της ζωής του, μέσω πολλών ταξιδιών που πραγματοποίησε. Τα έπιπλα και τα αντικείμενα είναι τοποθετημένα ακριβώς όπως τα άφησε ο ιδιοκτήτης του σπιτιού. Η οικία αποτελείται από δέκα δωμάτια μέσα στα οποία ο επισκέπτης μπορεί να δει ζωγραφικούς πίνακες από ιταλικές πόλεις, πορτραίτα, γερμανικές πορσελάνες, αγγλικά έπιπλα και άλλες αντίκες²².

Οι υπεύθυνοι του μουσείου Πρατζ απάντησαν ότι το κοινό που επισκέπτεται την οικία είναι κυρίως ενήλικες, ανάμεσα στην ηλικιακή ομάδα 40- 60 ετών. Οι περισσότεροι επισκέπτες είναι Ιταλοί και Γάλλοι. Το κοινό ενδιαφέρεται κυρίως για τη μόνιμη συλλογή του μουσείου, τα αντικείμενα του χώρου και τις ξεναγήσεις. Οι νέες πρακτικές που χρησιμοποιούνται με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών είναι η επίσημη σελίδα του μουσείου στο Facebook, η οποία χρησιμοποιείται για δημοσιεύσεις και βίντεο που αφορούν το μουσείο και τον Μάριο Πρατζ (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Γ.).

Δ) Σπίτι-Μουσείο Ρόαλντ Άμουντσεν, Νορβηγία (Roald Amundsen's House, Norway)



Εικόνα 26 Το σπίτι- μουσείο του Roald Amundsen στη Νορβηγία (Andersson, 2021)

²² <https://www.facebook.com/MuseoMarioPraz/>

Το σπίτι μουσείο του Roald Amundsen βρίσκεται στο Svartskog της Νορβηγίας. Αποτελεί παράρτημα του μουσείου Follo. Η οικία ανήκε στον Ρόαλντ Άμουντσεν ο οποίος ήταν Νορβηγός εξερευνητής των πολικών περιοχών. Ο Άμουντσεν έζησε εκεί για 20 χρόνια, μέχρι που εξαφανίστηκε το 1928. Εκείνη τη χρονιά ξεκίνησε να ψάξει για ένα ιταλικό αερόπλοιο, που αναφέρθηκε ως εξαφανισμένο βόρεια του Σβάλμπαρντ και δεν επέστρεψε ποτέ. Η οικία έχει διατηρηθεί ακριβώς όπως την άφησε ο ιδιοκτήτης της πριν φύγει για το τελευταίο του ταξίδι. Θωρείται σπίτι- μουσείο σημαντικού ιστορικού προσώπου (Young, 2006) και άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό το 1934. Η Συλλογή του αποτελείται από προσωπικά αντικείμενα, έπιπλα, φωτογραφίες, χάρτες, έγγραφα και αντικείμενα που αφορούν την ιστορία του Νότιου Πόλου²³.

Ο υπεύθυνος επικοινωνίας του μουσείου- σπιτιού Amundsen αναφέρει ότι η οικία προσελκύει περισσότερο ενήλικες, οικογένειες και επισκέπτες που ενδιαφέρονται ειδικά για την ιστορία του Νότιου Πόλου. Οι δράσεις που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό είναι οι ομιλίες, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και εκείνες που πραγματοποιούνται στον εξωτερικό χώρο του μουσείου (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Δ.).

Οι νέες τεχνολογίες που διαθέτει ο συγκεκριμένος πολιτιστικός οργανισμός είναι το VR (εικονική πραγματικότητα), το AR (επαυξημένη πραγματικότητα σε πραγματικό χρόνο) και η 3D πραγματικότητα. Επίσης, προετοιμάζεται η ψηφιακή ξενάγηση στην οικία με την τεχνολογία της τεχνητής νοημοσύνης. Η επέκταση του κοινού του μουσείου επιτυγχάνεται μέσω των νέων τεχνολογιών που απευθύνονται σε επισκέπτες και ψηφιακούς επισκέπτες από όλον τον κόσμο (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Δ.).

²³ <https://mia.no/roaldamundsen>

Ε) Σπίτι-Μουσείο Φρόιντ, Λονδίνο (Freud Museum, London)



Εικόνα 27 Το σπίτι- μουσείο Φρόιντ στο Λονδίνο (Hales, χ.χ.)

Το σπίτι- μουσείο του Σίγκμουντ Φρόιντ βρίσκεται στην περιοχή Hampstead του Λονδίνου. Ανήκε στο Αυστριακό νευρολόγο- ψυχίατρο Φρόιντ ο οποίος κατοικούσε εκεί από το 1938 μέχρι το τέλος της ζωής του, το 1939. Η κόρη του Άννα έφυγε από τη ζωή το 1982 και λίγα χρόνια αργότερα το σπίτι μετατράπηκε σε μουσείο. Θεωρείται σπίτι- μουσείο σημαντικού προσώπου αλλά και συλλογής (Young, 2006). Η συλλογή περιλαμβάνει βιβλία του Φρόιντ, αντικείμενα από τα ταξίδια του, περίπου 2000 αντικείμενα και έπιπλα. Το επίκεντρο του σπιτιού είναι το γραφείο του Φρόιντ εκεί όπου εργαζόταν και έγραφε. Στο συγκεκριμένο χώρο βρίσκεται και το ντιβάνι ψυχανάλυσης των ασθενών.

Οι υπεύθυνοι του μουσείου Φρόιντ δεν κατάφεραν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο που εστάλη στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης. Ωστόσο, η προσωπικότητα στην οποία ανήκε η οικία σχετίζεται άμεσα με τη μελέτη περίπτωσης της εργασίας. Η συλλογή των πληροφοριών για τις τεχνικές επικοινωνίας του χώρου συγκεντρώθηκαν από μελέτη στην ιστοσελίδα του μουσείου. Μία από τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται από την οικία- μουσείο είναι αρχικά η επίσημη ιστοσελίδα του Ιδρύματος. Μέσω της συγκεκριμένης σελίδας ο ψηφιακός επισκέπτης ενημερώνεται για τα δρώμενα του χώρου όπως για τις περιοδικές εκθέσεις. Επίσης,

πραγματοποιούνται ψηφιακές εκθέσεις, podcasts, μελέτες πάνω σε αντικείμενα του σπιτιού, και ψηφιακή ξενάγηση. Ο χώρος διαθέτει και πωλητήριο. Ακόμη γίνονται ομιλίες, παρουσιάσεις βιβλίων, εκπαιδευτικά προγράμματα και διαδικτυακά μαθήματα βασισμένα σε σύγχρονες θεματικές. Το μουσείο είναι ενεργό και στα κοινωνικά δίκτυα όπως Facebook, Twitter, YouTube και Instagram. Διαθέτει λογαριασμό για οποιονδήποτε επιθυμεί να προσφέρει οικονομική ενίσχυση στο μουσείο. Τέλος, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα της ακουστικής ξενάγησης στο χώρο μέσω εφαρμογής στο τηλέφωνο του²⁴.

²⁴ (<https://www.freud.org.uk/>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.5: Μελέτη περίπτωσης, Ίδρυμα Κατακουζηνού

5.1. Εκδηλώσεις

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού φιλοξενεί κατά καιρούς εκδηλώσεις και δράσεις όπως ξεναγήσεις, μουσικές και θεατρικές βραδιές, ομιλίες, παρουσιάσεις βιβλίων (Παράρτημα 1). Από τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του χώρου έχουν φιλοξενηθεί διάφορες και διαφορετικές μεταξύ τους θεατρικές παραστάσεις και δρώμενα. Η παράσταση «Μεσοπόλεμος» παίχτηκε στην οικία Κατακουζηνού από τον Οκτώβριο του 2012 έως και το Νοέμβριο του ίδιου έτους. Ο χώρος της οικίας εναρμονίστηκε με το ιστορικό- πολιτικό περιεχόμενο της παράστασης (Δημάδη, 2012). Το Νοέμβριο του 2013 αποδόθηκε θεατρικά στο χώρο το βιβλίο της Λητώς Κατακουζηνού «Συντροφιά με τον Albert Camus» και το Μάρτιο του 2016 «Ο Σημαδιακός» του Α. Παπαδιαμάντη (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ.)²⁵. Ακόμη μία από τις θεατρικές παραστάσεις που φιλοξενήθηκαν στην οικία ήταν η «Θρόνος- Αντίκα, Το χρονικό ενός προαναγγεληθέντος εγκλήματος», τον Σεπτέμβριο του 2017. Μία παράσταση με συνοδεία μουσικής ήταν η «Εφημερίς Των Κυριών» που παίχτηκε στο Ίδρυμα τον Νοέμβριο του 2017. Οι θεατρικές παραστάσεις συνεχίστηκαν μέχρι και το Φεβρουάριο του 2020 όπου το Ίδρυμα Κατακουζηνού τηρώντας τα μέτρα προστασίας για τον covid έκλεισε, όπως όλα τα μουσεία (Πελοποννησίου- Βασιλάκου)²⁶.

Εκτός από τις θεατρικές παραστάσεις για ενήλικες, η οικία Κατακουζηνού έχει φιλοξενήσει και παραστάσεις για παιδιά (Παράρτημα 1). Μία από αυτές είναι η «Πριγκίπισσα και το μπιζέλι», τον Ιανουάριο του 2018, ένας μονόλογος για παιδιά, βασισμένος στο παραμύθι του Χανς Κρίστιαν Άντερσεν (Μουστάκη, 2018).

²⁵ https://katakouzenos.gr/item_type/kimena-parousiasis/

²⁶ https://katakouzenos.gr/item_type/optikoakoustiko-yliko-ekdiloseon/



Εικόνα 28 Θεατρική παράσταση για παιδιά στην Οικία Κατακουζηνού, (CULTURENOW TEAM, 2019)

Ακόμη μία μουσικοθεατρική παράσταση για παιδιά ήταν η «Αριστοκρατική Ρουκέτα» του Όσκαρ Ουάιλντ, το Δεκέμβριο του 2018 και τον Απρίλιο του 2019 μία παράσταση για όλες τις ηλικίες «Ο Μικρός Πρίγκιπας και το Ρόδο του» (Ξένιος, 2019).

Στις δράσεις του Ιδρύματος ανήκουν και οι ξεναγήσεις. Αρχικά θα πρέπει να αναφερθεί ότι στον ιστότοπο της οικίας Κατακουζηνού υπάρχει η δυνατότητα της ψηφιακής ξενάγησης. Για δύο συνεχόμενες χρονιές, έως το Νοέμβριο του 2019, πραγματοποιούνταν στο χώρο μια θεατρική ξενάγηση με την ηθοποιό Δέσποινα Γιαννούλη με τίτλο «Άγγελος και Λητώ, Στο σαλόνι της γενιάς του '30». Η συγκεκριμένη παράσταση- ξενάγηση ήταν αφιερωμένη στα δέκα χρόνια λειτουργίας του Ιδρύματος και ο θεατής είχε τη δυνατότητα να πληροφορηθεί τόσο για τη ζωή του ζεύγους Κατακουζηνού, όσο και για τον ίδιο το χώρο. Η ξενάγηση μαζί με τη θεατρική ερμηνεία ξεκινούσε από το σαλόνι του σπιτιού και συνεχιζόταν σε όλα τα δωμάτια και χώρους της οικίας, μέχρι που κατέληγε στην κρεβατοκάμαρα του ζεύγους και το μπαλκόνι όπου και έκλεινε η παράσταση (ΦΙΛΟΙ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΝΕΟΤΕΡΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, 2018). Επίσης στην οικία πραγματοποιούνται και θεματικές ξεναγήσεις αλλά και οργανωμένες ξεναγήσεις από την επιμελήτρια του χώρου Σοφία Πελοποννησίου - Βασιλάκου. Οι ξεναγήσεις ανήκουν στις δράσεις ενός ιδρύματος και πραγματοποιούνται σχεδόν σε όλα τα μουσεία του κόσμου. Σε μία

ξενάγηση ο επισκέπτης του χώρου κατανοεί σε μεγαλύτερο βαθμό το ρόλο των αντικειμένων, την ιστορία των ιδιοκτητών και του κτιρίου (Sachatello- Sawyer, et al., 2002, 26).

Μέρος των εκδηλώσεων του μουσείου είναι και οι μουσικές βραδιές. Ενδεικτικά, το Μάρτιο του 2016 πραγματοποιήθηκε μια βραδιά στην οικία αφιερωμένη στο ρωσικό ρεπερτόριο του 20^{ου} αιώνα με βιολί και πιάνο. Τον Απρίλιο του 2016 ο Γιώργος Ψυχογιός έδωσε ένα ρεσιτάλ πιάνου και τον Ιούνιο του ίδιου έτους ο Αλέξανδρος Θεοχάρης και η Ελίνα Κανελλοπούλου ένα ρεσιτάλ κιθάρας και φωνής. Το Δεκέμβριο του 2016 η ποίηση του Γιώργου Σεφέρη παρουσιάστηκε στο Ίδρυμα Κατακουζηνού μέσω μελοποιημένων ποιημάτων για φωνή και πιάνο. Το Φεβρουάριο του 2017 πραγματοποιήθηκε μια σειρά συναυλιών δωματίου από τα μουσικά σύνολα Ιέραξ και το Μάρτιο του ίδιου χρόνου τρεις μουσικές παράστασεις του Γιώργη Χριστοδούλου με αφορμή την κυκλοφορία του νέου βιβλίου- CD «Ο Αττίκ στο Παρίσι» από τις εκδόσεις Μικρή Άρκτος. Το Νοέμβριο του 2017 έγινε αφήγηση λαϊκών παραμυθιών της Μικράς Ασίας με συνοδεία παραδοσιακής μουσικής για μικρούς και μεγάλους (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ.)²⁷. Οι μουσικές βραδιές περιλαμβάνουν και κλασσική μουσική με πιάνο και σοπράνο. Ένα χαρακτηριστικό δείγμα ήταν η μουσική παράσταση «Το Τραγούδι της Λητώς» με σοπράνο την Κάτια Πάσχου η οποία ερμήνευσε δέκα τραγούδια γραμμένα για τη ζωή του ζεύγους Κατακουζηνού, εμπνευσμένα από το βιβλίο της Λητώς «ο Βαλής μου», με συνοδεία πιάνου. Η συγκεκριμένη παράσταση είχε μεγάλη απήχηση στο κοινό καθώς ξεκίνησε το Νοέμβριο του 2018 και παρουσιάστηκε ξανά το Νοέμβριο του 2019 (Κοτοπούλη, 2019).

Στο σπίτι-μουσείο Κατακουζηνού πραγματοποιούνται και ομιλίες αλλά και παρουσιάσεις βιβλίων. Ένα παράδειγμα αποτελεί η ομιλία «Έρωσ και Ψυχή: Μια ιστορία αγάπης, πολλαπλές ιστορίες τέχνης», με ομιλήτρια την Αλεξάνδρα Σέλελη, αρχαιολόγο-μουσειολόγο το Φεβρουάριο του 2016. Ακόμη γίνονται ομιλίες που αφορούν στο ζεύγος Κατακουζηνού όπως η ομιλία στις 16 Μαΐου του 2016 που ήταν αφιερωμένη στον Άγγελο Κατακουζηνό με ομιλήτρια την επιμελήτρια του μουσείου. Επίσης το Μάρτιο του 2017 ξεκίνησε ένας κύκλος έξι διαλέξεων με το θέμα: «Μνείας χάριν: όταν οι ζωντανοί αποχαιρετούν τους νεκρούς, Ταφικά έθιμα στην Ελλάδα από τις απαρχές του πολιτισμού ως τα μεταβυζαντινά χρόνια». Το Δεκέμβριο του 2017 ο γιατρός Γιώργος Χαριτάκης μίλησε για την πορεία του στην

²⁷ <https://katakouzenos.gr/ekdilosis/>

ιατρική και για το ρόλο της ομοιοπαθητικής στη συζήτηση «Ομοιοπαθητική: μια εναλλακτική ιατρική προσέγγιση». Το Δεκέμβριο του ίδιου έτους η Σοφία Κολοτούρου διηγήθηκε την ιστορία της ζωής της στην οικία Κατακουζηνού με θέμα: «Μεγαλώνοντας με μεταγλωσσική κώφωση». Το Νοέμβριο του 2019 η οικία φιλοξένησε μια σειρά από εννέα μαθήματα που αφορούσαν στην στη ζωή και την τέχνη στα χρόνια των παλαιολόγων (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ.)²⁸.

Στην οικία γίνονται και παρουσιάσεις βιβλίων. Το Δεκέμβριο του 2016 έγινε η παρουσίαση του παιδικού βιβλίου της επιμελήτριας της οικίας «Το ταξίδι του Αστεριού». Τον Οκτώβριο του 2017 έγινε η παρουσίαση του βιβλίου της Μυρτώ Παπαχριστοφόρου «Η άλλη θάλασσα». Τον Ιανουάριο του 2018 παρουσιάστηκε το βιβλίο του Φώτη Βλαστού «Η Ανατομία του Κύματος» και το Φεβρουάριο του 2018 το βιβλίο του Αλέξη Σταμάτη «Μοτέλ Μορένα». Επίσης το Μάιο του 2018 έγινε η παρουσίαση της ποιητικής συλλογής του Θοδωρή Τσαπακίδη, με σκίτσα της Λιάνας Μελισσαράτου. Οι παρουσιάσεις βιβλίων την περίοδο της υποχρεωτικής καραντίνας λόγω της πανδημίας του covid έγιναν διαδικτυακά μέσω LiveStreaming. Για παράδειγμα τον Μάρτιο του 2021 παρουσιάστηκε το νέο βιβλίο του Ιδρύματος Κατακουζηνού «Άγγελος Κατακουζηνός- Στρατής Ελευθεριάδης: Μια φίλια ζωής και ο ρόλος της στη δημιουργία του Μουσείου Θεόφιλου». (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ. , Αρχείο Εκδηλώσεων, χ.χ.). Η τελευταία παρουσίαση έγινε το Δεκέμβριο του 2021 με το βιβλίο «Αναπαραστάσεις των επαγγελματιοβιοτεχνών στη ζωγραφική, τον κινηματογράφο και τη λογοτεχνία» από το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων ΓΣΕΒΕΕ (Αποστόλου, Κασσαβέτη, & Πάπαρη, 2021).

Ενδεικτικά θα πρέπει να αναφερθούν και άλλες εκδηλώσεις- δράσεις του Ιδρύματος Κατακουζηνού όπως είναι οι χριστουγεννιάτικες ημέρες και βραδιές στη οικία, επαγγελματικά δείπνα, βραδιές ποίησης και θεατρικής ανάγνωσης βιβλίων. Τέλος, εν μέσω της δύσκολης εποχής της πανδημίας το Ίδρυμα επεκτάθηκε και σε άλλες δράσεις, όπως εκείνη με την ονομασία «Ψηφιακοί περίπατοι στην Οικία Κατακουζηνού» στο πλαίσιο της συνεργασίας του Ιδρύματος Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού με την Εταιρεία Alzheimer Αθηνών, με αφορμή τη συμμετοχή τους στον τέταρτο κύκλο του προγράμματος «Σημεία Στήριξης» για την περίοδο 2020/2021 στη θεματική ενότητα «Υποστήριξη Ατόμων της Τρίτης Ηλικίας» με την υποστήριξη

²⁸ <https://katakouzenos.gr/ekdilosis/>

και δωρεά του ΤΙΜΑ Κοινωφελούς Ιδρύματος (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ., Αρχείο Εκδηλώσεων, χ.χ.).

5.2. Προβολή

Η προβολή ενός πολιτιστικού οργανισμού αφορά την στρατηγική μάρκετινγκ του οργανισμού προς το κοινό που θέλει να προσελκύσει, είτε αυτό αφορά σε κερδοσκοπικούς οργανισμούς είτε σε μη κερδοσκοπικά ιδρύματα (Τσουρβάκας, 2012, 131). Σύμφωνα με τους Kotler και Keller, «το μάρκετινγκ είναι μια λειτουργία του οργανισμού που συμπληρώνεται από διαφορετικές διαδικασίες δημιουργίας, επικοινωνίας και διανομής συγκεκριμένης αξίας στους πελάτες, καθώς και η διαχείριση των σχέσεων του οργανισμού με τους πελάτες του με τρόπο που ωφελεί τον οργανισμό και όσους συνδέονται με τον οργανισμό» (Μπαντιμαρούδης, 2011, 45). Στις μέρες μας υπάρχουν πολλές δυνατότητες προβολής ενός οργανισμού. Ο ψηφιακός κόσμος έχει βοηθήσει αρκετά στο να μπορεί ένας πολιτιστικός οργανισμός να επικοινωνήσει με το κοινό αλλά και να προβάλει τις δραστηριότητες του. Ένα παράδειγμα είναι τα δελτία τύπου και τα έντυπα τα οποία σήμερα εμφανίζονται κυρίως σε ψηφιακή μορφή (Μπαντιμαρούδης, 2011, 64).

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού διαθέτει δική του ιστοσελίδα από όπου το κοινό ενημερώνεται για τις νέες δράσεις του οργανισμού μέσω ανακοινώσεων αλλά και μέσω προσωπικού ηλεκτρονικού μηνύματος- newsletter. Ο διαδικτυακός τόπος της οικίας Κατακουζηνού θα αναλυθεί στην ενότητα που ακολουθεί. Ακόμη, μια περίπτωση προβολής και επικοινωνίας με το κοινό αποτελεί η ψηφιακή ξενάγηση στο χώρο του μουσείου, την οποία ο ενδιαφερόμενος μπορεί να βρει στην ιστοσελίδα του ιδρύματος. Άλλο ένα μέσο προβολής της οικίας Κατακουζηνού είναι η σελίδα της στο Facebook (<https://www.facebook.com/katakouzenos.gr/>). Η επιμελήτρια του χώρου αναφέρει ότι η προβολή του οργανισμού γίνεται επίσης μέσα από στοχευμένες δράσεις πολιτιστικού αλλά και εκπαιδευτικού χαρακτήρα (Παράρτημα 1). Οι επισκέπτες από άλλες χώρες μπορούν να ενημερωθούν για το Ίδρυμα Κατακουζηνού μέσα από τη μηχανή αναζήτησης Google ψάχνοντας με τον όρο «σπίτια- μουσεία στην Αθήνα». Μέσα από τη συμμετοχή του Ιδρύματος στις Πολιτιστικές Ημέρες Κληρονομιάς έγινε γνωστό σε μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών. Τέλος, μέσω των εκδηλώσεων και των εκθέσεων που πραγματοποιούνται στο χώρο σε αρκετές περιπτώσεις γίνεται αναφορά στην οικία

Κατακουζηνού σε ηλεκτρονικά περιοδικά που αφορούν στους χώρους πολιτισμού στην Ελλάδα αλλά και σε περιοδικά που αφορούν στην ψυχαγωγία (Πελοποννησίου-Βασιλάκου)²⁹.

5.3. Η ιστοσελίδα του Ιδρύματος

Σήμερα η τεχνολογία είναι πλέον απαραίτητη ώστε να μπορέσει να επιτευχθεί η προώθηση και η προβολή του πολιτισμού. Ο παραδοσιακός ρόλος των μουσείων και των φορέων πολιτιστικής κληρονομιάς επηρεάζεται άμεσα από τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα και προσδιορίζεται εκ νέου η παρουσίαση και η προβολή τους στο ευρύ κοινό (Τσιλιπάκου, 2013, 4). Το Ίδρυμα Άγγελου και Λητώ Κατακουζηνού διαθέτει δική του ιστοσελίδα η οποία δημιουργήθηκε την ίδια περίπου περίοδο που το μουσείο άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό.

Ο ιστότοπος του Ιδρύματος έχει την ονομασία «ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ» και προσφέρει στους χρήστες μια ποικιλία πληροφοριών. Η αρχική σελίδα που «υποδέχεται» τον επισκέπτη έχει εναλλασσόμενες εικόνες από αντικείμενα του χώρου αλλά και φωτογραφίες από τον Άγγελο και τη Λητώ Κατακουζηνού. Στην ίδια σελίδα υπάρχει μια μικρή αναφορά στη ζωή τους καθώς και ο χάρτης που δείχνει την τοποθεσία του μουσείου. Επίσης υπάρχει ένα παράθυρο όπου ο ενδιαφερόμενος μπορεί να συμπληρώσει τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου με σκοπό να ενημερώνεται για τις εκδηλώσεις και τα νέα του μουσείου. Ο επισκέπτης μπορεί να διαβάσει τη σελίδα σε τρεις γλώσσες οι οποίες είναι τα ελληνικά, τα αγγλικά και τα γαλλικά. Υπάρχουν επίσης εικονίδια που μπορούν να μεταφέρουν τον επισκέπτη στα κοινωνικά δίκτυα του Ιδρύματος που είναι το Facebook, το YouTube και το Instagram. Το επόμενο εικονίδιο από εκείνο της αρχικής σελίδας έχει την ονομασία «ΛΗΤΩ ΚΑΙ ΒΑΛΗΣ». Μεταφερόμενος στη σελίδα, ο επισκέπτης-αναγνώστης μπορεί να βρει πληροφορίες για τη ζωή του Άγγελου Κατακουζηνού, της Λητώ Κατακουζηνού αλλά και της γενιάς του '30. Η αμέσως επόμενη επιλογή είναι εκείνη με το όνομα «ΟΙΚΙΑ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ» μέσω της οποίας ο επισκέπτης του ιστότοπου μπορεί να δει και να διαβάσει πληροφορίες για το συγκεκριμένο σπίτι- μουσείο και να δει φωτογραφίες από τις συλλογές του. Η επόμενη επιλογή είναι το «ΑΡΧΕΙΟ» που περιλαμβάνει αρχειακό υλικό του χώρου, κείμενα, παρουσιάσεις, δράσεις,

²⁹ <https://katakouzenos.gr/>

ευχαριστήριες επιστολές αλλά και ό,τι έχει γραφτεί κατά καιρούς στον τύπο για το σπίτι-μουσείο Κατακουζηνού. Η επόμενη επιλογή οδηγεί τον επισκέπτη στο πρόγραμμα εκδηλώσεων του μουσείου και προσφέρει τη δυνατότητα πρόσβασης σε παλαιότερες εκδηλώσεις αλλά και σε οπτικοακουστικό υλικό. Τέλος, υπάρχει η επιλογή των «ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΩΝ» και της επικοινωνίας με τους ανθρώπους του Ιδρύματος μέσω της φόρμας επικοινωνίας και το βιβλίο επισκεπτών. Η ιστοσελίδα δίνει τη δυνατότητα σε επισκέπτες και ερευνητές να έρθουν σε επαφή με το ιστορικό του ιδρύματος Κατακουζηνού αλλά και με τα οικονομικά στοιχεία, καθώς και με τη διαθήκη που άφησε η Λητώ Κατακουζηνού (Πελοποννησίου- Βασιλάκου, ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ, χ.χ., Τελευταία πρόσβαση στις 20/10/2021).

Ο διαδικτυακός τόπος των χώρων πολιτισμού αποτελεί την ηλεκτρονική τους βιτρίνα. Στους ιστότοπους γενικά είναι σημαντικό να υπάρχει η δυνατότητα της ποικιλίας πληροφοριών, η περιγραφή της εταιρίας και των προϊόντων της (Μπαντιμαρούδης, 2011, 71- 73). Στους χώρους πολιτισμού ειδικότερα, άσχετα με το αν προωθούνται και προϊόντα, υπάρχουν πλεονεκτήματα που προκύπτουν από το online marketing. Αρχικά η ευκολία που προσφέρεται τόσο στους επισκέπτες της σελίδας όσο και στους υπεύθυνους των χώρων του πολιτισμού. Ο επισκέπτης μπορεί να ψάξει την τοποθεσία του χώρου, να διαβάσει πληροφορίες και να μη χρειάζεται να ψάχνει τις εκδηλώσεις και τα νέα ενός πολιτιστικού οργανισμού μέσω τηλεφώνου ή μέσω της υποχρεωτικής επίσκεψής του στο χώρο. Αντίστοιχα οι χώροι πολιτισμού μπορούν να ενημερώσουν ηλεκτρονικά τους επισκέπτες για νέα δρώμενα, για τυχόν ακυρώσεις αλλά και για τις ώρες λειτουργίας (Kotler, 2000, 1338- 1340).

5.4. Συνεργασίες με άλλα ιδρύματα

Οι συνεργασίες των πολιτιστικών οργανισμών βοηθούν στην βιωσιμότητά τους. Οι στρατηγικές συνέργιες βοηθούν τους οργανισμούς να αναπτύξουν το πολιτιστικό τους κεφάλαιο αλλά και την τεχνογνωσία. Για να μπορέσει να επιτευχθεί μια συνεργασία θα πρέπει να αναγνωριστούν κάποιοι κοινοί στόχοι με σκοπό την υλοποίηση πολιτιστικών δράσεων αλλά και την ενοποίηση διαφορετικών κατηγοριών του κοινού (Μπαντιμαρούδης, 2011, 21).

Η οικία Κατακουζηνού έχει καταφέρει να συνεργαστεί με άλλους φορείς μέσω της φιλοξενίας τους στο χώρο του μουσείου, του δανεισμού αρχαιολογικού υλικού σε μουσειακούς και εκθεσιακούς χώρους αλλά και μέσω κοινών δράσεων. Οι υπεύθυνοι του χώρου είναι ανοιχτοί στην επικοινωνία με άλλους φορείς όσον αφορά στη διάθεση πληροφοριών και υλικού αλλά και στο κομμάτι των συνεργασιών. Για παράδειγμα το Ίδρυμα έχει υποστηρίξει με υλικό και συνεντεύξεις τρεις μεταπτυχιακές εργασίες στο Διαπανεπιστημιακό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα «Μουσειολογία» του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας και το τμήμα Μουσειολογίας Πατρών.

Από την αρχή της λειτουργίας της Οικίας Κατακουζηνού έχουν επιτευχθεί συνεργασίες με άλλους φορείς και ιδρύματα. Ενδεικτικά το 2008, στη διάρκεια των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς, το Ίδρυμα συνεργάστηκε με το μουσείο Μπενάκη. Σκοπός της συνεργασίας ήταν η δημιουργία ενός ατελιέ που φιλοξενούσε έργα του Νίκου Χατζηκυριάκου Γκίκα, σε έναν από τους χώρους της Οικίας. Την ίδια περίοδο υπήρξε συνεργασία με το μουσείο Freud του Λονδίνου. Στο χώρο εργασίας του Άγγελου Κατακουζηνού, στο γραφείο του που βρίσκεται μέσα στην οικία, στήθηκε μια φωτογραφική έκθεση με εικόνες από το γραφείο του Freud αλλά και αναμνήσεις από το ταξίδι του στην Ελλάδα το 1903. Ταυτόχρονα έγινε συνεργασία με την αίθουσα τέχνης του Λονδίνου «John Martin Gallery». Στο χώρο του μουσείου παρουσιάστηκαν τα έργα ενός σύγχρονου καλλιτέχνη του Richard Cartwright (Πελοποννησίου-Βασιλάκου Σ.)³⁰.

5.5. Εκδοτική δραστηριότητα

Τα έντυπα ενός πολιτιστικού οργανισμού ποικίλουν από τα έντυπα που έχουν δημιουργηθεί για τις ανάγκες μιας έκθεσης, για την προσέγγιση του κοινού, για την πληροφόρηση όσον αφορά στις δράσεις των οργανισμών μέχρι και τα βιβλία, τα οποία αποτελούν την εκδοτική δραστηριότητα ενός πολιτιστικού ιδρύματος. Το έντυπο παραμένει στο επίκεντρο της επικοινωνίας ενός οργανισμού και συνεχίζει να προσελκύει ομάδες κοινού (Μπαντιμαρούδης, 2011, 64).

³⁰ Η πορεία της Οικίας Κατακουζηνού, 2016, 53, <https://katakouzenos.gr/ekdilosis/>

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού έχει επεκταθεί στο κομμάτι της εκδοτικής δραστηριότητας με βιβλία που αφορούν τους προηγούμενους ιδιοκτήτες, τις σχέσεις του ζεύγους Κατακουζηνού με σημαντικές προσωπικότητες της γενιάς του '30, την πορεία του ίδιου του Ιδρύματος αλλά και βιβλία που σχετίζονται με τις περιοδικές εκθέσεις που πραγματοποιούνται στο χώρο. Αρχικά επανεκδόθηκε το βιβλίο της Λητώς Κατακουζηνού «ο Βαλής μου», το οποίο περιέχει αυτοβιογραφικά στοιχεία των ανθρώπων που έμεναν στην οικία αλλά και όλων των κοντινών τους προσώπων. Η έκτη βελτιωμένη έκδοση του συγκεκριμένου βιβλίου ήταν διαθέσιμη στο κοινό το 2021 σε έκδοση του Ιδρύματος Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού και των εκδόσεων Μικρή Άρκτος (Κατακουζηνού, 2021).

Η οικία Κατακουζηνού προέβη και σε ακόμη μία έκδοση βιβλίου της Λητώς Κατακουζηνού με την ονομασία «Συντροφιά με τον Albert Camus». Το συγκεκριμένο βιβλίο έχει ήδη επανεκδοθεί δύο φορές (Κατακουζηνού, 1986). Άλλη μία έκδοση του Ιδρύματος είναι το βιβλίο «Αλμπέρ Καμύ, Το μέλλον του ευρωπαϊκού πολιτισμού» (Καμύ, 2014). Το 2020 εκδόθηκε το βιβλίο «Άγγελος Κατακουζηνός Στρατής Ελευθεριάδης- Teriade, Μια φιλία ζωής, Η δημιουργία του Μουσείου Θεόφιλου» υπό την αιγίδα και με επιχορήγηση του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού- Γενική Διεύθυνση Σύγχρονου Πολιτισμού, Διεύθυνση Εικαστικών, Αρχιτεκτονικής, Φωτογραφίας και Μουσείων Σύγχρονου Πολιτισμού (Πελοποννησίου- Βασιλάκου, 2020).

Το 2021 το Ίδρυμα Κατακουζηνού προχώρησε σε ακόμη μία έκδοση βιβλίου το οποίο συνόδευε και την εικαστική έκθεση «Ανέστιοι» που πραγματοποιήθηκε στο χώρο του Ιδρύματος το Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο του 2021. Ο ακριβής τίτλος του βιβλίου είναι «Ανέστιοι, Από τα χρόνια του τρωϊκού πολέμου μέχρι τις μέρες μας» υπό την αιγίδα της Α.Ε. της Προέδρου της Δημοκρατίας Κατερίνας Σακελλαροπούλου. Η περιοδική έκθεση «Ανέστιοι» στο χώρο της οικίας αλλά και η έκδοση του ομόνυμου βιβλίου πραγματεύονται ένα διαχρονικό ζήτημα που απασχολεί την ανθρωπότητα, αυτό της αναγκαστικής εγκατάλειψης της εστίας και της αναζήτησης ενός ασφαλούς καταφύγιου (Πελοποννησίου- Βασιλάκου & Συνοδινός, 2021).

5.6. Περιοδικές εκθέσεις

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης παρουσιάστηκαν οι συλλογές της οικίας Κατακουζηνού οι οποίες αποτελούνται από έπιπλα, πίνακες ζωγραφικής, ρούχα και αντικείμενα. Εκτός από τη μόνιμη συλλογή του Ιδρύματος ο χώρος συχνά φιλοξενεί και περιοδικές εκθέσεις. Τα έργα τέχνης που εκτίθενται μπορούν να αποτελούνται από οποιοδήποτε υλικό και να έχουν οποιαδήποτε μορφή. Οι περιοδικές εκθέσεις αποσκοπούν στο να κεντρίσουν το ενδιαφέρον διαφορετικών ειδών κοινού με σκοπό την πληροφόρηση αλλά και την ψυχαγωγία. Ένα μουσείο μπορεί μέσω της μόνιμης συλλογής του και μέσω των περιοδικών εκθέσεων να εκπροσωπήσει επιμέρους κοινωνικές ομάδες και να γεφυρώσει διαφορετικές παραδόσεις και πολιτισμούς (Black, 2009, 2014, 93). Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον Cannon-Brookes, «Η βασική αποστολή του μουσείου ως χώρου όπου τα αντικείμενα συγκεντρώνονται και εκτίθενται σε συγκεκριμένο διανοητικό περιβάλλον δίνει έμφαση στην ιδιότητά του ως αποθήκης γνώσεων, η οποία, μάλιστα, υπάρχει κίνδυνος να αναιρείται αν η διαδικασία συγκέντρωσης αντικειμένων δεν είναι απόλυτα ορθολογική» (Hooper- Greenhill, 2012, 14).

Σύμφωνα με την επιμελήτρια της οικίας Κατακουζηνού, Σοφία Πελοποννησίου-Βασιλάκου, τα έργα των περιοδικών εκθέσεων που φιλοξενεί κατά καιρούς το Ίδρυμα συνομιλούν με τα ήδη υπάρχοντα έργα του χώρου και γι' αυτό το λόγο ποτέ δεν απομακρύνεται η μόνιμη συλλογή. Επίσης, όπως η ίδια αναφέρει, οι υπεύθυνοι του Ιδρύματος «κινήθηκαν με τόλμη στις εκθεσιακές επιλογές με γνώμονα την ποιότητα και την ανάδειξη νέων ή και μη γνωστών καλλιτεχνών» (Πελοποννησίου- Βασιλάκου, 2016, 44). Το Μάιο του 2016, στο πλαίσιο του εορτασμού της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων, η καλλιγράφος- μικρογράφος Μαρία Γενιτσαρίου παρουσίασε στο σπίτι- μουσείο Κατακουζηνού την έκθεση «Ποιήσης Καλλιγραφία», με εκθέματα ιστορημένα χειρόγραφα έργων ποιητών & λογοτεχνών τα οποία είχαν σκοπό να ανιχνέψουν το πολιτιστικό τοπίο της γενιάς του '30 και να αναζητήσουν σε αυτό την περίφημη «ελληνικότητα». Τον Ιούνιο του 2016 πραγματοποιήθηκε στο χώρο η έκθεση Znak Signs Σήματα της εικαστικού Justyna Borucka. Ακόμη μία πρωτότυπη έκθεση φιλοξενήθηκε από την οικία Κατακουζηνού το Δεκέμβριο του 2016 με όνομα «Η κληρονομιά της Χάγιας Κοέν» όπου στήθηκε στο χώρο ένα ατελιέ μόδας. Ανάμεσα σε άλλα δρώμενα το Νοέμβριο του 2017 πραγματοποιήθηκε η έκθεση «Υδατογραφίες της Κατερίνας Ατταλίδου». Τον Μάρτιο του 2019

η οικία φιλοξένησε μια έκθεση που αφορούσε στο δύσκολο θέμα της δυσλεξίας όπου τα εκθέματα ήταν κοσμήματα φτιαγμένα από μπρούτζο και νήμα. Το Φεβρουάριο του 2020 η εικαστικός Βιργινία Φιλιππούση φιλοξενήθηκε στο Ίδρυμα Κατακουζηνού με την έκθεση «Το πράσινο δωμάτιο» με έργα ζωγραφικής εμπνευσμένα από τη ζωή, το σπίτι και το έργο του ζεύγους Κατακουζηνού (Βατόπουλος, 2020), (Κρητικού, 2020). Οι τελευταίες εκθέσεις του χώρου ήταν η έκθεση «Ανέστιοι» τον Οκτώβριο του 2021 (Καζαντζάκη, 2021) και η έκθεση «Για την Ε: για την Ελλάδα, για την Επανάσταση, για την Ελευθερία» το Δεκέμβριο του 2021 που ήταν αφιερωμένη στους εορτασμούς για τα 200 χρόνια μετά την Επανάσταση (Πελοποννησίου-Βασιλάκου, Αρχείο Εκδηλώσεων, χ.χ.).

5.7. Εκπαιδευτικά προγράμματα

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα στους χώρους πολιτισμού και κατ' επέκταση στα μουσεία αποτελούν βασικό μέρος της γενικότερης εμπειρίας των επισκεπτών καθώς μετά την παρατήρηση ενεργοποιείται και η σκέψη. Τις περισσότερες φορές αποτελούν ξεχωριστή εμπειρία και ενεργό πειραματισμό. Μέσω των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τόσο τα παιδιά όσο και οι ενήλικες, αποκτούν χειροπιαστή εμπειρία (Black, 2009, 2014, 172). Ο όρος «εκπαιδευτικό πρόγραμμα» συνδέεται με την έννοια της οργανωμένης επίσκεψης σε ένα μουσείο και βασικός στόχος του είναι να αποφευχθεί η κουραστική περιήγηση των επισκεπτών στο χώρο. Τα περισσότερα μουσεία διεθνώς προσφέρουν δραστηριότητες εκπαιδευτικού χαρακτήρα που απευθύνονται σε διάφορες ομάδες κοινού (Φουρλιγκά, Γαβριηλίδου, & Βεροπουλίδου, 2004, 6).

Τα μουσεία μπορούν να θεωρηθούν ως χώροι μάθησης, διότι αντιπροσωπεύουν ταυτόχρονα τον πολιτισμό και τη μετάδοσή του στο ευρύ κοινό, μέσω της υπόστασής τους αλλά και μέσω ειδικά σχεδιασμένων δραστηριοτήτων αλληλεπίδρασης με τα αντικείμενα (Hein, 2002, 6- 7). Τα εκπαιδευτικά προγράμματα, πέρα από τη διδακτική τους αποστολή, έχουν σκοπό και να ψυχαγωγήσουν τον επισκέπτη, κάνοντάς τον να νιώσει οικεία στο χώρο του μουσείου (Νάκου, 2001, 204).

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα στα μουσεία προσφέρουν ψυχαγωγία και γνώση σε παιδιά και σε μεγάλους. Ωστόσο, οι ενήλικες μέσα από αυτές τις δραστηριότητες

κοινωνικοποιούνται, αξιοποιούν ποιοτικά τον ελεύθερο τους χρόνο και δημιουργούν νέες εμπειρίες που τους βγάζουν από την καθημερινότητα (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 18).

Το 2016 στο Ίδρυμα Κατακουζηνού έγινε ένα σεμινάριο ενηλίκων που ήταν αφιερωμένο στη θεραπευτική δράση της καλλιγραφίας και το Μάιο της ίδιας χρονιάς ένα εργαστήριο παραμυθιών που απευθυνόταν σε ενήλικες. Το Φεβρουάριο του 2017 πραγματοποιήθηκε στο χώρο του μουσείου μία δράση διαφορετική από τις προηγούμενες, ένα σεμινάριο δημιουργικής γραφής. Επίσης, ταυτόχρονα με τις εκθέσεις που πραγματοποιούνται κατά καιρούς δημιουργούνται και τα αντίστοιχα σεμινάρια- εργαστήρια. Ενδεικτικά, την περίοδο που γινόταν η έκθεση «Η κληρονομιά της Χάγιας Κοέν» υλοποιούταν και το εργαστήριο δημιουργίας κοσμημάτων από ενήλικες επισκέπτες. Μία άλλη περίπτωση διαδραστικών προγραμμάτων στην οικία σχετίζεται με τα ίδια τα έργα του χώρου, όπως οι πίνακες ζωγραφικής «Τα τέσσερα φιλιά» του Γουναρόπουλου σε συνδυασμό με ένα βιωματικό εργαστήριο art-therapy. Το Φεβρουάριο του 2017 πραγματοποιήθηκε ένα εργαστήριο ψηφιακής εικόνας και το Μάιο του ίδιου έτους εργαστήριο ορθοφωνίας. Τον Ιανουάριο του 2020 έγινε η παρακολούθηση σεμιναρίων χαρακτικής αλλά και βυζαντινής γραφής τα οποία συνδυάστηκαν με αντίστοιχες εκθέσεις στο χώρο της οικίας.

Τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο του 2012 οι μικροί φίλοι της οικίας Κατακουζηνού είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά το ζωγράφο Χρήστο Κεχαγιόγλου και να ζωγραφίσουν μαζί του. Η ζωγραφική είναι σημαντική για τα μικρά παιδιά και εντάσσεται σε πολλά εκπαιδευτικά προγράμματα, καθώς μέσα από αυτή τα παιδιά ανακαλύπτουν έναν τρόπο έκφρασης, αφηγούνται μια ιστορία και εκφράζονται (Παναγοπούλου- Κακίση, 1994, 51, 52). Το 2012 σχεδιάστηκε ημερίδα και εκπαιδευτικό πρόγραμμα για μαθητές λυκείου της χώρας με σκοπό να εμπνεύσει τους μαθητές και να τους ενθαρρύνει να ασχολούνται με τη δημιουργία καθώς είναι απαραίτητη στις εποχές της κρίσης (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ., 2012). Το Σεπτέμβριο του 2016 πραγματοποιήθηκε ένα εργαστήριο για παιδιά οκτώ έως δεκαπέντε ετών που αφορούσε τις εφημερίδες και τα μυστικά τους (Μήλας, 2016). Το Νοέμβριο του 2017 ξεκίνησε μια σειρά από εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά ηλικίας επτά έως έντεκα ετών που αφορούσε την ίδια την οικία Κατακουζηνού, παρουσιάζοντας στα παιδιά την έννοια ενός «σπιτιού- μουσείου» αλλά και την ιστορία του Ιδρύματος. Στο ίδιο πρόγραμμα πραγματοποιήθηκε και μια ειδικά

σχεδιασμένη ξενάγηση, προσαρμοσμένη στις ηλικιακές ομάδες των μικρών επισκεπτών (Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Αρχείο Εκδηλώσεων, χ.χ.).

5.8. Οι ομάδες κοινού του Ιδρύματος Κατακουζηνού

Κάθε πολιτιστικός οργανισμός έχει ιδιαίτερη φυσιογνωμία με αποτέλεσμα να προσελκύει, συνήθως, συγκεκριμένα άτομα. Ο οργανισμός μπορεί να βασιστεί πάνω σε αυτά τα άτομα για την υλοποίηση των δράσεων του αλλά και για την εκπροσώπηση του στην κοινωνία (Μπαντιμαρούδης, 2011, 51, 52). Το κοινό που επισκέπτεται τα μουσεία είχε απασχολήσει τους μελετητές ήδη από τη δεκαετία του 1960, όταν άρχισαν να μελετώνται τα χαρακτηριστικά του (Οικονόμου, 2003, 66). Ο Pierre Bourdieu και οι συνεργάτες του ήταν από τους πρώτους που πραγματοποίησαν μία έρευνα σε όλη την Ευρώπη ώστε να μπορέσουν να αναλύσουν την κουλτούρα γύρω από τα μουσεία αλλά και την πρόσβαση του κοινού σε αυτή (Bourdieu, Darbel, & Schnapper, 1997). Στις μέρες μας τα μουσεία θεωρούνται ζωντανοί οργανισμοί ανοιχτοί σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων (Οικονόμου, 2003). Όπως αναφέρει η Άρτεμις Σταματέλου, «το μουσείο οργανικά ενταγμένο μέσα στην κοινωνία συνδημιουργεί πολιτισμικό κεφάλαιο, για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο για το σύνολο των μελών της όσο και των μελλοντικών γενεών» (Σταματέλου, 2014).

Η επιμελήτρια του Ιδρύματος Κατακουζηνού, ανέφερε ότι οι ομάδες κοινού που προσελκύει περισσότερο η Οικία είναι άτομα από 30 έως 80 ετών. Επίσης αναφέρει ότι οι συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες είναι πιο εύκολο να ανταποκριθούν στο ωράριο λειτουργίας της οικίας. Για διάφορους πρακτικούς λόγους είναι δύσκολο να δεχτεί παιδιά και σχολεία ωστόσο έχουν γίνει δράσεις για τις πιο μικρές ηλικιακές ομάδες. Συνήθως οι συγκεκριμένες δράσεις πραγματοποιούνται τα Σαββατοκύριακα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1).

5.9. Η επικοινωνιακή πολιτική που έχει εφαρμοστεί έως σήμερα

Ο αμερικανός μελετητής των μουσείων Stephen Weil είχε γράψει ότι ένα καλό μουσείο προσδοκά να έχει θετική επίδραση στη ζωή των ανθρώπων. Όπως αναφέρει η Ανδρομάχη Γκαζή, «Απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη ενός τέτοιου στόχου είναι μια σφαιρική αντίληψη

της επικοινωνιακής διάστασης του σύγχρονου μουσείου καθώς και των τρόπων υλοποίησής της» (Γκαζή, 2008). Προς το τέλος του 20^{ου} αιώνα η επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου άρχισε να αποτελεί βασικό στοιχείο της μουσειακής λειτουργίας (Desvallées & Mairesse, 2014, 7). Η επικοινωνιακή πολιτική ενός μουσείου σχετίζεται άμεσα με τους επισκέπτες οι οποίοι είναι ταυτόχρονα και ενεργοί συνομιλητές. Καθώς το κοινό των μουσείων αποτελείται από ένα σύνολο διαφορετικών ομάδων η επικοινωνιακή πολιτική των χώρων αυτών θα πρέπει να προσπαθήσει να συμπεριλάβει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ατόμων (Νικονάνου, και ά., 2015, 39).

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού από την αρχή της λειτουργίας του ήταν ανοιχτό στην επικοινωνία με άλλους φορείς μέσω της φιλοξενίας τους στο χώρο της οικίας, μέσω δανεισμών σε μουσειακούς και εκθεσιακούς χώρους αλλά και μέσω κοινών δράσεων. Το αρχειακό υλικό ήταν και είναι διαθέσιμο στους ερευνητές και στο κοινό. Ακόμη ένα μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής της οικίας είναι η τόλμη στις εκθεσιακές επιλογές και η εύρεση εναλλακτικών μεθόδων για την αξιοποίηση της περιουσίας του Ιδρύματος (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ. , Η πορεία της Οικίας Κατακουζηνού, 2016). Όσον αφορά το κοινό, η επικοινωνιακή πολιτική βασίστηκε στις θεματικές ξεναγήσεις στο χώρο του μουσείου και στις διάφορες εκδηλώσεις που έχουν ήδη αναφερθεί (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1). Ταυτόχρονα, έχει χρησιμοποιηθεί η ψηφιακή ξενάγηση και έχουν δημιουργηθεί ψηφιακά βιβλία του Ιδρύματος τα οποία είναι διαθέσιμα μέσω του διαδικτυακού τόπου του. Ο ιστότοπος της οικίας Κατακουζηνού ενημερώνεται συχνά με αρχειακό και εκπαιδευτικό υλικό. Μέσω της συγκεκριμένης σελίδας στο Ίντερνετ το κοινό ενημερώνεται για τις δράσεις και τις εκδηλώσεις του χώρου. Κατά τη διάρκεια της καραντίνας δημιουργήθηκαν ειδικές δράσεις μέσω των οποίων οι υπεύθυνοι της οικίας είχαν άμεση επικοινωνία με το κοινό μέσω των δράσεων «Δεν είστε μόνοι» και «Μοιραστείτε μαζί μας τα όνειρά σας». Την ίδια περίοδο το κοινό είχε την ευκαιρία να παρακολουθήσει παρουσιάσεις βιβλίων μέσω της εφαρμογής zoom. Πραγματοποιήθηκαν επίσης ψηφιακές ξεναγήσεις που αφορούσαν ειδικό κοινό σε συνεργασία με την Εταιρία Νόσου Alzheimer και Συναφών Διαταραχών Αθηνών (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1).

5.10. Χορηγίες και οικονομική κατάσταση Ιδρύματος

Σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού,

«- Η Πολιτιστική Χορηγία είναι ένας θεσμός της ελληνικής πολιτείας που αποσκοπεί στη χρηματοδότηση του πολιτισμού από πόρους προερχόμενους από τον ιδιωτικό τομέα. Η Πολιτιστική Χορηγία δεν σχετίζεται με τις επιχορηγήσεις του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού από δημόσιους πόρους.

-Χορηγός μπορεί να είναι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, ημεδαπό ή αλλοδαπό, του ιδιωτικού δικαίου που προβαίνει σε πολιτιστική χορηγία με αντιστάθμισμα την προβολή του κοινωνικού του προσώπου και της ευποίας του.

- Αποδέκτες χορηγίας μπορούν είναι να είναι όχι μόνο οι Δημόσιες Υπηρεσίες αλλά και κάθε μη κερδοσκοπικός οργανισμός που επιδιώκει, κατά το καταστατικό του, σκοπούς πολιτιστικούς.

-Το Τμήμα Χορηγιών της Διεύθυνσης Εποπτευομένων Φορέων Δημοσιονομικών Αναλύσεων και Χορηγιών του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού είναι αρμόδιο, μεταξύ άλλων, για την ανάληψη πρωτοβουλιών προσέλκυσης χορηγών και προβολής του θεσμού της πολιτιστικής χορηγίας και παρέχει κάθε εύλογη συνδρομή επιδιώκοντας στην εξυπηρέτηση και τον συντονισμό μεταξύ των Χορηγών και των Αποδεκτών Χορηγίας. Ειδικότερα:

- Παραλαμβάνει τις υποβαλλόμενες σε αυτό συμβάσεις που έχουν συναφθεί μεταξύ Χορηγού και Αποδέκτη της Χορηγίας, και εισηγείται, στον Υπουργό Πολιτισμού και Αθλητισμού για την έκδοση πράξης χαρακτηρισμού της σύμβασης ως σύμβασης πολιτιστικής χορηγίας προκειμένου να επέλθουν οι συνέπειες που διαγράφονται στο άρθρο 12 του Ν.3525/2007 (όπως τροποποιήθηκε με το Άρθρο 11 παρ. 4 του Ν. 3842/2010) σύμφωνα με το οποίο προβλέπεται Έκπτωση πολιτιστικών χορηγιών από το εισόδημα ως εξής :

Το χρηματικό ποσό ή η αξία της παροχής μετά από χρηματική αποτίμηση αυτής από ειδική εκτιμητική επιτροπή, που προσφέρεται ως πολιτιστική χορηγία, σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος νόμου, εκπίπτει εξ ολοκλήρου από το φορολογητέο εισόδημα του φορολογουμένου

ή τα ακαθάριστα εισοδήματα της επιχείρησης που προσέφεραν τη χορηγία. Το αφαιρούμενο συνολικό ποσό δεν μπορεί να υπερβαίνει το δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού φορολογούμενου εισοδήματος ή των καθαρών κερδών που προκύπτουν από τα βιβλία της επιχείρησης που προσέφερε τη χορηγία»

(<https://www.culture.gov.gr/el/service/SitePages/view.aspx?ilD=2636>).

Τα μουσεία αναζητούν και δέχονται οικονομική βοήθεια από δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς έχοντας πάντα καθορίσει τις σχέσεις ανάμεσά τους (Negri, 2009, 34). Στις μέρες μας παρατηρείται μεγάλος ανταγωνισμός ανάμεσα στα πολιτιστικά ιδρύματα της χώρας για χορηγίες- δωρεές (Χανιώτης, 2021). Οι ιδιωτικές ενισχύσεις αποτελούν μια βασική πηγή εσόδων στους πολιτιστικούς οργανισμούς σε αντίθεση με τις κρατικές που λιγοστεύουν (Τσουρβάκας, 2012, 248). Οι λόγοι που οι χορηγίες είναι πλέον δύσκολο να βρεθούν οφείλονται στην αύξηση των συγκεκριμένων οργανισμών τα τελευταία χρόνια αλλά και στις συνθήκες κρίσης που βιώνει ολόκληρος ο πλανήτης (Μπαντιμαρούδης, 2011, 55). Όπως αναφέρει η Σταματέλου, «Παρά την υποχρηματοδότηση του πολιτισμού, ο αριθμός των μουσείων αυξάνεται, κατασκευάζονται νέα κτίρια, δημιουργούνται εκθέσεις blockbuster, δίνεται έμφαση στην άτυπη εκπαίδευση και ψυχαγωγία και προσελκύονται ολοένα και περισσότεροι επισκέπτες» (Σταματέλου, 2014).

Έως το 2016 το Ίδρυμα Κατακουζηνού δεν είχε λάβει χρηματοδότηση από κρατικό φορέα. Αργότερα όμως έλαβε χορηγία για την εκδήλωση «Ο Επιτάφιος του Περικλή» (Μπούρας, 2018) για την έκδοση του βιβλίου του Ιδρύματος «Άγγελος Κατακουζηνός Στρατής Ελευθεριάδης- Teriade, Μια φίλια ζωής, Η δημιουργία του Μουσείου Θεόφилου», για την έκθεση και το βιβλίο «Ανέστιοι» αλλά και για την ψηφιακή πινακοθήκη του Ιδρύματος Κατακουζηνού που είναι ένα έργο σε εξέλιξη (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ., 2016). Τα οικονομικά της Οικίας Κατακουζηνού είναι δύσκολα καθώς από τα ελάχιστα έσοδα που λαμβάνει καλείται να ανταπεξέλθει σε έξοδα όπως συντήρηση του χώρου, δάνειο, κοινόχρηστα, λογαριασμούς, φόρους και έξοδα λειτουργίας (Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σ., 2016).

5.11. Σχόλια επισκεπτών

Σε αυτή την ενότητα παρατίθενται, ενδεικτικά, κάποια από τα σχόλια των επισκεπτών, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να γράψουν στην ιστοσελίδα της οικίας αναφέροντας τις εμπειρίες τους από την επίσκεψή τους στο χώρο:

«Ο/Η ΓΙΑΝΝΗΣ/ΒΟΛΟΣ λέει:

Η ΕΞΑΙΣΙΑ ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΑ ΤΗΣ ΟΙΚΙΑΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ, Η ΑΥΡΑ ΤΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΑΣΑΝ ΑΠΟ ΤΑ ΣΑΛΟΝΙΑ ΤΗΣ, ΤΑ ΕΡΓΑ ΤΕΧΝΗΣ ΠΟΥ ΤΗΝ ΚΟΣΜΟΥΝ ΚΑΙ Η ΕΞΑΙΡΕΤΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΤΗΣ κ. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΟΥ, ΜΑΣ ΧΑΡΙΣΑΝ ΕΝΑ ΥΠΕΡΟΧΟ ΑΠΟΓΕΥΜΑ ΠΟΥ ΠΡΟΤΕΙΝΟΥΜΕ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΝΑ ΑΠΟΛΑΥΣΟΥΝ»

«Ο/Η Δέδη Στυλιανή λέει:

Ελικρινά η επίσκεψη μου στην Οικία Κατακουζηνού ήταν μια μοναδική εμπειρία. Από την είσοδο της πολυκατοικίας ένιωθα την αύρα και την ενέργεια όλων αυτών των ανθρώπων που πέρασαν αυτό το κατώφλι. Όταν μπήκαμε στο σπίτι εκστασιάστηκα και πράγματι έχει γίνει εξαιρετική εργασία είναι αξία συγχαρητηρίων. Τα έπιπλα, οι πίνακες, οι φωτογραφίες, τα μικροαντικείμενα αλλά και η ξενάγηση συνέβαλαν σε ένα ταξίδι στο χρόνο.

Θα ήθελα να ξαναεπισκεφτώ την Οικία Κατακουζηνού με την πρώτη ευκαιρία.

Με εκτίμηση

Δέδη Στυλιανή»

«Ο/Η Βασιλική Καλέμη λέει:

Διότι όπου μέγιστα ορίζονται βραβεία αρετής, εκεί και άριστοι πολίται οικούν την πόλιν»

”ΕΠΙΤΑΦΙΟΣ” του Περικλή σε μετάφραση του Ελευθέριου Βενιζέλου

μέθεξη μίας ιδιαίτερης παράστασης σε σκηνοθεσία του Δήμου Αβδελιώδη, συγκλονιστική η ερμηνεία-απαγγελία της Ηωάννας Σπανού. Ένα κείμενο όπου η αμφισημία, το σημαίνον και το σημαινόμενο βρίσκονται σε μία αέναη πάλη. Πολλές ευχαριστίες στο Ίδρυμα Άγγελου & Λητούς Κατακουζηνού και ιδιαιτέρως την Σοφία Πελοποννησίου-Βασιλάκου για τις τόσο επιλεκτικές και ποιοτικές επιλογές των εκδηλώσεων του ιδρύματος, χαρίζοντας στον επισκέπτη-θεατή μια

γεύση των φιλολογικών σαλονιών της εποχής που η Αθηναϊκή και δη η Ελληνική διανόηση ήταν εφάμιλλη αυτής της Ευρωπαϊκής και αυτής πέραν του Ατλαντικού!»

«Ο/Η Ρούλα Μαύρου λέει:

Ένα όμορφο ταξίδι γεμάτο αναμνήσεις, ζωή, συναντήσεις, τέχνη, πολιτισμό, έρωτα, φιλία και όλα αυτά συγκεντρωμένα στο σπίτι της οδού Αμαλίας 4. Σε κάθε γωνιά αυτής της οικίας συναντάς το στίγμα και το χαρακτήρα του Άγγελου και της Λητώς Κατακουζηνού αλλά και άλλων σπουδαίων καλλιτεχνών και πνευματικών της γενιάς εκείνης και όλα αυτά μέσα από τη ζεστή και ζωντανή αφήγηση της ξεναγού. Αξίζει να την επισκεφτεί κανείς γιατί θα ταξιδέψει σε μια άλλη εποχή, σε μια εποχή που μπορεί να μας εμπνεύσει και σήμερα, ιδιαίτερα εμάς τους νέους. Συγχαρητήρια για την προσπάθεια και ευχαριστούμε για την όμορφη φιλοξενία!»

«Ο/Η Κατερίνα Γουλιέλμου λέει:

Καλή δύναμη να έχετε, να μας “ντύνετε” τις ημέρες μας με όλα τα υπέροχα που διοργανώνετε! Σας ευχαριστώ από καρδιάς, που κάνετε την καθημερινότητά μου τόσο ποιητική*:)

Κατερίνα Γουλιέλμου

Εκπαιδευτικός»³¹.

³¹ <https://katakouzenos.gr/epikinonia/guestbook/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.6: Προτάσεις νέων πρακτικών επικοινωνίας

6.1. Ίδρυμα Κατακουζηνού: προτάσεις νέων πρακτικών επικοινωνίας



Εικόνα 29 Ο Άγγελος και η Λητώ Κατακουζηνού (αρχείο Ιδρύματος Κατακουζηνού)

Σε προηγούμενο κεφάλαιο της μελέτης παρουσιάστηκε η έννοια της επικοινωνιακής πολιτικής γενικά. Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνουν προτάσεις που αφορούν σε νέες πρακτικές επικοινωνίας που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν από το Ίδρυμα Κατακουζηνού, με στόχο τον εμπλουτισμό της επικοινωνιακής του πολιτικής. Μέσα από προηγούμενες ενότητες της μελέτης, είδαμε ότι τα μουσεία, τις τελευταίες δεκαετίες, έχουν αποκτήσει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Για αυτόν το λόγο, οι προτάσεις πρακτικών επικοινωνίας που θα γίνουν στην επόμενη ενότητα αποσκοπούν στο να προσελκύσουν περισσότερες ομάδες κοινού στο Ίδρυμα Κατακουζηνού και να βελτιώσουν την εμπειρία όσων ήδη επισκέπτονται την οικία.

Η επικοινωνιακή πολιτική ενός χώρου περιλαμβάνει πολλούς τομείς, όπως η προβολή, οι δράσεις και οι νέες τεχνολογίες. Η επικοινωνία αποτελεί βασικό μέρος της λειτουργίας όλων των οργανισμών παγκοσμίως. Η πολιτιστική επικοινωνία αποτελεί ένα είδος κοινωνικού μάρκετινγκ μέσω του οποίου οι καταναλωτές απολαμβάνουν τα αγαθά του πολιτισμού. Σύμφωνα με τον Philip Kotler,

«η έννοια του κοινωνικού μάρκετινγκ προϋποθέτει ότι καθήκον του οργανισμού είναι να καθορίζει τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντα του κοινού και να προσφέρει τις

επιθυμητές ικανοποιήσεις πιο αποτελεσματικά και αποδοτικά από τους ανταγωνιστές κατά τρόπο που διατηρεί ή προάγει την ευημερία του καταναλωτή και της κοινωνίας» (Kotler, 2000, 86).

Πριν περάσουμε στις προτάσεις, έχει ενδιαφέρον να δούμε τον ορισμό της Βρετανικής Ένωσης Μουσείων, που αφορά τον κώδικα δεοντολογίας των σύγχρονων μουσείων,

«τα μουσεία οφείλουν να διατηρούν τις συλλογές προς όφελος της κοινωνίας και με στόχο την εξυπηρέτηση του κοινού. Να μεταδίδουν τη γνώση, τον πολιτισμό και την ιστορία στις προηγούμενες, και επόμενες γενιές. Να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους, να εξερευνούν τις συλλογές, όσον αφορά την έμπνευση, τη μάθηση και την ψυχαγωγία. Να συμβουλεύουν και να ενσωματώνουν τις κοινότητες, να αποκτούν αντικείμενα με τιμιότητα και υπευθυνότητα, να διαφυλάττουν το μακροπρόθεσμο ενδιαφέρον του κοινού για τις συλλογές και να αναγνωρίζουν το ενδιαφέρον των ανθρώπων που δημιούργησαν, χρησιμοποίησαν, απέκτησαν ή χάρισαν αντικείμενα από τις συλλογές τους. Να ενισχύουν την υποστήριξη για προφύλαξη του φυσικού και ανθρώπινου περιβάλλοντος, να ερευνούν, να μοιράζουν και να ερμηνεύουν πληροφορίες σχετικές με τις συλλογές τους, που αντανακλούν διαφορετικές απόψεις και να κάνουν ανασκόπηση της απόδοσης για καινοτομίες και βελτιώσεις» (Museums Association, 2001). Οι προτάσεις που θα παρατεθούν παρακάτω τηρούν τον κώδικα δεοντολογίας των σύγχρονων μουσείων και απευθύνονται σε όλες τις ομάδες κοινού.

6.2. Σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες

Στα προηγούμενα κεφάλαια έγινε αναφορά στις νέες τεχνολογίες και στο σημαντικό ρόλο που έχουν στις μέρες μας στη λειτουργία των πολιτιστικών οργανισμών. Το Ίδρυμα Κατακουζηνού χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του μουσείου αλλά και μέσω της παρουσίας του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παρακάτω θα προταθεί η επέκταση της

χρήσης σύγχρονων τεχνολογιών στο πλαίσιο επέκτασης της επικοινωνιακής πολιτικής του χώρου.

A) Τεχνολογία AR

Η νέα τεχνολογία επαυξημένης πραγματικότητας (AR) χρησιμοποιείται ήδη από μουσεία του εξωτερικού αλλά και της Ελλάδας. Μέσω της νέας αυτής τεχνολογίας μπορεί να επιτευχθεί ο συνδυασμός εικόνων του πραγματικού κόσμου με πληροφορίες και αντικείμενα που παράγονται από υπολογιστές (Τσουρούνης, 2020). Με τη βοήθεια ενός smartphone ή ενός tablet οι επισκέπτες του Ιδρύματος θα μπορούσαν να εστιάζουν σε συγκεκριμένα σημεία της οικίας και να ενεργοποιήσουν προεπιλεγμένα από το μουσείο hotspots. Με την ενεργοποίηση των hotspots θα ξεκινά η αναπαραγωγή κειμένων, φωνών, ήχων ή τραγουδιών, ενώ στην οθόνη θα εμφανίζονται κινούμενες εικόνες που θα συνδέονται με την οικία, τη Λητώ και τον Άγγελο Κατακουζηνό, τα αντικείμενα και τις ιστορίες του σπιτιού. Στην εφαρμογή της συγκεκριμένης τεχνολογίας στο χώρο του μουσείου θα μπορούσαν να εμφανίζονται στις οθόνες τα ολογράμματα των ιδιοκτητών και να υποδέχονται τους επισκέπτες. Επίσης, θα μπορούσαν να εμφανίζονται οι ιστορίες των αντικειμένων του σπιτιού αλλά και οι δημιουργοί των έργων τέχνης της οικίας οι οποίοι θα παρουσιάζουν τα έργα τους στους επισκέπτες.

Μέσω της τεχνολογίας AR ο επισκέπτης θα μπορεί να διαβάσει ψηφιακές πινακίδες και σημειώσεις που θα συνοδεύουν τους χώρους και τα αντικείμενα του σπιτιού. Θα μπορούσε να υπάρχει και μουσική υπόκρουση με τραγούδια της εποχής του Άγγελου και τη Λητώ, αλλά και ζωντανές αναπαραστάσεις του ζεύγους σε διάφορα σημεία του σπιτιού που θα αντικατοπτρίζουν την καθημερινότητα τους μέσα στο σπίτι. Μέσω της συγκεκριμένης τεχνολογίας μπορεί ακόμη να δημιουργηθεί μία διαδραστική ξενάγηση, από τη στιγμή που ο επισκέπτης εισέρχεται στο χώρο. Ο επισκέπτης θα επιλέγει το σημείο της οικίας στο οποίο βρίσκεται και μέσω της εφαρμογής θα ξεκινά μια ηχητική ξενάγηση. (Μπαντιμαρούδης, 2011, 125).

Η τεχνολογία αυτή χρησιμοποιείται ήδη στο σπίτι-μουσείο Ελευθέριου Βενιζέλου αλλά και στο σπίτι-μουσείο Roald Amundsen στη Νορβηγία (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 και 2).

B) Τεχνολογία VR

Η εικονική πραγματικότητα είναι η ψηφιακή δημιουργία τρισδιάστατων εμπειριών οι οποίες προσεγγίζουν ικανοποιητικά την πραγματικότητα (Ελληνική Ομπσπονδία Σωματείων Φίλων των Μουσείων, 2007, 32). Η τεχνολογία της εικονικής πραγματικότητας (VR) θα μπορούσε να εφαρμοστεί στο χώρο του Ιδρύματος είτε με την παροχή ειδικών γυαλιών *oculus* είτε με τη δημιουργία μίας εφαρμογής, έτσι ώστε ο ενδιαφερόμενος επισκέπτης-χρήστης να μπορεί να περιηγηθεί στην οικία μέσω απομακρυσμένης πρόσβασης. Με τη συγκεκριμένη τεχνολογία θα μπορούσαν να περιηγηθούν στο χώρο και άτομα τα οποία δεν μπορούν να επισκεφτούν την οικία λόγω απόστασης ή κάποιας κινητικής δυσκολίας (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, 2004, 210). Με τον ίδιο τρόπο οι επισκέπτες θα μπορούσαν, μέσω της ιστοσελίδας του Ιδρύματος, να πραγματοποιήσουν *virtual travels* (εικονικά ταξίδια- επισκέψεις), που σχετίζονται άμεσα με το χώρο (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 68- 69). Ένα από αυτά τα ταξίδια θα μπορούσε να γίνεται στη Μυτιλήνη, την ιδιαίτερη πατρίδα του Άγγελου Κατακουζηνού, στα μέρη που ο ίδιος επισκεπτόταν. Ακόμη, σε συνεργασία με το Μουσείο Θεόφилου στη Μυτιλήνη, ο επισκέπτης της οικίας Κατακουζηνού θα μπορούσε να επισκεφτεί και το Μουσείο Θεόφилου και να επιτευχθεί μία συνεργασία ανάμεσα στους πολιτιστικούς οργανισμούς, χρησιμοποιώντας νέα είδη τεχνολογίας.

Γ) Τεχνολογία 3D

Η τεχνολογία 3D χρησιμοποιείται ήδη από κάποια μουσεία που συμμετείχαν στην έρευνα. Η συγκεκριμένη πρόταση αφορά κυρίως την ιστοσελίδα της Οικίας Κατακουζηνού. Μέσω της ιστοσελίδας της οικίας ο επισκέπτης θα μπορεί να δει τρισδιάστατα σκηνικά (του χώρου του μουσείου) και να περιηγηθεί μέσα σε αυτά έχοντας τη δυνατότητα να τα δει από διάφορες όψεις τους. Επίσης θα μπορεί να αλληλεπιδρά με τα αντικείμενα του χώρου είτε επιλέγοντας τα για να πληροφορηθεί για αυτά είτε μετακινώντας τα (Ελληνική Ομπσπονδία Σωματείων Φίλων των Μουσείων, 2007, 32, 33). Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι: ο χρήστης να επιλέγει ένα από τα αντικείμενα της οικίας και με την εμφάνιση ενός παραθύρου στην οθόνη του να γίνεται η επεξήγηση της προέλευσης του και της ιστορίας του. Θα μπορούσε ακόμη να παρουσιάζεται

στον επισκέπτη ο τρόπος χρήσης ενός αντικειμένου από τα άτομα που κατοικούσαν στο σπίτι. Η συγκεκριμένη τεχνολογία εφαρμόζεται στο σπίτι- μουσείο Roald Amundsen στη Νορβηγία αλλά και στο σπίτι- μουσείο Ελευθέριου Βενιζέλου στα Χανιά (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 και 2). Η συγκεκριμένη πρόταση σε συνδυασμό με τις παραπάνω αποτελούν πολύτιμα εργαλεία για την επικοινωνία του επισκέπτη με το μουσείο, ειδικά στην περίοδο της πανδημίας.

Δ) Εφαρμογή- application

Μία ακόμη πρόταση επικοινωνιακής μεθόδου είναι η δημιουργία μιας εφαρμογής- application για smartphones και tablets. Μέσω της συγκεκριμένης εφαρμογής ο επισκέπτης θα μπορεί να περιηγηθεί στους χώρους του μουσείου αλλά και να εμπλακεί σε διάφορες δραστηριότητες που θα λαμβάνουν χώρο στην οικία εξ αποστάσεως (Μπαντιμαρούδης, 2011, 122- 123). Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να αποτελέσει ένα ψηφιακό παιχνίδι θησαυρού, για παιδιά και ενήλικες, στο χώρο της Οικίας Κατακουζηνού (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2). Ακόμη, ένα ψηφιακό παιχνίδι θα μπορούσε να είναι το «βρίσκω διαφορές ανάμεσα σε αντικείμενα της οικίας». Ένα ψηφιακό παζλ θα μπορούσε να συστήσει στον επισκέπτη τα έργα τέχνης της οικίας. Ο ίδιος θα συναρμολογούσε το παζλ, μέσω του οποίου θα εμφανιζόταν ένα από τα έργα τέχνης της οικίας π.χ. οι πόρτες του Γκίκα. Με την ολοκλήρωση του παζλ θα αναδυόταν ένα παράθυρο με την ιστορία που κρύβεται πίσω από κάθε έργο τέχνης.

Ε) Διαδραστικά εκθέματα

Στις τεχνολογικές καινοτομίες περιλαμβάνεται και η κατηγορία των «ζωντανών μηχανών» οι οποίες αποτελούν ένα είδος ψηφιακών εκθεμάτων στα μουσεία. Οι μηχανές αυτές έχουν τη συμπεριφορά ενός ζωντανού οργανισμού και αποτελούν ενδιαφέρουσες και μυστηριώδεις παρουσίες στο χώρο. Οι επισκέπτες δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τα συγκεκριμένα εκθέματα. Η μορφή των μηχανών μπορεί να είναι ανθρώπινη ή να έχουν τη μορφή ενός ζώου. Επίσης, κάποιες από τις μηχανές έχουν την όψη ενός βιομηχανικού προϊόντος ή ακόμη και ενός ανθρώπινου κεφαλιού (Negri, 2009, 123). Μία μηχανή παρόμοιου τύπου θα μπορούσε να τοποθετηθεί στην είσοδο της Οικίας Κατακουζηνού, καλωσορίζοντας τους επισκέπτες κατά την

προσέλευση τους στο μουσείο. Η μηχανή θα μπορούσε να έχει τη μορφή ενός οικοδεσπότη ή ακόμη να είναι ένα απλό ρομπότ. Κατά την είσοδο του επισκέπτη στο χώρο της Οικίας το ρομπότ θα τον υποδεχόταν με ανθρώπινη φωνή. Στη συνέχεια ο επισκέπτης θα μπορούσε να κάνει ερωτήσεις στο μηχανήμα και να λαμβάνει απαντήσεις. Η διαδικασία αυτή χρειάζεται την παρέμβαση ενός χειριστή που θα ελέγχει το μηχανήμα από απόσταση. Τα διαδραστικά εκθέματα κεντρίζουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών και προσφέρουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία στο χώρο των μουσείων, καθώς οι επισκέπτες κατανοούν καλύτερα τα μόνιμα εκθέματα του χώρου (Black, 2009, 2014, 303).

ΣΤ) Live streaming εκδηλώσεων

Οι υπεύθυνοι του Ιδρύματος Κατακουζηνού χρησιμοποιούν ήδη την τεχνολογία του live streaming για παρουσιάσεις βιβλίων και online ομιλίες. Η πρόταση που κατατίθεται εδώ αφορά στη μετάδοση μέσω live streaming όλων των εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στο χώρο του μουσείου (Negri, 2009, 125). Λόγω της πανδημίας έχουν μετατραπεί πολλά από τα δεδομένα της παλιάς μας καθημερινότητας. Ένα από αυτά είναι η συγκέντρωση πολλών ατόμων μέσα σε ένα χώρο. Σε αυτό μπορεί να βοηθήσει το live streaming ώστε όλοι να μπορούν να παρακολουθήσουν μια εκδήλωση με ασφάλεια και ο χώρος να μπορέσει να τηρήσει την προσέλευση μικρού αριθμού ατόμων. Η συμμετοχή στις εκδηλώσεις online θα μπορούσε να έχει ένα συμβολικό χρηματικό ποσό ως αντίτιμο ή σε κάποιες περιπτώσεις να παρέχεται δωρεάν. Η πρόταση αυτή θα μπορούσε αρχικά να δοκιμαστεί πιλοτικά (Black, 2009, 2014, 300). Η σύγχρονη μέθοδος της μετάδοσης δράσεων σε πραγματικό χρόνο χρησιμοποιείται ήδη από το σπίτι-μουσείο Ελευθέρiou Βενίζελου και το σπίτι-μουσείο Φρόιντ στο Λονδίνο.

Ζ) Διαδραστικές οθόνες

Η παρούσα πρόταση σχετίζεται με την τοποθέτηση διαδραστικών πινάκων- οθονών σε διάφορα μέρη στο χώρο του μουσείου. Οι οθόνες θα πρέπει να βρίσκονται αρμονικά τοποθετημένες μέσα στο χώρο ενός μουσείου (Negri, 2009, 117- 118). Στη συνέντευξη με την επιμελήτρια του σπιτιού- μουσείου Γουναρόπουλου αναφέρθηκε η σκέψη από μέρους της, της τοποθέτησης

μιας διακριτικής οθόνης στο χώρο της οικίας. Το Ίδρυμα Κατακουζηνού ωστόσο διαθέτει περισσότερους χώρους και γι' αυτό το λόγο η πρόταση που κατατίθεται εδώ αφορά την τοποθέτηση μίας διακριτικής διαδραστικής οθόνης σε κάθε δωμάτιο του σπιτιού, σε σημεία που δε θα επηρεάζουν την αρμονία του χώρου. Οι οθόνες θα μπορούσαν να προβάλλουν ένα μικρό φωτογραφικό ντοκιμαντερ που θα αφορά τη γνωριμία και τη ζωή του ζεύγους Κατακουζηνού (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 44). Επίσης, θα μπορούσαν να προβάλλουν ένα μικρό χαιρετισμό στους επισκέπτες από τους υπεύθυνους του μουσείου ή μικρά βίντεο όπου οι επιμελητές του χώρου θα απαντούν με σύντομο τρόπο σε συνηθισμένες ερωτήσεις του κοινού σχετικά με το Ίδρυμα, όπως συμβαίνει στο σπίτι- μουσείο Βενιζέλου στα Χανιά (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Α.). Οι οθόνες θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν ακόμη και κείμενα, που θα έχουν επιμεληθεί οι υπεύθυνοι της οικίας Κατακουζηνού, τα οποία θα μπορούν να διαβάζουν οι επισκέπτες κατά την παραμονή τους στους χώρους του μουσείου (Negri, 2009, 122). Ακόμη μία χρήση των οθονών θα μπορούσε να είναι η καταγραφή των σχολίων των επισκεπτών, των παρατηρήσεων τους, των ερωτήσεων και των αντιδράσεων τους από την επίσκεψη στην οικία. Οι παρατηρήσεις των επισκεπτών θα μπορούσαν μέσω των οθονών να είναι άμεσα διαθέσιμες στο διαδίκτυο (Negri, 2009, 126).

Η) Ψηφιακή ηχητική ξενάγηση

Η συγκεκριμένη πρόταση αφορά στην ηχητική ξενάγηση του επισκέπτη μέσω smartphone. Η συγκεκριμένη πρακτική επικοινωνίας έχει ήδη εφαρμοστεί σε μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης, όπως στο μουσείο Φρόιντ στο Λονδίνο, στο μουσείο Βενιζέλου και Καποδίστρια στην Ελλάδα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Α+Γ.). Η ηχητική ξενάγηση στο Ίδρυμα Κατακουζηνού θα μπορούσε να είναι μεταφρασμένη σε αρκετές γλώσσες και να συνοδεύει ξένους και Έλληνες επισκέπτες στην περιήγηση τους στο μουσείο, εξηγώντας με λεπτομέρεια την ιστορία του χώρου και των ανθρώπων που έζησαν και πέρασαν από την οικία. Το συγκεκριμένο είδος ξενάγησης είναι απαραίτητο για τα άτομα που έχουν πρόβλημα στην όραση (Στεφανοπούλου, 2006, 157).

6.3. Ανανέωση εκθεσιακών χώρων

A) Αναβάθμιση ακουστικής εγκατάστασης

Ένα βασικό μέρος της επικοινωνίας των μουσείων με το κοινό είναι η αναβάθμιση και η διάρθρωση των εκθεσιακών χώρων (Negri, 2009, 113). Στο μέρος αυτό της μελέτης θα προταθεί η ανανέωση της ηχητικής εγκατάστασης στο Ίδρυμα Κατακουζηνού. Το σπίτι- μουσείο Ντένις Σέβερς στο Λονδίνο διαθέτει ηχητική εγκατάσταση νέας τεχνολογίας η οποία θα αναβαθμιστεί ξανά το επόμενο διάστημα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Β.). Ένα νέο σύστημα ηχητικής εγκατάστασης στην οικία Κατακουζηνού θα προσέδιδε στην επίσκεψη του κοινού μία νέα απολαυστική εμπειρία. Στη διάρκεια των περιοδικών εκθέσεων το σπίτι θα μπορούσε να περιβάλλεται από τον ήχο μουσικών συνθέσεων που θα αφορούν την ίδια την έκθεση και η μουσική να επεκτείνεται σε όλους τους χώρους της οικίας. Σε εκδηλώσεις και δράσεις που αφορούν τον Άγγελο και τη Λητώ Κατακουζηνού θα μπορούσαν να ακούγονται μουσικές μελωδίες της εποχής τους. Η ηχητική εγκατάσταση θα φανεί επίσης χρήσιμη στις ομιλίες αλλά και στις μουσικές βραδιές που διοργανώνονται στο χώρο.

B) Τοποθέτηση κειμένων- πινακίδων

Σε προηγούμενη ενότητα προτάθηκε η δημιουργία ψηφιακών κειμένων που θα είναι διαθέσιμα στον επισκέπτη της Οικίας Κατακουζηνού μέσω εφαρμογών ή μέσω διαδραστικών οθονών στο χώρο του μουσείου. Μια άλλη πρόταση επικοινωνιακής πολιτικής είναι η τοποθέτηση επεξηγηματικών- πληροφοριακών κειμένων κάτω ή δίπλα από κάθε έκθεμα του Ιδρύματος με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση του επισκέπτη. Όπως αναφέρουν οι Γκαζή και Νικηφορίδου,

«Όλα μαζί τα κείμενα αποτελούν αποσπάσματα του συνολικού «λόγου» της έκθεσης και συνθέτουν την «ιστορία» της. Με άλλα λόγια, επιτελούν τη λειτουργία της σύνδεσης του «λόγου» της έκθεσης και έτσι διασφαλίζεται η νοηματική/λογική συνάφεια και η γλωσσική συνέπεια. Μέσω των κειμένων επιτυγχάνεται, ακόμη, η ενότητα των μηνυμάτων στο επίπεδο της «ιστορίας», της ιδέας, του θέματος. Ταυτόχρονα, αναπληρώνουν ό,τι δεν ήταν δυνατό να ειπωθεί μέσω των άλλων εκθεμάτων, καθώς έχουν τη δυνατότητα να

παρουσιάζουν επιστημονικές έννοιες με αποτελεσματικό και ευέλικτο τρόπο» (Γκαζή & Νικηφορίδου, 2005, 7).

Βάσει του παραπάνω αποσπάσματος, τα κείμενα αποτελούν ένα βασικό βοηθητικό μέσο για τον επισκέπτη ως προς τη δική του προσωπική επικοινωνία με την έκθεση και τα εκθέματα. Στο Ίδρυμα Κατακουζηνού τα κείμενα στη μόνιμη έκθεση του χώρου θα εντάξουν τον επισκέπτη στην ιστορία του σπιτιού με πιο επαρκή τρόπο και θα βοηθήσουν στον καλύτερο προσανατολισμό του (Negri, 2009, 116).

Γ) Μαξιλάρια χαλάρωσης

Η συγκεκριμένη πρόταση αποσκοπεί περισσότερο στην προσέλκυση νεαρών ηλικιακών ομάδων. Απευθύνεται, ταυτόχρονα και σε όλες τις ομάδες κοινού και αποσκοπεί στη φροντίδα και την άνεση των επισκεπτών. Η επίσκεψη στο χώρο ενός μουσείου περιλαμβάνει ορθοστασία αλλά και περπάτημα με αφύσικο ρυθμό. Ο συνδυασμός πνευματικής και σωματικής κούρασης εξαντλεί τον επισκέπτη. Με σκοπό να αποφευχθούν τα παραπάνω, κυρίως στα μεγάλα μουσεία, δημιουργούνται χώροι ανάπαυσης για όλες τις ομάδες κοινού. Ο επισκέπτης μπορεί να καθίσει και να ξεκουραστεί αλλά ταυτόχρονα να παρατηρεί το χώρο και τα εκθέματα από μια διαφορετική οπτική γωνία. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται και η καθιστική μάθηση (Negri, 2009, 119- 121). Όπως αναφέρει ο Negri:

«Δεν θα ήταν λογικό να περιμένει κανείς μεγάλο επίπεδο άνεσης σε όλα τα μουσεία. Ωστόσο, ο επισκέπτης πρέπει να έχει το δικαίωμα να σταματήσει και να καθίσει για λίγο, όταν και όπου επιθυμεί. Αυτό που είναι αναγκαίο να υπάρχει είναι ένα σύστημα απλών καθισμάτων ή φορητών скаμνιών, που να μπορούν να μετακινηθούν στο εσωτερικό του μουσείου, ανάλογα με τις προσωπικές απαιτήσεις των επισκεπτών και με τρόπο που να δημιουργεί ατμόσφαιρα οικειότητας. Τίποτα δεν χρειάζεται, ίσως, περισσότερο από τα καθίσματα, άφθονα καθίσματα, ώστε να γίνει πιο ανθρώπινο το μουσείο και να εκπέμπει θαλπωρή» (Negri, 2009, 160, 161).

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού διαθέτει ήδη καθίσματα ξεκούρασης τα οποία βρίσκονται σε διάφορα μέρη της οικίας. Επίσης, λόγω του περιορισμένου χώρου και των ήδη διαμορφωμένων δωματίων δεν υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας ενός χώρου αποκλειστικά για τη χαλάρωση των επισκεπτών. Θα μπορούσαν, όμως, να υπάρχουν μαξιλάρια ξεκούρασης τα οποία θα ήταν συγκεντρωμένα στο χολ της οικίας και ο κάθε επισκέπτης, εφόσον το επιθυμούσε, θα είχε τη δυνατότητα να ξεκουραστεί σε όποιο δωμάτιο επέλεγε, καθισμένος στο πάτωμα και πάνω στο μαξιλάρι. Η παρούσα πρόταση αποτελεί μία ακόμη πρακτική προσέλευσης των πιο νέων σε ηλικία επισκεπτών του χώρου, με σκοπό να αισθάνονται μεγαλύτερη ελευθερία και άνεση. Ο εμπλουτισμός των καθισμάτων θα δίνει στους νέους, αλλά και σε όποιον άλλον το επιθυμεί, την δυνατότητα επιλογής του χώρου ξεκούρασής του μέσα στο χώρο του Ιδρύματος.

6.4. Μάρκετινγκ και επικοινωνία μέσω νέων δράσεων

A) Μέσα προβολής

Είναι σημαντικό τα μηνύματα που σχεδιάζει και κοινοποιεί ένας πολιτιστικός οργανισμός, πέρα από το κοινό του, να προσελκύουν και το ενδιαφέρον των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Η κάλυψη του οργανισμού από τα ΜΜΕ επηρεάζει καταλυτικά την παρουσία του στην πολιτιστική αγορά (Μπαντιμαρούδης, 2011, 76). Η προβολή αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς μηχανισμούς μάρκετινγκ των μουσείων, καθώς θεωρείται ο πιο αποτελεσματικός τρόπος γνωστοποίησης τους. Η προβολή περιλαμβάνει τη διαφήμιση ενός χώρου σε εκπομπές, τις δημόσιες σχέσεις του οργανισμού, το προωθητικό υλικό, το άμεσο μάρκετινγκ, τις χορηγίες κ.ά. Η διαφήμιση παίζει σημαντικό ρόλο στο να γίνει ένα μουσείο ευρύτερα γνωστό και κατ'επέκταση να προσελκύσει περισσότερες ομάδες κοινού (Τσουρβάκας, 2012, 131).

Στο παρόν μέρος της εργασίας θα γίνει η πρόταση της καθημερινής επαφής των υπεύθυνων του μουσείου με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που ασχολούνται με τον πολιτισμό. Θα μπορούσαν, λοιπόν, να οργανωθούν ανοιχτές βραδιές δημοσιογράφων κατά τη διάρκεια των οποίων θα ενημερώνονται για τις επερχόμενες δράσεις του Ιδρύματος. Εκείνοι με τη σειρά τους θα επέλεγαν ποιες από τις νέες δράσεις θα μπορούσαν να προβάλλουν και σε ποιο μέσο

(Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 158, 159). Την πρακτική της επιδίωξης μεγαλύτερης προβολής στα μέσα μαζικής ενημέρωσης πρότειναν οι υπεύθυνοι των σπιτιών-μουσείων Καποδίστρια και Γουναρόπουλου. Συγκεκριμένα, η επιμελήτρια του μουσείου-σπιτιού Γουναρόπουλου ανέφερε τη σημαντικότητα των συχνών ραδιοφωνικών συνεντεύξεων στην ΕΡΤ και σε άλλα μέσα που προβάλλουν τα πολιτιστικά δρώμενα τη χώρας. Επίσης, πρότεινε την προβολή των μουσείων μέσω διαδικτυακών σελίδων του χώρου του πολιτισμού όπως είναι η σελίδα Culturenow και η σελίδα Forfree (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Γ. και ΣΤ.).

Β) Προσβασιμότητα

Το Ίδρυμα Κατακουζηνού βρίσκεται πάνω σε κεντρικό δρόμο του κέντρου της Αθήνας, στο Σύνταγμα. Η πρόσβαση στο χώρο επιτυγχάνεται εύκολα με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Ωστόσο, η πρόσβαση είναι σχεδόν αδύνατη για τους οδηγούς, καθώς οι θέσεις στάθμευσης είναι δυσεύρετες. Το λεγόμενο «ταξίδι του πελάτη» προς έναν πολιτιστικό χώρο θα πρέπει να είναι άνετο καθώς ο επισκέπτης επιλέγει να περάσει τον ελεύθερο χρόνο του σε ένα χώρο που θα του προσφέρει ηρεμία και θα τον απαλλάξει από το άγχος της καθημερινότητας (Black, 2009, 2014, 139). Η συγκεκριμένη πρόταση αφορά στη συνεργασία του Ιδρύματος Κατακουζηνού με ένα χώρο στάθμευσης που θα βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από το μουσείο (π.χ. στο δρόμο Ξενοφώντος) και θα φιλοξενεί τα οχήματα των επισκεπτών στη διάρκεια που εκείνοι απολαμβάνουν την επίσκεψή τους στην Οικία. Η διευκόλυνση όσον αφορά στη θέση στάθμευσης θα προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών. Η ενημέρωση για το χώρο στάθμευσης θα γίνεται μέσω της σελίδας του μουσείου στο ίντερνετ. Η αναβάθμιση της προσβασιμότητας θα αποτελέσει νέα πρακτική επικοινωνίας και για το μουσείο Καποδίστρια στην Κέρκυρα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Γ.).

Γ) Νέες δράσεις

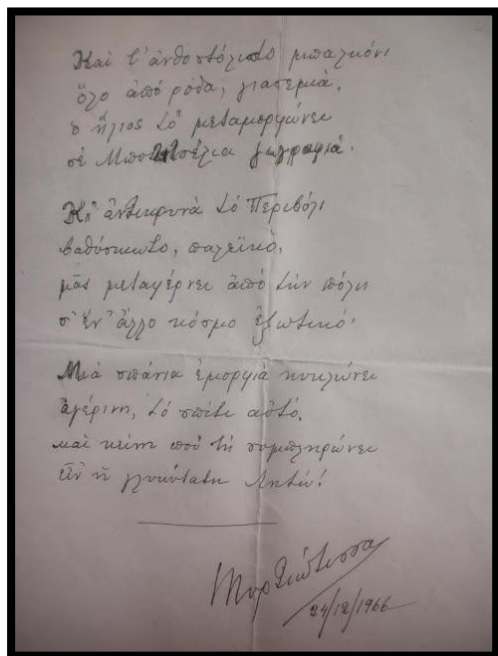
Οι δράσεις εξωτερικών εκδηλώσεων των μουσείων έχουν μεγάλη απήχηση στο κοινό και πολλές φορές συμπληρώνουν τις δράσεις που πραγματοποιούνται μέσα στο χώρο των μουσείων (Black, 2009, 2014, 263). Το ενήλικο κοινό δείχνει μεγάλη προτίμηση στη συγκεκριμένη πρακτική των

μουσείων και οι περισσότεροι επισκέπτες αντιμετωπίζουν τις δράσεις αυτές σαν μία περιπέτεια μάθησης. Συνήθως πραγματοποιούνται σε μικρές ομάδες και φέρνουν τους συμμετέχοντες σε επαφή με τον πολιτιστικό αλλά και το φυσικό κόσμο. Οι υπεύθυνοι των δράσεων αυτών είναι ειδικά εκπαιδευμένα άτομα από τα μουσεία, που φροντίζουν να οργανώνουν την ομάδα και να προσφέρουν τις κατάλληλες πληροφορίες όσον αφορά στο χώρο της επίσκεψης (Sachatello-Sawyer, και συν., 2002, 35- 37). Οι επισκέπτες από άλλες χώρες δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για τις δράσεις εκτός μουσείου (Μπαντιμαρούδης, 2011, 103).

1 . Η πρόταση που κατατίθεται έχει ως έναυσμα τις εξωτερικές δράσεις των μουσείων-σπιτιών που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της μελέτης. Αρχικά, θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι εξωτερικές μουσειακές δράσεις προσφέρονται από το σπίτι- μουσείο Βενιζέλου, Μπουμπουλίνας και Roald Amundsen (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.Α. και Β., ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.Δ). Το Ίδρυμα Κατακουζηνού, όπως έχει ήδη αναφερθεί, στεγάζεται σε πολυκατοικία στο κέντρο της Αθήνας και δεν έχει κήπο ή προαύλιο. Στην ακριβώς απέναντι πλευρά του δρόμου βρίσκεται ο Εθνικός κήπος της Αθήνας. Η νέα δράση που προτίνεται περιλαμβάνει την επίσκεψη του Εθνικού κήπου μέσω προγράμματος του Ιδρύματος Κατακουζηνού. Ένα ειδικά καταρτισμένο άτομο της Οικίας θα ξεναγεί Έλληνες και ξένους επισκέπτες στον Εθνικό κήπο, μετά από μία θεματική επίσκεψη στο Ίδρυμα. Οι ομάδες κοινού που θα συμμετέχουν στο συγκεκριμένο πρόγραμμα θα είναι μικρές και η δράση θα πραγματοποιείται την άνοιξη και το καλοκαίρι. Το πρόγραμμα θα είναι διαθέσιμο και για ΑμεΑ καθώς η πρόσβαση στον κήπο είναι εφικτή (Βέμη & Νάκου, 2010, 175).

Η δράση εκτός μουσείου: Αρχικά, θα περιλαμβάνεται η επίσκεψη μικρών ομάδων κοινού στο χώρο του μουσείου, κατόπιν δήλωσης συμμετοχής στο πρόγραμμα, για μία θεματική ξενάγηση στην Οικία. Το θέμα της ξενάγησης θα είναι «Οι Κατακουζηνοί και η γενιά του '30». Η ξενάγηση θα διαρκεί τριάντα λεπτά και θα καταλήγει στο μπαλκόνι του Ιδρύματος, με την αφήγηση του ποιήματος της Θεώνης Δρακοπούλου- Μυρτιώτισσας για το σπίτι των Κατακουζηνών. Το ποίημα είναι αφιερωμένο στη Λητώ και οι στίχοι του αναφέρουν τον Εθνικό κήπο χαρακτηρίζοντας τον ως ένα περιβόλι που μεταφέρει τον επισκέπτη από την πόλη σε έναν κόσμο εξωτικό. Η ξενάγηση θα σταματά και οι επισκέπτες θα μεταφέρονται, με τη συνοδεία ατόμου του Ιδρύματος, στον Εθνικό κήπο όπου θα πραγματοποιείται ένας θεματικός περίπατος που θα περιλαμβάνει την εξιστόρηση της δημιουργίας του κήπου και της διαμόρφωσης του

μέσα στα χρόνια (σε συνεννόηση με το Δήμο Αθηναίων). Για τις ομάδες των ΑμεΑ η ξενάγηση στο σπίτι θα έχει προηγηθεί με ψηφιακό τρόπο και θα πραγματοποιείται απευθείας συνάντηση στην είσοδο του κήπου.



Εικόνα 30 Το ποίημα της Μυρτιάττισσας για το σπίτι της Λητώς
(Ανδριόπουλος, 2013)

2 . Μία νέα δράση που θα μπορούσε να δημιουργηθεί στην Οικία Κατακουζηνού θα αφορά τις γυναίκες όλων των ηλικιών και θα πραγματοποιείται μία φορά το μήνα (Black, 2009, 2014, 121). Η συγκεκριμένη μέρα θα είναι αφιερωμένη στις γυναίκες όλων των ηλικιών και όλων των εθνικοτήτων. Οι μέρες αυτές θα είναι επίσης αφιερωμένες στη Λητώ Κατακουζηνού και τη δυναμική της προσωπικότητα. Οι δραστηριότητες στο χώρο του Ιδρύματος θα εναλλάσσονται κάθε φορά και θα προσεγγίζουν διαφορετικές θεματικές που απασχολούν τις γυναίκες στις μέρες μας. Το θέμα που θα παρουσιάζεται σε κάθε συνάντηση θα πλαισιώνεται από την παρουσία ενός ειδικού προσκεκλημένου, ανάλογα με το θέμα που πραγματεύεται. Θα γίνεται η παρουσίαση του εκάστοτε θέματος και θα ακολουθεί συζήτηση. Τα αντικείμενα παρουσίασης και συζήτησης θα μπορούσαν να είναι η αναζήτηση εργασίας, ο ψυχολογικός εκβιασμός, η επιλογή συντρόφου, οι θρεπτικές τροφές, η αφήγηση ποιημάτων, η δημιουργική γραφή, η κάθε είδους ψυχική διαταραχή και άλλες θεματικές με ζητήματα που απασχολούν τις γυναίκες της

σύγχρονης εποχής. Ο σκοπός των συγκεντρώσεων θα είναι η ενημέρωση, η ανταλλαγή απόψεων αλλά και η διάδραση- κοινωνικοποίηση των γυναικών μεταξύ τους. Οι δράσεις θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν σε συνεργασία με κάποιον μη κερδοσκοπικό οργανισμό όπως είναι ο «WeFor» και η καμπάνια του «WeForWomen» (Mcteam, 2021).

3. Η πραγματοποίηση των δύο παραπάνω δράσεων περιλαμβάνει τη συνεργασία του Ιδρύματος Κατακουζηνού με άλλους οργανισμούς και φορείς, όπως είναι ο Δήμος Αθηναίων και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί. Η παρούσα πρόταση περιλαμβάνει τη συνεργασία της οικίας Κατακουζηνού με ένα άλλο σπίτι-μουσείο, δηλαδή με έναν οργανισμό της ίδιας κατηγορίας. Η συνεργασία που θα προταθεί μπορεί να ονομαστεί και στρατηγική συμμαχία. Οι στρατηγικές συμμαχίες των οργανισμών αφορούν σε συνεργασίες για κάποιον κοινό σκοπό και μεγαλύτερη κερδοφορία (Τσουρβάκας, 2012, 377). Επίσης, μέσα από αυτές ενοποιούνται διαφορετικές κατηγορίες κοινού αποκτώντας σημαντικές προσβάσεις για την αναγνώριση των οργανισμών και την καταξίωση της αποστολής τους (Μπαντιμαρούδης, 2011, 21). Το Ίδρυμα Κατακουζηνού, όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα της μελέτης, έχει πραγματοποιήσει συνεργασίες με φορείς και οργανισμούς, όπως ήταν η συνεργασία με την πινακοθήκη Γκίκα.

Η παρούσα πρόταση αφορά τη συνεργασία μέσω των εντύπων των οργανισμών. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι η συνεργασία με το σπίτι-μουσείο Δροσίνη, το οποίο βρίσκεται, όπως το Ίδρυμα Κατακουζηνού, στην περιοχή της Αττικής. Έτσι, η οικία Δροσίνη θα μπορούσε να ενημερώνει τους επισκέπτες της για τις νέες δράσεις του Ιδρύματος Κατακουζηνού, μέσω εντύπων, όπως αφίσες και ενημερωτικά δελτία. Αντίστοιχα, η οικία Κατακουζηνού θα μπορούσε να ενημερώνει τους δικούς της επισκέπτες για τα δρώμενα της οικίας Δροσίνη. Αντίστοιχες συνεργασίες θα μπορούσαν να επιτευχθούν και με άλλα σπίτια-μουσεία της χώρας. Με αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης ενημερώνεται τόσο για την ύπαρξη αντίστοιχων χώρων όσο και για τα δρώμενα που πραγματοποιούνται σε αυτούς. Η συγκεκριμένη πρόταση απευθύνεται σε όλες τις ομάδες κοινού και περισσότερο σε εκείνες που επισκέπτονται τα σπίτια-μουσεία. Μέσω των εντύπων, ο ένας χώρος θα οδηγεί το κοινό στην επίσκεψη του άλλου. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα έντυπα παραμένουν στο επίκεντρο της επικοινωνίας ενός οργανισμού (Μπαντιμαρούδης, 2011, 64- 67). Μπορούν να διαφοροποιούνται όσον αφορά στο σχεδιασμό τους, με ορισμένα να μοιάζουν σε εφημερίδες ή

περιοδικά, ενώ άλλα περιλαμβάνουν εναλλακτικές σχεδιαστικές επιλογές, όπως έντονα χρώματα και πρωτότυπα άρθρα. Στο πλαίσιο της παρούσας πρότασης επικοινωνιακής στρατηγικής, τα έντυπα, που θα παρουσιάζουν το εκάστοτε σπίτι-μουσείο στο κοινό, θα έχουν έντονα χρώματα και θα εμπεριέχουν πληροφορίες για την τοποθεσία του χώρου και μία μικρή αναφορά στην ιστορία του μουσείου. Ωστόσο, θα δίνεται βάση στις εκδηλώσεις και στις εκθέσεις που φιλοξενούνται, την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, στο χώρο του κάθε σπιτιού-μουσείου.

4 . Η παρούσα πρόταση αφορά τη διαπολιτισμικότητα σε συνδυασμό με τη διεθνή κουζίνα. Μια νέα τάση της σύγχρονης εποχής είναι η δοκιμή διαφορετικών ειδών τροφής και μαγειρικής (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 38). Η διατροφή του ανθρώπου ανήκει στις επιστήμες της ζωής και ο ρόλος της τροφής είναι πρωτεύων όχι μόνο στη βιολογική επιβίωση, αλλά και στην κοινωνική ζωή του ανθρώπου (Ματάλα, 2015, πρόλογος). Η δράση που προτείνεται θα πραγματοποιείται στο χώρο της Οικίας Κατακουζηνού μία φορά το χρόνο. Την ημέρα εκείνη η Οικία θα φιλοξενεί ανθρώπους από διαφορετικές χώρες του κόσμου, οι οποίοι διαμένουν στην Ελλάδα. Η δράση θα γίνεται σε δύο ομάδες, οι οποίες θα έχουν διαφορετική ώρα προσέλευσης και αποχώρησης με σκοπό την αποφυγή συγκέντρωσης πολλών ατόμων στο χώρο, την ίδια χρονική στιγμή. Θα στηθούν μεγάλα τραπέζια και πάνω τους θα τοποθετηθούν εδέσματα από διαφορετικές κουζίνες του κόσμου, που οι επισκέπτες θα έχουν μαγειρέψει και θα έχουν φέρει μαζί τους. Οι καλεσμένοι θα έχουν τη δυνατότητα να γνωριστούν μεταξύ τους και να ανταλλάξουν τις απόψεις τους πάνω στο θέμα της διεθνούς κουζίνας. Ταυτόχρονα, θα δοκιμάζουν και τα εδέσματα. Η ημέρα θα ξεκινήσει με την ομιλία ενός καθηγητή που θα ειδικεύεται στο θέμα της διατροφής σε σχέση με τον πολιτισμό. Οι συμμετέχοντες θα έχουν δηλώσει το ενδιαφέρον τους να παρευρεθούν στην εκδήλωση μέσω της ιστοσελίδας του Ιδρύματος. Στην παρούσα χρονική περίοδο, λόγω της πανδημίας, οι ομάδες των συμμετεχόντων θα είναι μικρές σε αριθμό ώστε να μπορέσουν να τηρηθούν τα μέτρα ασφαλείας που έχει θεσπίσει το κράτος.

Δ) Νέα εκπαιδευτικά προγράμματα

Τα περισσότερα μουσεία στον κόσμο οργανώνουν εκπαιδευτικά προγράμματα για διάφορες ομάδες επισκεπτών. Εκτός από τους μαθητές, τα εκπαιδευτικά προγράμματα απευθύνονται σε οικογένειες, άτομα τρίτης ηλικίας, εθνικές και θρησκευτικές μειονότητες και Άτομα με Αναπηρίες. Οι κυριότεροι στόχοι των εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι να αποκτήσουν νόημα τα εκθέματα του μουσείου, να αποκαλυφθούν οι σχέσεις ανάμεσα στα αντικείμενα και να δημιουργηθούν νέες γνώσεις (Φουρλίγκα, Γαβριηλίδου, & Βεροπουλίδου, 2004, 6). Σχεδόν όλα τα σπίτια- μουσεία που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα πραγματοποιούν εκπαιδευτικά προγράμματα στους χώρους τους (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 και 3). Οι εκπαιδευτικές αυτές δραστηριότητες αποτελούν ακόμη μια μέθοδο προσέλκυσης κοινού στα μουσεία και για αυτό το λόγο η ανανέωση τους από τους φορείς είναι απαραίτητη.

1 . Η αρχική πρόταση για την ανανέωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων στο Ίδρυμα Κατακουζηνού είναι το πρόγραμμα εκπαίδευσης δασκάλων Δημοτικού και καθηγητών Γυμνασίου. Η εκπαίδευση ομιλητών και δασκάλων από το μουσείο αποτελεί μια χρήσιμη πρακτική εκ μέρους του οργανισμού και έχει ως στόχο την παρουσίαση του στο κοινό. Συνήθως η εκπαίδευση των εκπαιδευτικών- ομιλητών παρέχεται δωρεάν (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 29, 30). Στο πλαίσιο της παραπάνω πρακτικής ένας από τους υπεύθυνους της Οικίας Κατακουζηνού θα μπορεί να εκπαιδεύει δασκάλους Δημοτικού και καθηγητές Γυμνασίου σχετικά με τη συλλογή του σπιτιού, την ιστορία του αλλά και την ιστορία των ανθρώπων που έζησαν εκεί. Η εκπαίδευση θα πραγματοποιείται στις αρχές της σχολικής χρονιάς ώστε να είναι εφικτός και ο προγραμματισμός επίσκεψης των μαθητών στο χώρο. Μέσω αυτής της διαδικασίας το Ίδρυμα Κατακουζηνού θα γίνει ευρύτερα γνωστό τόσο στους μαθητές όσο και στους γονείς τους, που πιθανώς θα θελήσουν να επισκεφτούν και οι ίδιοι το σπίτι-μουσείο. Η εκπαίδευση των ομιλητών θα συνοδεύεται από παιδαγωγικό υλικό που θα μπορούν να πάρουν μαζί τους. Το υλικό αυτό συνήθως έχει τις ονομασίες «καροτσάκια της τέχνης» ή «τσάντες δραστηριοτήτων» και πολλά μουσεία το προσφέρουν τόσο στους εκπαιδευτικούς όσο και στους μαθητές (Black, 2009, 2014, 331).

2 . Το επόμενο εκπαιδευτικό πρόγραμμα που προτείνεται σχετίζεται με τη διαπολιτισμική εκπαίδευση. Έως τη δεκαετία του '80 τα μουσεία προσέλκυαν κατά κύριο λόγο άτομα εύπορα,

μορφωμένα και με καλλιεργημένο γούστο. Στις μέρες μας το παραπάνω έχει σταματήσει να ισχύει καθώς οι ομάδες κοινού των μουσείων διαρκώς διευρύνονται (Σολομών, 2010, 207). Οι δράσεις και τα εκπαιδευτικά προγράμματα των μουσείων επεκτείνονται στις ευαίσθητες πληθυσμιακές ομάδες όπως αυτές που αποτελούνται από μετανάστες, πρόσφυγες, εθνικές ομάδες, ΑμεΑ και άλλες ομάδες κοινωνικού αποκλεισμού (Βαφειαδάκη, Κόντσα, & Μουσιώνη, 2004, 7, 8). Η νέα εκπαιδευτική διαπολιτισμική δράση στην Οικία Κατακουζηνού θα απευθύνεται σε ομάδες προσφύγων και μεταναστών. Το πρόγραμμα θα είναι διαμορφωμένο έτσι ώστε να μπορούν να συμμετέχουν ενήλικες και παιδιά και θα πραγματοποιείται στο σαλόνι της οικίας. Ο αριθμός των συμμετεχόντων δεν θα ξεπερνά τα 20 άτομα τη φορά. Αρχικά όλοι οι συμμετέχοντες θα κάθονται σε ένα μεγάλο κύκλο στο πάτωμα. Ο/Η μουσειολόγος ή μουσειοπαιδαγωγός που θα παρουσιάζει το πρόγραμμα θα αναφέρει με απλά λόγια την ιστορία της Οικίας και του ορισμού ενός μουσείου- σπιτιού. Στο πρόγραμμα θα συμμετέχει και ένας/μία κοινωνιολόγος ο οποίος θα εξηγεί στα παιδιά με απλά λόγια την έννοια της μετανάστευσης και θα ενημερώνει παιδιά και μεγάλους ότι όλοι οι άνθρωποι του κόσμου έχουν υπάρξει «ξένοι» σε διαστήματα της ζωής τους. Στη συνέχεια θα μοιράζονται χαρτόνια και όλοι θα καλούνται να ζωγραφίσουν πώς φαντάζονται το σπίτι των ονείρων τους. Στο χώρο του σαλονιού θα υπάρχουν διάσπαρτα αντικείμενα σχεδιασμένα για το πρόγραμμα όπως μια πάνινη κούκλα, μία παλιά φωτογραφία, ένα μικρό ξύλινο καράβι, ένα στυλό, μια κουβέρτα κτλ. Οι συμμετέχοντες θα καλούνται να διαλέξουν ένα αντικείμενο, να δημιουργήσουν μία μικρή ιστορία για αυτό και να τη μοιραστούν με την ομάδα. Ο κάθε ένας από τους συμμετέχοντες στη συνέχεια θα αναφέρει ποιο αντικείμενο έφερε μαζί του από την πατρίδα του και τη θέση που έχει το αντικείμενο στο νέο του σπίτι. Στο τέλος του προγράμματος θα ακολουθεί χώρος με τραγούδια από τη χώρα της ομάδας αλλά και ελληνικά τραγούδια. Το συγκεκριμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα έχει σκοπό την εξοικείωση της ομάδας με το χώρο ενός μικρού μουσείου. Ακόμη, αποσκοπεί στην διασκέδαση και τη χαλάρωση των ενηλίκων καθώς θα παρακολουθούν και θα συμμετέχουν σε ένα πρόγραμμα απλό σε συνεργασία με τα παιδιά. Επίσης, μέσω του προγράμματος πραγματοποιείται η ανταλλαγή των εμπειριών των συμμετεχόντων που αποσκοπεί στην εξωτερίκευση των συναισθημάτων της ομάδας.

3 . Το παρόν εκπαιδευτικό πρόγραμμα σχετίζεται με μία απομονωμένη ομάδα ατόμων, δηλαδή με άτομα που βρίσκονται στις φυλακές. Μία από τις αποστολές ενός μουσείου είναι να επεκτείνει τη δράση του και έξω από το χώρο του. Τα προγράμματα ενός μουσείου μπορούν να προσφέρονται σε νοσοκομεία, επιχειρήσεις, σε φορείς και σε άλλα ιδρύματα όπως είναι οι φυλακές (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 53, 54). Ο σκοπός του προγράμματος θα είναι η αυτοέκφραση των κρατούμενων, η ψυχαγωγία και η ανταλλαγή απόψεων (Γιοβάνογλου & Σακαλή, 2007- 2008, 36). Θα πραγματοποιείται σε μία αίθουσα στο χώρο των φυλακών. Ο στόχος του προγράμματος για τους νεαρούς κρατούμενους που βρίσκονται κοντά στην αποφυλάκιση τους θα είναι να γνωρίσουν σημαντικές προσωπικότητες της γενιάς του '30, μέσω του Ιδρύματος Κατακουζηνού. Ένας ειδικά εκπαιδευμένος μουσειολόγος του Ιδρύματος Κατακουζηνού θα παρουσιάσει την ιστορία της Οικίας, τα έργα τέχνης και τους δημιουργούς τους. Οι ομάδες θα απαρτίζονται από λίγα άτομα τη φορά για να μπορέσει να επιτευχθεί η προσωπική διάδραση του ομιλητή με κάθε άτομο ξεχωριστά. Τα έργα τέχνης που θα έχουν επιλεγεί να παρουσιαστούν στο πρόγραμμα θα είναι πέντε και θα προβάλλονται σε διαφάνειες. Θα παρουσιαστούν επίσης και φωτογραφίες από μέρη της Ελλάδος από όπου κατάγεται ο κάθε καλλιτέχνης. Η παρουσίαση θα διαρκέσει μισή ώρα και θα διατυπωθεί με απλό λεξιλόγιο για να είναι κατανοητή από όλους. Στη συνέχεια, θα χρησιμοποιηθεί η διαλεκτική και συμμετοχική μορφή συζήτησης, ώστε ο κάθε κρατούμενος να έχει τη δυνατότητα να εκφραστεί. Το θέμα που θα συζητηθεί θα είναι τα μέρη της Ελλάδος, ποια από αυτά έχουν επισκεφτεί και ποια θα ήθελαν να επισκεφτούν στο μέλλον. Στο τέλος του προγράμματος θα ζωγραφίσουν ένα από τα καλλιτεχνικά έργα της παρουσίασης που τους έκανε εντύπωση ή ένα μέρος της Ελλάδας που αγαπούν.

4 . Σε παραπάνω εννότητες της μελέτης αναφέρθηκαν προτάσεις ένταξης ατόμων με κινητικές δυσκολίες. Εδώ γίνεται η πρόταση ενός προγράμματος για άτομα με προβλήματα όρασης ή για άτομα με πλήρη απουσία όρασης. Έμπνευση της συγκεκριμένης πρότασης αποτέλεσε το μουσείο-σπίτι Δροσίνη, καθώς στο χώρο του πραγματοποιούνται προγράμματα για άτομα με πρόβλημα στην όραση. Τα άτομα με ειδικές ανάγκες επιθυμούν να μαθαίνουν και έχουν τη δυνατότητα να μάθουν και γι' αυτό κάθε πολιτιστικός οργανισμός μπορεί να συμπεριλάβει προγράμματα ειδικά διαμορφωμένα για αυτές τις ομάδες κοινού (Sachatello- Sawyer, και συν.,

2002, 54, 55). Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα που προτείνεται περιλαμβάνει μια απτική και ακουστική διαδρομή για την ομάδα κοινού που αναφέρθηκε παραπάνω. Τη δράση αυτή θα αναλάβουν οι μουσειολόγοι του χώρου μαζί με έναν ειδικό παιδαγωγό. Αρχικά, η ομάδα θα συγκεντρώνεται στο σαλόνι της Οικίας και θα κάθεται σε έναν κύκλο. Θα εξιστορείται η ιστορία του Ιδρύματος και του ζεύγους Κατακουζηνού και στη συνέχεια θα ακούγονται τα τραγούδια της εποχής τους. Μετά θα μοιράζεται στην ομάδα μια ειδικά διαμορφωμένη πλακέτα που θα είναι γραμμένη στον Κώδικα Μπράιγ. Η κάθε πλακέτα θα αποτελεί ένα κομμάτι της ιστορίας του ζεύγους Κατακουζηνού, που δεν έχει αναφερθεί στην προηγούμενη αφήγηση και ο κάθε ένας από τους συμμετέχοντες θα αφηγείται το κομμάτι του σε όλη την ομάδα. Στο τέλος του προγράμματος οι συμμετέχοντες, με την απτική μέθοδο, θα περιεργάζονται διάφορα αντικείμενα του χώρου που ανήκαν στους ιδιοκτήτες και θα προσπαθούν να μαντέψουν τι αντικείμενο είναι το κάθε ένα. Το συγκεκριμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα έχει σκοπό την κοινωνικοποίηση της ομάδας και τη διάδραση μεταξύ των μελών της. Ακόμη ένας σκοπός είναι η ψυχαγωγία των ατόμων στο χώρο ενός μουσείου. Διατηρώντας ακριβώς το ίδιο περιεχόμενο η δράση μπορεί να παρουσιαστεί και σε άλλους φορείς που φιλοξενούν άτομα με προβλήματα όρασης σε συνεργασία με το Ίδρυμα Κατακουζηνού.

5 . Το τελευταίο πρόγραμμα που προτείνεται σχετίζεται με τη δια βίου μάθηση στους χώρους των μουσείων και τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Θα είναι ένα πρόγραμμα ανάκλησης μνήμης για την τρίτη ηλικία. Θα μπορέσει να επεκταθεί και σε ομάδες κοινού που πάσχουν από τη νόσο Αλτσχάιμερ, με τη συμμετοχή στο πρόγραμμα ενός ειδικού εκπαιδευτή. Έρευνες έχουν δείξει ότι μεγάλο μέρος του κοινού των μουσείων αποτελούν οι αυτόνομοι επισκέπτες ηλικίας άνω των εξήντα πέντε ετών. Είναι επίσης γνωστό ότι η ηλικία δεν αποτελεί εμπόδιο στη μάθηση και ούτε στη διασκέδαση (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 61). Το πρόγραμμα θα ξεκινήσει με μια ξενάγηση στους χώρους του μουσείου. Στη συνέχεια θα γίνει η συγκέντρωση της ομάδας στο σαλόνι της Οικίας και ο κάθε ένας από τους συμμετέχοντες θα αναφέρει ποιο ήταν το αντικείμενο ή ο χώρος που του έκανε μεγαλύτερη εντύπωση. Στο πρόγραμμα θα συμμετέχουν και δύο ηθοποιοί που θα αναπαραστήσουν τη Λητώ και τον Άγγελο Κατακουζηνό και θα αποδώσουν θεατρικά τη γνωριμία του ζεύγους αλλά και κάποια ακόμη στιγμιότυπα από τη ζωή τους. Θα ακολουθήσει συζήτηση με την ομάδα, κατά τη διάρκεια της οποίας ο κάθε ένας θα

εξιστορήσει ένα γεγονός που συνέβη στη διάρκεια της ζωής του και που του θυμίζει κάτι από την ιστορία της Οικίας ή του ζεύγους Κατακουζηνού. Η συνέχεια του προγράμματος θα περιλαμβάνει ζωγραφική μετά μουσικής της εποχής του '30. Θα μοιράζεται στους συμμετέχοντες ένας λευκός καμβάς κι ένα μολύβι και θα τους ζητείται να σχεδιάσουν οτιδήποτε τους εντυπωσίασε κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους. Στο τέλος, ο εμπυχωτής του προγράμματος θα μπερδεύει τους πίνακες και θα τους ξαναμοιράζει στους συμμετέχοντες. Όποιος πίνακας τύχει στον κάθε έναν θα είναι και εκείνος που θα πάρει μαζί του φεύγοντας. Με αυτόν τον τρόπο θα έχουν μαζί τους μια ανάμνηση από το μουσείο και των νέων ανθρώπων που γνώρισαν εκεί. Το πρόγραμμα έχει σκοπό να ψυχαγωγήσει, να εμπυχωώσει και να κοινωνικοποιήσει τους συμμετέχοντες. Επίσης, να τους παρακινήσει να μοιράζονται με άλλα άτομα τις εμπειρίες τους αλλά και να γίνει η ανάκληση σε μνήμες που ίσως είχαν ξεχαστεί.

Ε) Παραστατικές τέχνες

Μία ακόμη πρωτότυπη δράση και πρόταση είναι αυτή των μαθημάτων χορού στο μεγάλο σαλόνι της Οικίας Κατακουζηνού. Θα πραγματοποιείται δύο φορές την εβδομάδα από δάσκαλο χορού και θα απευθύνεται σε ζευγάρια όλων των ηλικιών. Μέσα από μία σειρά μαθημάτων οι συμμετέχοντες θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν και να χορέψουν μαζί με τον παρτενέρ τους χορούς της εποχής του Άγγελου και της Λητώς Κατακουζηνού όπως βαλς, βιεννέζικο βαλς, foxtrot κτλ. Οι ομάδες θα είναι μικρές για να μπορέσουν να τηρηθούν οι αποστάσεις από τα εκθέματα. Με το συγκεκριμένο πρόγραμμα οι συμμετέχοντες θα μεταφέρονται κατά κάποιον τρόπο στην εποχή που οι Κατακουζινοί κατοικούσαν στο χώρο και θα αισθάνονται σαν καλεσμένοι του ζεύγους. Ταυτόχρονα, είναι ένα πρόγραμμα διαδραστικό και ψυχαγωγικό. Πέρα από τις μικρές ομάδες ατόμων που θα συμμετέχουν στα μαθήματα, ο χώρος θα προσελκύσει περισσότερες ομάδες κοινού μέσω της διαφήμισης του χώρου στόμα με στόμα. Είναι σύνηθες φαινόμενο να παρουσιάζονται δράσεις που περιλαμβάνουν παραστατικές τέχνες στα μουσεία όπως είναι οι μουσικές εκδηλώσεις, οι χορευτικές παραστάσεις, οι μουσικές συγκροτημάτων, ακόμη και μια επίδειξη μπαλέτου (Sachatello- Sawyer, και συν., 2002, 41). Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα εκείνοι που θα εκτελούν την τέχνη του χορού θα είναι οι ίδιοι οι συμμετέχοντες.

ΣΤ) Πωλητήριο- Δωρεές

Η συγκεκριμένη πρόταση αφορά στη δημιουργία ενός διαδικτυακού πωλητηρίου το οποίο θα μπορούσε να συμβάλει στην επέκταση των επικοινωνιακών μεθόδων του Ιδρύματος Κατακουζηνού. Μέσω του πωλητηρίου θα πραγματοποιούνται αγορές βιβλίων, ομοιωμάτων κάποιων από τα αντικείμενα του χώρου, αλλά και ημερολογίων και σχολικών τετραδίων με επιλεγμένες εικόνες από το χώρο και τα αντικείμενα του Ιδρύματος. Το πωλητήριο θα μπορούσε να βρίσκεται στην επίσημη σελίδα του μουσείου ώστε να το παρατηρεί ο ψηφιακός επισκέπτης μπαίνοντας στη σελίδα με σκοπό να ενημερωθεί για τις εκδηλώσεις (κεφ. 3.1.2.Ε.).

Όπως αναφέρεται πολύ συχνά στην παρούσα μελέτη, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και τα μουσεία, ιδίως τα μικρότερα, έχουν περιορισμένους πόρους χρηματοδότησης και δυσκολεύονται πολύ να υλοποιήσουν όλες τις δράσεις που επιθυμούν (Black, 2009, 2014, 300). Γι' αυτό το λόγο οι υπεύθυνοι του σπιτιού- μουσείου Φρόιντ στο Λονδίνο συμπεριέλαβαν τη επιλογή της «Δωρεάς» στην επίσημη σελίδα τους στο Ίντερνετ (κεφ. 3.1.2.Ε.). Η δημιουργία μιας αντίστοιχης επιλογής στη σελίδα του Ιδρύματος Κατακουζηνού αποτελεί ακόμη μία πρόταση επέκτασης της επικοινωνιακής πολιτικής της Οικίας, καθώς οι ψηφιακοί επισκέπτες θα μπορούν, εάν το επιθυμούν, να μεταφέρουν ένα συμβολικό ποσό για να βοηθήσουν τη λειτουργία του χώρου. Η συγκεκριμένη διαδικασία θα μπορεί να πραγματοποιηθεί και από άτομα που κατοικούν σε άλλες χώρες και δεν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στο Ίδρυμα δια ζώσης.

Ζ) Ανατροφοδότηση

Η τελευταία πρόταση επέκτασης των επικοινωνιακών μεθόδων του Ιδρύματος Κατακουζηνού είναι η πρακτική της ανατροφοδότησης. Θα πραγματοποιείται μετά από κάποια δρώμενα στο χώρο της Οικίας ή μία άλλη καθορισμένη μέρα του μήνα (Black, 2009, 2014, 294). Στη δράση θα συμμετέχουν όσοι επισκέπτες του μουσείου επιθυμούν και θα γίνεται ένας καταιγισμός ιδεών- brainstorming³². Ο κάθε επισκέπτης θα έχει πέντε λεπτά να αναφέρει ποια νέα δράση θα ήθελε

³² «Επιτυχία μιας συζήτησης brainstorming είναι όταν το στέλεχος αποχωρεί από τη συνάντηση και κρατά στα χέρια του μια λίστα από δημιουργικές και νέες ιδέες που έχει συλλέξει και τις οποίες, στη συνέχεια, θα διαβαθμίσει σε σχέση με το κατά πόσον είναι εφικτές σε πρακτικό επίπεδο (κόστος, χρόνος, ανταγωνισμός, νομικές δεσμεύσεις, μειονεκτήματα)» (Δαμουλιανού, 2007).

να δει στο χώρο, ποιες νέες δράσεις πραγματοποιούνται από άλλα μουσεία και ταιριάζουν να ενταχθούν στις εκδηλώσεις της Οικίας (Μπαντιμαρούδης, 2011, 197). Οι νέες ιδέες θα καταγράφονται από τους υπεύθυνους και θα εξετάζεται αργότερα η δυνατότητα υλοποίησης τους. Στους εθελοντές επισκέπτες της δράσης θα προσφέρονται ροφήματα και μία δωρεάν συμμετοχή σε μία εκδήλωση. Η συμμετοχή του επισκέπτη στις αποφάσεις του μουσείου τον κάνει να νιώθει ενεργό μέλος της κοινότητας του χώρου, να θέλει να το επισκέπτεται συχνά αλλά και να το προτείνει σε νέα άτομα. Αυτά τα άτομα θα αποτελέσουν το μελλοντικό κοινό του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ.7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Τις τελευταίες δεκαετίες τα μουσεία απέκτησαν ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα με αποτέλεσμα να δίνεται, πλέον, ιδιαίτερη έμφαση στους τρόπους με τους οποίους το κάθε μουσείο επικοινωνεί με το ήδη υπάρχον κοινό, αλλά και με τους δυνητικούς επισκέπτες του. Σήμερα η προσέλκυση νέων ομάδων κοινού αποτελεί βασικό στόχο των μουσείων παγκοσμίως. Γι' αυτόν το λόγο, η ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής αποτελεί βασικό παράγοντα της δράσης τους (Merriman, 1999). Η ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής αφορά όλες τις κατηγορίες μουσείων. Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή εστίασε στην επικοινωνία των σπιτιών-μουσείων και συγκεκριμένα στο σπίτι-μουσείο Κατακουζηνού. Μελετήθηκαν και καταγράφηκαν οι τρόποι με τους οποίους η Οικία θα μπορέσει να προσελκύσει περισσότερες ομάδες κοινού.

Όπως αναφέρθηκε ήδη, το κοινό των μουσείων δεν είναι ενιαίο και ομοιογενές. Γι' αυτό το λόγο, ένα μουσείο σήμερα αντιμετωπίζει την πρόκληση της κατανόησης της φυσιγνωμίας των αναγκών και των προσδοκιών του ήδη υπάρχοντος κοινού και της δημιουργίας μίας σχέσης διαρκείας μαζί του. Ταυτόχρονα, όμως, καλείται να διερευνήσει του τρόπους με τους οποίους θα προσελκύσει νέες ομάδες κοινού, στις οποίες ανήκουν και τα άτομα που, για διάφορους λόγους, δεν επισκέπτονται τα μουσεία (Black, 2014, 27).

Επειδή η μελέτη εστιάζει στις μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής των σπιτιών-μουσείων θα αναφερθούμε στα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης και αφορά στις μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής που χρησιμοποιούν ή θα χρησιμοποιήσουν στο άμεσο μέλλον. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε, τα σπίτια-μουσεία εφαρμόζουν διάφορες νέες μεθόδους προσέλκυσης κοινού, όπως είναι οι νέες βιωματικές δράσεις για ενήλικες και παιδιά, παραδοσιακά και πρωτότυπα παιχνίδια τεχνολογίας και νέες ψηφιακές τεχνολογίες. Κάποια από τα σπίτια-μουσεία αναφέρθηκαν στη σημασία της εύκολης πρόσβασης του κοινού στο χώρο τους. Επίσης, αρκετά από τα σπίτια-μουσεία που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησαν ότι ένας βασικός τρόπος επικοινωνίας με το κοινό είναι η προβολή των μουσείων μέσω των Μ.Μ.Ε. αλλά και μέσω άλλων οργανισμών, όπως είναι οι φορείς τουρισμού μίας περιοχής. Αρκετά μουσεία εντάσσουν στο πρόγραμμά τους εξωτερικές δράσεις, καθώς θεωρούν ότι αυτές έχουν μεγάλη απήχηση στο κοινό. Τα περισσότερα μουσεία πραγματοποιούν ή σκέφτονται να

πραγματοποιήσουν, στο άμεσο μέλλον, προγράμματα για ΑμεΑ, άτομα με προβλήματα όρασης και άτομα τρίτης ηλικίας. Στο χώρο των περισσότερων μουσείων υπάρχουν ψηφιακές οθόνες ή τάμπλετ, που χρησιμοποιούνται από τους επισκέπτες με σκοπό να έχουν πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες με διαδραστικό τρόπο. Ο υπεύθυνος του σπιτιού-μουσείου Ντένις Σέβερς στο Λονδίνο, για παράδειγμα, πιστεύει ότι η αναβάθμιση της ηχητικής εγκατάστασης των μουσείων αποτελεί σημαντική μέθοδο επέκτασης της επικοινωνιακής πολιτικής (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2,3).

Προχωρώντας στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τη μελέτη περίπτωσης, το Ίδρυμα Κατακουζηνού, αρχικά θα αναφέρουμε ότι το συγκεκριμένο σπίτι-μουσείο προσελκύει κυρίως κοινό ηλικίας 30 με 80 ετών. Από την αρχή της λειτουργίας του, το Ίδρυμα Κατακουζηνού, χρησιμοποιεί διαφορετικές μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής. Η ιστοσελίδα του άνοιξε στο κοινό από την πρώτη στιγμή λειτουργίας του μουσείου, με σκοπό να ενημερώνει τους επισκέπτες για τα δρώμενα του χώρου, την ιστορία του και την ιστορία των ανθρώπων που έζησαν εκεί. Μέσω της ιστοσελίδας οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να παρακολουθήσουν ψηφιακή ξενάγηση στο μουσείο και να βρουν τα βιβλία του Ιδρύματος σε ψηφιακή μορφή. Στο χώρο του Ιδρύματος παρουσιάζονται πρωτότυπες εκδηλώσεις, περιοδικές εκθέσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα. Επίσης, πραγματοποιούνται συνεργασίες με άλλους οργανισμούς της Ελλάδας και του εξωτερικού. Με αφορμή τη δύσκολη περίοδο της καραντίνας, δημιουργήθηκαν ειδικές δράσεις μέσω των οποίων οι υπεύθυνοι της οικίας είχαν άμεση επικοινωνία με το κοινό μέσω των προγραμμάτων «Δεν είστε μόνοι» και «Μοιραστείτε μαζί μας τα όνειρά σας». Την ίδια περίοδο το κοινό είχε την ευκαιρία να παρακολουθήσει παρουσιάσεις βιβλίων μέσω της εφαρμογής zoom. Πραγματοποιήθηκαν, επίσης, ψηφιακές ξεναγήσεις που αφορούσαν σε ειδικό κοινό σε συνεργασία με την Εταιρία Νόσου Alzheimer και Συναφών Διαταραχών Αθηνών (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1).

Μέσω των σπιτιών-μουσείων που συμμετείχαν στην έρευνα και της βιβλιογραφικής ανασκόπησης δημιουργήθηκαν νέες προτάσεις ανάπτυξης επικοινωνιακής πολιτικής για το Ίδρυμα Κατακουζηνού. Οι προτάσεις αυτές εστιάζουν σε σύγχρονες μεθόδους, δράσεις και νέες τεχνολογίες που μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη της επικοινωνιακής πολιτικής ενός μουσείου σήμερα. Αρχικά, προτείνεται η αναβάθμιση των ψηφιακών τεχνολογιών στο χώρο του μουσείου, αλλά και στην ιστοσελίδα του, με την προσθήκη της τεχνολογίας επαυξημένης

πραγματικότητας, εικονικής πραγματικότητας και τεχνολογίας 3D. Προτείνεται, επίσης, η δημιουργία μίας εφαρμογής για smartphones και tablets για το Ίδρυμα, η ένταξη διαδραστικών παιχνιδιών και οθονών και η ψηφιακή ηχητική ξενάγηση. Μέσω της έρευνας σε άλλα σπίτια-μουσεία προέκυψε η πρόταση για την ανανέωση των εκθεσιακών χώρων, με αναβάθμιση της ακουστικής εγκατάστασης και την τοποθέτηση κειμένων-πινακίδων σε όλα τα εκθέματα και τα σημεία της οικίας. Ακολούθησαν οι προτάσεις που αφορούν στην εύκολη πρόσβαση στο χώρο του μουσείου, η δημιουργία νέων δράσεων, νέων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, η ένταξη των παραστατικών τεχνών και η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού πωλητηρίου στην ιστοσελίδα του φορέα. Η εφαρμογή των παραπάνω προτάσεων θα συντελέσει στην προσέλκυση νέων ομάδων κοινού αλλά και στην ανάδειξη του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

Πέρα από τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης που καταγράφηκαν παραπάνω και απαντούν στα ερευνητικά ερωτήματα, θα παρατεθούν μερικά ακόμη συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα που έγινε σε σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης. Αρχικά, παρατηρήθηκε ότι αρκετά από τα σπίτια-μουσεία, που συμμετείχαν στην έρευνα, τα τελευταία χρόνια έχουν εξελίξει με σύγχρονες μεθόδους την επικοινωνιακή τους πολιτική. Οι υπεύθυνοι των σπιτιών-μουσείων προσπαθούν να εντάξουν νέες δράσεις και νέες ψηφιακές τεχνολογίες στους χώρους των μουσείων, με σκοπό τον εκσυγχρονισμό τους αλλά και την προσέλκυση περισσότερων ομάδων κοινού. Ωστόσο, μόνο τρία από τα σπίτια-μουσεία που συμμετείχαν στην έρευνα χρησιμοποιούν ήδη τις τεχνολογίες της επαυξημένης πραγματικότητας, της εικονικής πραγματικότητας και της τεχνολογίας 3D. Τα σπίτια-μουσεία που δεν χρησιμοποιούσαν τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες άρχισαν να τις χρησιμοποιούν στη διάρκεια της πανδημίας και της καραντίνας, με σκοπό να μπορούν να επικοινωνούν με το κοινό τους (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2,3).

Μέσω της γενικότερης έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, παρατηρήθηκε ότι τα σπίτια-μουσεία της Ελλάδας και της Ευρώπης είναι λίγα σε αριθμό, σχετικά με τα αρχαιολογικά μουσεία, τα μουσεία σύγχρονης τέχνης και τα λαογραφικά μουσεία. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι τα περισσότερα από αυτά συσχετίζουν τις δράσεις τους με την ιστορία των ανθρώπων που έζησαν εκεί, με σκοπό να μην χάσουν την ιδιαίτερη φυσιογνωμία τους. Η βιωσιμότητα των συγκεκριμένων φορέων, πέρα από την προσέλκυση κοινού, επιτυγχάνεται μέσα από χορηγίες και δωρεές.

Μία σημαντική πρόταση για μελλοντική έρευνα και επέκταση της παρούσας μελέτης θα ήταν η εφαρμογή, στην πράξη, των τεχνικών επικοινωνίας που έχουν προταθεί στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή και η καταγραφή των δυσκολιών τους, εάν προκύψουν, στο πρακτικό επίπεδο. Οι πρακτικές επικοινωνίας, που προτείνονται, θα μπορούσαν να εφαρμοστούν και σε άλλα σπίτια- μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού. Μία επέκταση της έρευνας θα μπορούσε να εξετάσει σπίτια-μουσεία πέρα από τα όρια της Ευρώπης και να καταγράψει τις μεθόδους επικοινωνιακής πολιτικής αντίστοιχων φορέων που υπάρχουν σε άλλες Ηπείρους, ανακαλύπτοντας νέα δεδομένα και πρακτικές επικοινωνίας που εφαρμόζονται.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Andersson, T. (2021, Ιανουάριος 25). *A virtual view of the past, The Roald Amundsen House goes digital*. Ανάκτηση από [norwegianamerican.com: https://www.norwegianamerican.com/a-virtual-view-of-the-past/](https://www.norwegianamerican.com/a-virtual-view-of-the-past/)
- Archaeology Newsroom. (2015, Ιούνιος 25). *Μουσείο το σπίτι του Ελευθερίου Βενιζέλου στη Χαλέπα*. Ανάκτηση από [www.archaiologia.gr: https://www.archaiologia.gr/blog/2015/06/25/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%84%CE%BF-%CF%83%CF%80%CE%AF%CF%84%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CE%B6/](https://www.archaiologia.gr/blog/2015/06/25/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%84%CE%BF-%CF%83%CF%80%CE%AF%CF%84%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CE%B6/)
- Arts Council England. (2006). *Audience development and marketing. Grants for the arts*. Ανάκτηση από [www.artscouncil.org.uk: https://www.artscouncil.org.uk/information-sheet/audience-development-and-marketing-grants-for-the-arts](https://www.artscouncil.org.uk/information-sheet/audience-development-and-marketing-grants-for-the-arts)
- Bate, A. (2021, Ιούνιος 24). *Picasso Birthplace Museum*. Ανάκτηση από [historyhit.com: https://www.historyhit.com/locations/picasso-birthplace-museum/](https://www.historyhit.com/locations/picasso-birthplace-museum/)
- Black, G. (2009, 2014). *Το ελκυστικό μουσείο, Μουσεία και επισκέπτες*. Αθήνα: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.
- BLOD. (χ.χ.). Ανάκτηση από Ίδρυμα Μποδοσάκη: <https://www.blod.gr/speakers/peloponnisiou-sofia/>
- Bourdieu, P., Darbel, A., & Schnapper, D. (1997). *The Love of Art: European Art Museums and Their Public*. Cambridge: UK: Polity Press.
- Brown, M. (2021, Ιούλιος 25). *Dennis Severs' House recreates his eccentric tours based on found tapes*. Ανάκτηση από [theguardian.com: https://www.theguardian.com/culture/2021/jul/25/dennis-severs-house-recreates-his-eccentric-tours-based-on-found-tapes](https://www.theguardian.com/culture/2021/jul/25/dennis-severs-house-recreates-his-eccentric-tours-based-on-found-tapes)
- Cabral, M. (2018, Δεκέμβριος 18). Exhibiting and communicating history and society. *Museum International*, σσ. 41- 46.
- Cartwright, R. (χ.χ.). John Martin Gallery, Λονδίνο.

- CULTURENOW TEAM. (2019, Ιανουάριος 25). *Η πριγκίπισσα και το μπιζέλι, στην Οικία Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από culturenow.gr: <https://www.culturenow.gr/h-prigkipissa-kai-mpizeli-stin-oikia-katakouzinoy-2/>
- Desvallées, A., & Mairesse, F. (2014). *Βασικές Έννοιες της Μουσειολογίας*. ICOM.
- Filler, M. (2014, Σεπτέμβριος 11). *Furnishing a Life*. Ανάκτηση από nybooks.com: <https://www.nybooks.com/daily/2014/09/12/interior-design-furnishing-life/>
- Gombrich, H.-E. (1998). *ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ*. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.
- Hales, S. (χ.χ.). *Discover the Freud Museum in Hampstead, London*. Ανάκτηση από britain-magazine.com: <https://www.britain-magazine.com/features/region/england/london/freud-museum-in-hampstead-london/>
- Hein, G. (2002). *Learning in the Museum*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. (2006, Αύγουστος 15). Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, σσ. 1- 13.
- Hill, E., O'Sullivan, T., & O'Sullivan, C. (2003). *Creative Arts Marketing*. London: ButerworthHeineman, Paperback.
- Hooper- Greenhill, E. (2012). *ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ*. Αθήνα: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.
- ICOM international council of museums. (χ.χ.). Ανάκτηση από ICOM international council of museums: <https://icom.museum/en/>
- Kotler, P. (2000). *Μάρκετινγκ- Μάνατζμεντ, Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, ΤΟΜΟΣ Α*. Αθήνα: Interbooks.
- Kotler, P. (2000). *Μάρκετινγκ- Μάνατζμεντ, Ανάλυση, Σχεδιασμός, Υλοποίηση και Έλεγχος, ΤΟΜΟΣ Β*. Αθήνα: Interbooks.
- Lord, G., & Lord, B. (2017). *Εγχειρίδιο Διοίκησης Μουσείων*. Αθήνα: Εκδόσεις Δισιγμα.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2001). *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας, Για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη Α.Ε.
- Mcteam. (2018, Οκτώβριος 22). *Η τέλεια αφορμή για να επισκεφτείτε ένα περίφημο φιλολογικό σαλόνι των Αθηνών*. *marie claire*.
- Mcteam. (2021, Νοέμβριος 25). *Γυναίκα και Πολιτισμός: Μια εκδήλωση που χτίζει γέφυρες ισότητας στον «Ελληνικό Κόσμο»*. Ανάκτηση από marieclaire.gr:

- <https://www.marieclaire.gr/art-lifestyle/body-mind/newsroom/gineka-ke-politismos-mia-ekdilosi-pou-chtizi-gefires-isotitas-ston-elliniko-kosmo/>
- Merriman, N. (1999). Ανοίγοντας τα Μουσεία στο Κοινό. *Αρχαιολογία και Τέχνες* 72, σσ. 43- 46.
- Musacchio, S. (2011, Αύγουστος 16). *Η δύναμη του crowdsourcing*. Ανάκτηση από Capital.gr: <https://www.capital.gr/businessweek-online/1261586/i-dunami-tou-crowdsourcing>
- Negri, M. (2009). *Εγχειρίδιο Μουσειολογίας για τα μουσεία επιχείρησης*. Αθήνα: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.
- Newsroom. (2016, Σεπτέμβριος 20). *Μπουμπουλίνα: Φωτορεπορτάζ από το 300 ετών αρχοντικό σπίτι της στις Σπέτσες*. Ανάκτηση από Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ: <https://www.kathimerini.gr/society/875640/mpoympoylina-fotoreportaz-apo-to-300-eton-archontiko-spiti-tis-stis-spetses/>
- Newsroom. (2017, Οκτώβρης 11). *Τι είναι το Oculus Go, η νέα συσκευή εικονικής πραγματικότητας που θα κυκλοφορήσει*. Ανάκτηση από LIFO: <https://www.lifo.gr/now/tech-science/ti-einai-oculus-go-i-nea-syskeyi-eikonikis-pragmatikotitas-poy-tha-kykloforisei>
- Nylind, L. (2021, Ιούλιος 26). *Inside the eerie Dennis Severs' House, home to an imaginary Huguenot family – in pictures*. Ανάκτηση από theguardian.com: <https://www.theguardian.com/uk-news/gallery/2021/jul/26/inside-dennis-severs-house-in-pictures>
- Pavoni, R. (2001, Απρίλιος). Towards a definition and typology of historic house museums. *Museum International: Historic house museums, Vol LIII, n°2*, σσ. 16- 21.
- Peloponnisious, S. (2001, September). KATAKOUZENOS HOUSE MUSEUM Reviving a Legacy. London.
- Pinna, G. (2001, Απρίλιος). Introduction to historic house museums. *Museum International: Historic House Museum, Vol LIII, n°2* , σσ. 4- 9.
- Risnicoff de Gorgas, M. (2001, Απρίλιος). Reality as illusion, the historic houses that become museums. *Museum International: Historic House Museum, Vol LIII, n°2*, σσ. 10- 15.
- Sachatello- Sawyer, B., Fellenz, R., Burton, H., Gittings- Carlson, L., Lewis- Mahony, J., & Woolbaugh, W. (2002). *Adult Museum Programs, Designing Meaningful Experiences*. Lanham: ALTAMIRA PRESS.

- Stamp, G. (2000, Ιανουάριος 10). *Dennis Severs, Creator of a three-dimensional historical novel, written in brick and candlelight in Spitalfields*. Ανάκτηση από theguardian: <https://www.theguardian.com/news/2000/jan/10/guardianobituaries>
- Vitti, M. (2011). *Η γενιά του Τριάντα, Ιδεολογία και μορφή*. Πειραιάς: ΕΡΜΗΣ.
- Young, L. (2006). House Museology: Houses as museums in the age of heritage. *Conference of Demeures Historiques (ICOM)*. Valletta, Malta.
- Young, L. (2007, Μάρτιος). Is There a Museum in the House? Historic Houses as a Species of Museum. σσ. 59- 77.
- Ανδριόπουλος, Π. (2013, Φεβρουάριος 10). *ΚΟΙΤΩΝΤΑΣ ΕΝΑ ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟ ΤΗΣ ΜΥΡΤΙΩΤΙΣΣΑΣ...*
Ανάκτηση από ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΟΔΟΣ:
http://panagiotisandriopoulos.blogspot.com/2013/02/blog-post_8340.html
- Αποστόλου, Α., Κασσαβέτη, Ο.-Ε., & Πάπαρη, Κ. (2021). *ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΣΤΗ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ, ΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ ΚΑΙ ΤΗ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ*. Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.
- Αράπογλου, Ε. (2011). *ΚΡΙΕΖΩΤΟΥ αρ3, ΝΙΚΟΣ ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΣ- ΓΚΙΚΑΣ, Το Σπίτι, το Εργαστήριο και η Πινακοθήκη*. Αθήνα: Μουσείο Μπενάκη.
- Βαλκανά, Κ.-Χ. (2006). *Ν. Χατζηκυριάκος- Γκίκας, Το ζωγραφικό έργο*. Αθήνα.
- Βατόπουλος, Ν. (2020). Το «Πράσινο δωμάτιο» και η μοναδική αύρα της Οικίας Κατακουζηνού. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*.
- Βαφειαδάκη, Α., Κόντσα, Κ., & Μουσιώνη, Λ. (2004). *Μουσεία & Διαπολιτισμικότητα, Τα Εκπαιδευτικά Προγράμματα των Μουσείων ως εργαλεία της διαπολιτισμικής εκπαίδευσης*. Λάρισα: Αναπτυξιακή Σύμπραξη: Equal- DREAM: Δίκτυο για την Καταπολέμηση του Ρατσισμού και της Ξενοφοβίας στα Μ.Μ.Ε.
- Βέμη, Μ., & Νάκου, Ε. (2010). *Μουσεία και Εκπαίδευση*. Αθήνα: Εκδόσεις νήσος.
- Βερνίκος, Ν., Δασκαλοπούλου, Σ., Μπαντιμαρούδης, Φ., Μπούμπαρης, Ν., & Παπαγεωργίου, Δ. (2005). *ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ, Διαδικασίες, Υπηρεσίες, Αγαθά*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
- Βουδούρη, Δ. (2003). *ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ, Το θεσμικό πλαίσιο των αρχαιολογικών μουσείων*. Αθήνα- Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σάκκουλα Α.Ε.
- Γιοβάνογλου, Σ., & Σακαλή, Ό. (2007- 2008). *Αρχαιολογία και Φυλακή*. Αθήνα: intellectum.

- Γκαζή, Α. (2003, Νοέμβριος). *Μουσεία για τον 21ο αιώνα*. Ανάκτηση από Τετράδια Μουσειολογίας: chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FAndromache-Gazi%2Fpublication%2F202058871_Mouseia_gia_ton_21o_aiona%2Flinks%2F0fcfd50e8268eefed2000000%2FMouseia-gia-ton-21o-aiona.pdf&cl
- Γκαζή, Α. (2008). Το καλό μουσείο και η μουσειολογία. *ΤΟ ΒΗΜΑ*.
- Γκαζή, Α., & Νικηφορίδου, Α. (2005, Ιανουάριος). *Κείμενα για μουσεία και εκθέσεις. Σημασία, μεθοδολογία, εφαρμογές*. Ανάκτηση από ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/202058878_Keimena_gia_mouseia_kai_ekt_heseis_Semasia_methodologia_epharmoges
- Δαμουλιανού, Χ. (2007, Αύγουστος 5). «*Brainstorming*» σημαίνει νέες ιδέες, όχι σύσκεψη για λήψη αποφάσεων. Ανάκτηση από kathimerini.gr: <https://www.kathimerini.gr/economy/business/294257/brainstorming-simainei-nees-idees-ochi-syskepsi-gia-lipsi-apofaseon/>
- Δημάδη, Ι. (2012, Μάρτιος 1). Ο Μεσοπόλεμος ζωντανεύει στην Οικία Κατακουζηνού. *Αθηνόρομα*.
- Δουλγερίδης, Μ. (2006). *Το Μουσείον, Τόπος εν ω καλλιεργούνται τα γράμματα και αι τέχναι*. Αθήνα: Εκδόσεις Αγγελάκη.
- Ελληνική Ομπσπονδία Σωματείων Φίλων των Μουσείων. (2007). ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ. *ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ* (σσ. 1- 254). Αθήνα: Υπουργείου Πολιτισμού.
- Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού. (2012). *Ψυχολογικαι παρατηρήσεις και αντιθέσεις στην αμερικανική ζωή*. Αθήνα: Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού.
- Καζαντζάκη, Λ. (2021). «Ανέστιοι». *Η ΑΥΓΗ*.
- Καλόφωνος, Γ. (2012, Μάρτιος 26). *Για την Σούλη Καπράλου*. Ανάκτηση από aeginafirst.wordpress.com: <https://aeginafirst.wordpress.com/2012/03/26/gia-tin-souli-kapralou/>
- Καμπουρίδης, Χ. (2020, Σεπτέμβριος). Σπίτια καλλιτεχνών & ποιητών ως μουσεία. *χάρτης, 21*.
- Καμύ, Α. (2014). *Αλπερ Καμύ, Το μέλλον του ευρωπαϊκού πολιτισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

- Καρβούνη, Β. (2010, Οκτώβριος 22). Έκθεση με θέμα το τελευταίο σημείωμα του Άγγελου Κατακουζηνού προς τη σύζυγό του Λητώ. *THE BEST*.
- Κατακουζηνού, Λ. (1986). *Συντροφιά με τον Albert Camus*. Αθήνα: Εκδόσεις Ερμείας.
- Κατακουζηνού, Λ. (1988). *Άγγελος Κατακουζηνός, Ο Βαλής μου*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Κατακουζηνού, Λ. (2021). *Άγγελος Κατακουζηνός ο Βαλής μου*. Αθήνα: Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού & Μικρή Άρκτος.
- Κίτσιου, Α. (2020-2021). *Πολιτιστική Επικοινωνία*. Μυτιλήνη : Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Κοτοπούλη, Μ. (2019, Νοέμβριος 18). «“Το τραγούδι της Λητώς” στο Ίδρυμα Κατακουζηνού» της Μαρίας Κοτοπούλη. *Diastixo*.
- Κρητικού, Ί. (2020, Φεβρουάριος 15). *Βιργινία Φιλιπούση, “Το πράσινο δωμάτιο”. Οικία Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από [artpointview.gr: https://artpointview.gr/2020/02/15/virginia-filippousi-to-prasino-domatio-oikia-katakouzinou/](https://artpointview.gr/2020/02/15/virginia-filippousi-to-prasino-domatio-oikia-katakouzinou/)
- Μαγκλάρη, Μ.-Ε. Σ. (1997, Αύγουστος 1). *Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού: <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fkatakouzenos.gr%2Fwordpress%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdiathiki.pdf&clen=1435530&chunk=true>
- Μαγκλίνης, Η. (2008, Σεπτέμβριος 27). Ένα σπίτι "ραντεβού" της γενιάς του '30. *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Πολιτισμός*.
- Μάιπας, Σ. (2017, Δεκέμβριος 14). *Μουσείο Γ. Γουναρόπουλου, Δήμος Ζωγράφου Αττικής*. Ανάκτηση από [onpodium.gr: https://onpodium.gr/gounaropoulos-museum/](https://onpodium.gr/gounaropoulos-museum/)
- Ματάλα, Α.-Λ. (2015). *ΒΙΟΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΡΟΦΗΣ*. Αθήνα: www.kallipos.gr.
- Μήλας, Π. (2016, Σεπτέμβριος 12). *Για τις “εφημερίδες και τα μυστικά τους” μιλά στα παιδιά ο δημοσιογράφος Παναγιώτης Μήλας*. Ανάκτηση από [CATISART: https://www.catisart.gr/panagiotis-milas/](https://www.catisart.gr/panagiotis-milas/)
- Μοίρα, Π. (2012, Ιανουάριος 5). *Φωτόδεντρο*. Ανάκτηση από [Η ΓΕΝΙΑ ΤΟΥ '30: http://fotodendro.blogspot.com/2012/01/30.html](http://fotodendro.blogspot.com/2012/01/30.html)

- Μουρατίδης, Ν. (χ.χ.). *Polis Magazino*. Ανάκτηση από <https://www.polismagazino.gr/%CF%84%CE%BF-%CE%BC%CE%AD%CE%B3%CE%B1%CF%81%CE%BF-%CE%BD%CE%B5%CE%B3%CF%81%CE%B5%CF%80%CF%8C%CE%BD%CF%84%CE%B7/>
- Μουστάκη, Α. (2018, Φεβρουάριος 1). Η Πριγκίπισσα και το Μπιζέλι – Οικία Κατακουζηνού. *Alice On Board*.
- Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). *Πολιτιστική επικοινωνία, Οργανισμοί, θεωρίες, μέσα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.
- Μπάρκα, Φ. (2009). Ελεύθερη είσοδος στο «σαλόνι» των Κατακουζηνών. *Ελευθεροτυπία*.
- ΜΠΕΝΑΚΗ, Μ. (2018). *ΝΙΚΟΣ ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΣ- ΓΚΙΚΑΣ, Ζωγραφίζοντας για τα βιβλία*. (Ι. Μωραΐτη, Επιμ., & Δ. Κορίζης, Μεταφρ.) Αθήνα: Μουσείο Μπενάκη.
- Μποζώνη, Α. (2017, Δεκέμβριος 26). *Μέσα στο μουσείο Καποδίστρια στην Κέρκυρα*. Ανάκτηση από [elculture.gr: https://www.elculture.gr/blog/article/%ce%bc%ce%bf%cf%85%cf%83%ce%b5%ce%af%ce%bf-%ce%ba%ce%b1%cf%80%ce%bf%ce%b4%ce%af%cf%83%cf%84%cf%81%ce%b9%ce%b1-%cf%83%cf%84%ce%b7%ce%bd-%ce%ba%ce%ad%cf%81%ce%ba%cf%85%cf%81%ce%b1/](https://www.elculture.gr/blog/article/%ce%bc%ce%bf%cf%85%cf%83%ce%b5%ce%af%ce%bf-%ce%ba%ce%b1%cf%80%ce%bf%ce%b4%ce%af%cf%83%cf%84%cf%81%ce%b9%ce%b1-%cf%83%cf%84%ce%b7%ce%bd-%ce%ba%ce%ad%cf%81%ce%ba%cf%85%cf%81%ce%b1/)
- Μπούρας, Κ. (2018, Δεκέμβριος 3). *Ο ΕΠΙΤΑΦΙΟΣ του Περικλή σε σκηνοθεσία Δήμου Αβδελιώδη στην Οικία Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από Γράφειν: <https://grafei.wordpress.com/2018/03/12/%CE%BF-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%BF%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%BB%CE%AE-%CF%83%CE%B5-%CF%83%CE%BA%CE%B7%CE%BD%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B1/>
- Μυλωνάς, Π. (2017). *Η νεοκλασική Αθήνα*. Αθήνα: Ακαδημία Αθηνών.
- Νάκου, Ε. (2001). *Μουσεία: Εμείς τα πράγματα και ο πολιτισμός, Από τη σκοπιά της θεωρίας του υλικού πολιτισμού, της μουσειολογίας και της μουσειοπαιδαγωγικής*. Αθήνα: Εκδόσεις Νήσος.

- Νικονάνου, Ν. (2010). *Μουσειοπαιδαγωγική, Από τη θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Νικονάνου, Ν., Μπούνια, Α., Φιλίππουπολίτη, Α., Χουρμουζιάδη, Α., & Γιαννούτσου, Ν. (2015). *Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: www.kallipos.gr.
- Ξένιος, Ν. (2019, Μάιος 9). Ένα ρόδο όχι σαν τ' άλλα. *bookpress*.
- Οικονόμου, Μ. (2003). *Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός;; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Παναγιωτοπούλου, Ρ. (1997). *Η επικοινωνία στις οργανώσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Παναγοπούλου- Κακίση, Λ. (1994). *Και όμως ζωγραφίζουν, Η ζωγραφική των παιδιών και ο κόσμος τους*. Αθήνα: Εκδόσεις Δελφοί.
- Πασχαλούδης, Δ., & Κοτζαϊβάζογλου, Ι. (2002). *Οργανωσιακή επικοινωνία*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Πελοποννησίου – Βασιλάκου, Σ., & Μαγγίνης, Γ. (2014, Μάρτιος 30). *CATISART*. Ανάκτηση από <https://www.catisart.gr/katakoyzhnos/>
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (2008). *ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ, ΟΙ ΣΥΛΛΟΓΕΣ*. Αθήνα.
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (2012, Σεπτέμβριος 22). «*Δημιουργία σε Εποχές Κρίσης*» από το *Ίδρυμα Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από CATISART: <https://www.catisart.gr/l-r-3249860/>
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (2016). *Η πορεία της Οικίας Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού: <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fkatakouzenos.gr%2Fwordpress%2Fwp-content%2Fuploads%2FI-poreia-tis-Oikias-Katakouzenou-2008-2016-l.pdf&clen=5133966&chunk=true>
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (2020). *ΑΓΓΕΛΟΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΣ ΣΤΡΑΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΔΗΣ-ΤΕΡΙΑΔΕ, Μια φιλία ζωής, Η δημιουργία του Μουσείου Θεόφилου*. Αθήνα: ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ.
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (χ.χ.). *Αρχείο Εκδηλώσεων*. Ανάκτηση από ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ: <https://katakouzenos.gr/ekdilosis/>
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. Ε. (2020). Η περιπέτεια μιας Μουσειολόγου 1989-2020 [Καταγράφηκε από το χρήστη Σ. Ε. Πελοποννησίου- Βασιλάκου]. Αθήνα.

- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ. (χ.χ.). *ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ*. Ανάκτηση από *ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ*: <https://katakouzenos.gr/ikia-katakouzinou/collections/>
- Πελοποννησίου- Βασιλάκου, Σ., & Συνοδινός, Ζ. (2021). *Ανέστιοι, Από τα χρόνια του τρωϊκού πολέμου μέχρι τις μέρες μας*. Αθήνα: *ΙΔΡΥΜΑ ΑΓΓΕΛΟΥ ΚΑΙ ΛΗΤΩΣ ΚΑΤΑΚΟΥΖΗΝΟΥ*.
- Πελοποννησίου-Βασιλάκου, Σ. (2018, Οκτώβρης 29). *Σύλλογος Συνταξιούχων Ιονικής και Λαϊκής Τράπεζας*. Ανάκτηση από *Σύλλογος Συνταξιούχων Ιονικής και Λαϊκής Τράπεζας*: <https://www.syntaxilte.gr/%CE%AD%CE%BD%CE%B1-%CF%84%CE%B1%CE%BE%CE%AF%CE%B4%CE%B9-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%85/>
- Πελοποννησίου-Βασιλάκου, Σ. (χ.χ.). *Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού*. Ανάκτηση από *Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού*: <https://katakouzenos.gr/wordpress/wp-content/uploads/I-poreia-tis-Oikias-Katakouzenou-2008-2016-I.pdf>
- Σακαλάκη, Μ. (2008). *Επικοινωνία, Συνεργασία, Πληροφορία, Όψεις της έρευνας και διακυβεύματα για τις κοινωνίες της γνώσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Σολομών, Ε. (2010). Τι γνωρίζουν και τι προσδοκούν οι κάτοικοι της Θεσσαλονίκης από το Αρχαιολογικό Μουσείο της πόλης τους; Συμπεράσματα της πρώτης έρευνας κοινού. Στο Π. Αδάμ - Βελένη, & Κ. Τζαναβάρη, *ΤΟ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΟ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΣΤΗ ΘΡΑΚΗ 21, 2007* (σσ. 207- 214). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις ΖΗΤΗ.
- Σταματέλου, Ά. (2014, Νοέμβριος 24). *Τα μουσεία και η μουσειολογία στη σύγχρονη κοινωνία. Νέες προκλήσεις, νέες σχέσεις* . Ανάκτηση από *archaiologia.gr*: <https://www.archaiologia.gr/blog/2014/11/24/%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B7-%CF%83%CF%8D%CE%B3-11/>
- Στεφανοπούλου, Δ. (2006). *Άμστερνταμ- Μουσείο Βαν Γκογκ*. Αθήνα: ΠΗΓΑΣΟΣ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε.

- Τζαναβάρα, Χ. (2015, Αύγουστος 8). *Βίλα Αμαρυλλίς: Το σπίτι όπου ρίζωσε ο Δροσίνης*. Ανάκτηση από www.efsyn.gr: https://www.efsyn.gr/nisides/mnimeia-tis-polis/36544_bila-amaryllis-spiti-opou-rizose-o-drosinis
- Τσιλιπάκου, Α. (2013). Εκπαίδευση και Πολιτισμός στην εποχή των Νέων Τεχνολογιών. Το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού Θεσσαλονίκης. *ΣΥΜΠΟΣΙΟ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΑΡΧΑΙΟΓΝΩΣΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ* (σ. 8). Θεσσαλονίκη: www.academy.edu.gr.
- Τσουρβάκας, Γ. (2012). *Μανατζμεντ Επικοινωνιακών και Πολιτιστικών Οργανισμών, Πλαίσιο, εργαλεία, στρατηγικές*. Θεσσαλονίκη: UNIVERSITY STUDIO PRESS A.E.
- Τσουρούνης, Α. (2020, Ιανουάριος 21). *ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η AUGMENTED REALITY (ΕΠΑΥΞΗΜΕΝΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ)*. Ανάκτηση από MARK CENTER: <https://www.markcenter.gr/blog/augmented-reality/>
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. (2004). *Πρόσβαση ατόμων με αναπηρίες σε χώρους πολιτισμού και αθλητισμού : πρακτικά συνεδρίου, Θεσσαλονίκη 30 Οκτωβρίου - 1 Νοεμβρίου 2003*. Αθήνα: Υπουργείο Πολιτισμού.
- Φιλίππουπολίτη, Α. (2015). Εκπαιδευτικές θεωρίες και μουσειακή μάθηση. Στο Ν. Νικονάνου, Α. Μπούνια, Α. Φιλίππουπολίτη, Α. Χουρμουζιάδη, & Ν. Γιαννούτσου, *Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα* (σσ. 27- 49). Αθήνα: www.kallipos.gr.
- ΦΙΛΟΙ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΝΕΟΤΕΡΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ. (2018, Ιανουάριος 28). Ξενάγηση και θεατρική παράσταση στην Οικία Κατακουζηνού-Ίδρυμα Αγγέλου και Λητώς Κατακουζηνού. Αθήνα, Πλάκα.
- Φουρλιγκά, Ε., Γαβριηλίδου, Ι., & Βεροπουλίδου, Ρ. (2004). *Ανακαλύπτοντας το παρελθόν*. Αθήνα: ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΥΖΑΝΤΙΝΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ.
- Χανιώτης, Ά. (2021, Αύγουστος 2). Μουσεία δύο ταχυτήτων. Του Άγγελου Χανιώτη. *LIFO*.
- Χουρμουζιάδη, Α. (2017). *1+5 μουσειακές εικόνες και εικονικότητες*. Αθήνα: University Studio Press.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

Ίδρυμα Άγγελου και Λητώς Κατακουζηνού

<https://katakouzenos.gr/>

Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων

<https://icom.museum/en/>

Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού

<https://www.culture.gov.gr/el/service/SitePages/view.aspx?iID=2636>

Οικία- Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου, Χανιά

<https://www.venizelos-foundation.gr/el/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B2%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CE%B6%CE%AD%CE%BB%CE%BF%CF%85-%CF%87/>

Μουσείο Καποδίστρια, Κέρκυρα

<https://www.capodistriasmuseum.gr/>

<https://weloveaegina.com/el/aigina/%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1-%CF%87%CF%81%CE%AE%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CF%80%CF%81%CE%AC%CE%BB%CE%BF%CF%85/>

Μουσείο Δροσίνη, Κηφισιά

<https://www.drossinismuseum.gr/>

Μουσείο Γουναρόπουλου, Ζωγράφου

<https://gounaropoulos.gr/>

Μουσείο Πικάσο, Μάλαγα

<http://museocasanatalpicasso.malaga.eu/>

Μουσείο Ντένις Σέβερς, Λονδίνο

<https://dennissevershouse.co.uk/>

Μουσείο Μάριο Πρατζ, Ρώμη

<https://www.facebook.com/MuseoMarioPraz/>

Μουσείο Ρόαλντ Άμουντσεν, Νορβηγία

<https://mia.no/roaldamundsen>

Μουσείο Φρόιντ, Λονδίνο

<https://www.freud.org.uk/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Συνέντευξη από Πελοποννησίου- Βασιλάκου Σοφία, επιμελήτρια και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Ιδρύματος Κατακουζηνού.

Η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε στις 2 Απριλίου 2021.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Η οικία Κατακουζηνού προσελκύει κυρίως ανθρώπους ηλικίας 30-80 λόγω και του ωραρίου λειτουργίας της. Δηλαδή για διάφορους πρακτικούς λόγους δεν μπορεί να δεχτεί εύκολα σχολεία και παιδιά. Κατά καιρούς όμως έχει κάνει δράσεις τα Σαββατοκύριακα για παιδιά προσχολικής ηλικίας και δημοτικού.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της Οικίας Κατακουζηνού προσελκύει το κοινό της μέσα από στοχευμένες δράσεις πολιτιστικού αλλά και εκπαιδευτικού χαρακτήρα.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας της Οικίας Κατακουζηνού χρησιμοποιήθηκε η ψηφιακή ξενάγηση σαν μια πρώτη επαφή του κοινού με την οικία Κατακουζηνού.

Καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της, το site www.katakouzenos.gr ενημερωνόταν συνεχώς με αρχειακό, εκπαιδευτικό υλικό και υλικό από τις δράσεις και εκδηλώσεις του Ιδρύματος.

Τα τελευταία χρόνια κάποια από τα βιβλία του Ιδρύματος ανεβαίνουν και με ψηφιακό τρόπο.

Υπήρξαν επίσης ειδικές δράσεις κατά τη διάρκεια της καραντίνας όπου οι άνθρωποι της Οικίας Κατακουζηνού ήρθαν σε άμεση επικοινωνία με το κοινό όπως η δράση «Δεν είστε μόνοι» και «Μοιραστείτε μαζί μας τα όνειρά σας».

Τέλος έγιναν παρουσιάσεις βιβλίων μέσω zoom στο ευρύ κοινό και ψηφιακές ξεναγήσεις σε ειδικό κοινό σε συνεργασία με την Εταιρεία Νόσου Alzheimer και Συναφών Διαταραχών Αθηνών.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Οι ξεναγήσεις, οι μουσικές και θεατρικές βραδιές και οι ομιλίες και παρουσιάσεις βιβλίων.

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Με αφορμή την πανδημία του COVID-19, που αλλάζει τον τρόπο λειτουργίας πληθώρας πολιτιστικών φορέων, το Ίδρυμα Κατακουζηνού έχει ξεκινήσει μια διαδικασία που περιλαμβάνει τον επαναπροσδιορισμό της στρατηγικής του και -εντός αυτής- και της επικοινωνιακής πολιτικής του. Αναμφισβήτητα τα ψηφιακά κανάλια θα έχουν έναν κυρίαρχο ρόλο σε αυτήν αλλά οι ακριβείς παράμετροι αναμένεται να διαμορφωθούν σύντομα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Συνεντεύξεις από σπίτια- μουσεία της Ελλάδας

Α) Μουσείο Ελευθέριου Βενιζέλου, Χανιά

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 14/04/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Η Οικία – Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου στη Χαλέπα Χανίων προσελκύει όλες τις ομάδες κοινού. Ωστόσο, κάποιες εποχές του χρόνου κάποιες ομάδες έχουν την «τιμητική» τους. Συγκεκριμένα, κατά την περίοδο των σχολικών χρονιών, το σπίτι επισκέπτονται πάρα πολλοί μαθητές, τόσο λόγω των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρονται και αφορούν όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης, όσο και λόγω των 5θήμερων εκδρομών που πάντοτε κάνουν μία στάση στη Χαλέπα. Τα καλοκαίρια ωστόσο, και λόγω τουρισμού, έχουμε μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, αλλά και την ομάδα 30-45. Επιπλέον, τα Σαββατοκύριακα, όλης της χρονιάς, έχουμε μεγάλη προσέλευση οικογενειών: παιδιά-γονείς και παππούδες, άρα επιτυγχάνεται ο στόχος να μην λείπει καμία ηλικιακή ομάδα από το χώρο του μουσείου.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Το Μουσείο μας, μιας και εδρεύει σε μια μικρή επαρχιακή πόλη, είναι σχεδιασμένο για να προσφέρει επαναληπτικές επισκέψεις και αυτό έχει να κάνει με τις ομάδες στις οποίες κάθε δράση του απευθύνεται: ηλεκτρονική ξενάγηση, ξεναγός, εκπαιδευτικά προγράμματα, ελεύθερη περιήγηση, οικογενειακά προγράμματα, διαδραστική και εκπαιδευτική σοφίτα, βιωματικές δράσης για παιδιά και για ενήλικες, εκδηλώσεις κ.α. στοχεύουν στο να οδηγούν στο μουσείο διαφορετικές κάθε φορά ομάδες.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Οι νέες τεχνολογίες είναι μέρος του μουσείου εδώ και πολλά χρόνια. Η σοφία του το αποδεικνύει: <https://www.venizelos-foundation.gr/el/interactive/>. Η μουσειακή συλλογή βρίσκεται τεκμηριωμένη στο Ψηφιακό Αρχείο του Ιδρύματος <http://www.venizelosarchives.gr/>, αλλά και στο SearchCulture <https://www.searchculture.gr/aggregator/portal/collections/venizelosdig> και τη Europeana, η ιστοσελίδα του <http://www.venizelos-foundation.gr/el/> προσφέρει συνεχώς νέο υλικό, σχεδιάζονται συνεχώς νέες διαδικτυακές δράσεις για κοινό που δεν έχει πρόσβαση στο μουσείο (και για την περίοδο της πανδημίας) <https://www.venizelos-foundation.gr/el/diadiktiakes-draseis/>, προσφέρεται ηλεκτρονική ξενάγηση μέσω τάμπλετ στους χώρους της οικίας και βέβαια το μουσείο είναι ιδιαίτερα ενεργό στα social media.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Όπως έχετε ήδη αντιληφθεί η κάθε δράση έχει ένα συγκεκριμένο κοινό, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι απαραίτητα αποκλείει άλλα κοινά. Για παράδειγμα στη διαδραστική και εκπαιδευτική σοφία του Μουσείου δεν παίζουν μόνο τα παιδιά, αλλά και οι ενήλικες. Τα παιδιά, ωστόσο, επανέρχονται για να διασκεδάσουν μαθαίνοντας!

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Σύντομα θα παρουσιαστεί σειρά μικρών σε διάρκεια video (5 λεπτά το καθένα) με γενικό τίτλο: « ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟ ΒΕΝΙΖΕΛΟ», όπου οι ιστορικοί - ξεναγοί της Οικίας - Μουσείου Ελευθερίου Βενιζέλου αξιοποιώντας το ψηφιοποιημένο αρχειακό υλικό του μουσείου απαντούν σε συνήθεις ερωτήσεις των επισκεπτών του φωτίζοντας λιγότερο γνωστές πλευρές της ζωής του μεγάλου ηγέτη. Επιπλέον, σχεδιάζουμε το πρώτο μας διαδικτυακό εκπαιδευτικό πρόγραμμα, που ελπίζουμε να είναι διαθέσιμο στις αρχές της νέας σχολικής χρονιάς.

Έχει ήδη εγκριθεί και δουλεύεται πρόγραμμα, το οποίο θα προσφέρει διαδραστική ξενάγηση μέσω εφαρμογής (app σε iOS και Android) και το οποίο θα χρησιμοποιεί

beacon, QR code και AR, όπως και ξεχωριστό παιχνίδι θησαυρού μέσω εφαρμογής σε όλους τους χώρους δράσης του Βενιζέλου στην πόλη των Χανίων, καθώς και δημιουργία 3 ακόμα διαδραστικών εφαρμογών. Επιπλέον, έχει κατατεθεί πρόταση για πρόγραμμα στην οποία έχουν προστεθεί εφαρμογές 3D αναπαράστασης με Oculus, εικονικής περιήγησης, ηχητικής ξενάγησης, εικονικής πραγματικότητας σε περιβάλλον VR, εφαρμογής app σε AR κ.α.

B) Μουσείο Μπουμπουλίνας, Σπέτσες

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 14/04/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Το Μουσείο Μπουμπουλίνας ιδρύθηκε το 1991 και έκτοτε έχει υποδεχθεί πάνω από 1.300.000 επισκέπτες (εκ των οποίων 400.000 είναι μαθητές) από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Ως επί τω πλείστων, οι επισκέπτες μας είναι Έλληνες από 30 μέχρι 50 ετών. Βέβαια τους μήνες της άνοιξης μας επισκέπτονται πολλές οργανωμένες εκδρομές ΚΑΠΗ και σχολείων από όλη την Ελλάδα, οπότε θα μπορούσαμε να πούμε ότι καλύπτουμε ένα ευρύ ηλικιακό φάσμα. Επιπλέον, μας επισκέπτονται και πολλοί ξένοι παραθεριστές, η πλειοψηφία τους Γάλλοι και Άγγλοι, ενώ έχουμε μεταφράσει την ιστορία της Μπουμπουλίνας σε 25 γλώσσες.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Ο εκσυγχρονισμός της εμπειρίας της επίσκεψης σίγουρα μπορεί να παίξει μεγάλο ρόλο στην αύξηση της επισκεψιμότητας, ειδικά των νέων. Η χρήση οπτικο-ακουστικών μέσων (βίντεο, αφήγηση, φωτογραφία) και βέβαια Mobile applications και διαδραστικές ιστοσελίδες γίνονται σταδιακά αναπόσπαστα κομμάτια της λειτουργίας των Μουσείων, ειδικά στο εξωτερικό. Επιπλέον, σωστές δημόσιες σχέσεις, συμμετοχή σε ντοκιμαντέρ, συνεντεύξεις και βέβαια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνθέτουν το σύγχρονο οπλοστάσιο που πρέπει να κατέχει ένα μουσείο.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Εμείς ως μουσείο αυτή τη στιγμή έχουμε λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συγκεκριμένα Instagram και Facebook. Είμαστε σε διαδικασία δημιουργίας καινούργιας ιστοσελίδας, η οποία στο μέλλον θα είναι διαδραστική (εικονικές περιηγήσεις, βίντεο κτλ) και θα γίνει το launch σύντομα. Από την ίδρυσή του, το Μουσείο Μπουμπουλίνας λειτουργούσε με ξεναγήσεις, χωρίς την χρήση ακουστικών ή άλλων μέσων για τους επισκέπτες. Ωστόσο, ο χώρος του πολιτισμού αλλάζει, επομένως, όταν το επιτρέψουν οι συνθήκες, επεξεργαζόμαστε τρόπους εκσυγχρονισμού της μουσειακής εμπειρίας που προσφέρουμε.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που γίνονται στον προαύλιο χώρο του αρχοντικού, όπως συναυλίες, θέατρα, βιβλιοπαρουσιάσεις, χορός κτλ, είχαν πάντα τεράστια απήχηση όχι μόνο στην κοινωνία των Σπετσών αλλά και στους επισκέπτες του νησιού. Σύντομα θα εγκαινιάσουμε τον δεύτερο όροφο του αρχοντικού ως χώρος πολιτισμού και εκθέσεων και θέλω να πιστεύω ότι θα έχει εξίσου ή και μεγαλύτερη επιτυχία.

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ένας πάρα πολύ αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας με το ευρύ κοινό, και είναι ένα πεδίο όπου πρέπει να κάνουμε focus και να βελτιωθούμε. Επιπλέον, την φετινή χρονιά ευελπιστούμε να καταφέρουμε να ιδρυθεί ο πρώτος Σύλλογος Φίλων του Μουσείου Μπουμπουλίνας, ο οποίος θα είναι ένα καινούργιος συνδετικός κρίκος μεταξύ του Μουσείου και του κοινού, και θα προσφέρει την απαραίτητη οικονομική και πρακτική ενίσχυση που χρειαζόμαστε ώστε να εξελιχθούμε. Μαζί με την ιστοσελίδα, δημιουργείται και το καινούργιο eshop του μουσείου το οποίο από μόνο του μπορεί να γίνει ένας πολύ καλός τρόπος επικοινωνίας με το ευρύτερο κοινό, όπως έχει γίνει με το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης και το Μουσείο Μπενάκη. Τέλος, θα δημιουργηθεί και ένα μικρό σποτ για το μουσείο και την ιστορία του το οποίο θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προώθησή του.

Γ) Μουσείο Καποδίστρια, Κέρκυρα

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 16/04/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

- Έλληνες όλων των ηλικιών
- Μαθητές σε σχολικές επισκέψεις
- Φοιτητές ανθρωπιστικών & καλλιτεχνικών σπουδών.
- Ενήλικο κοινό πολιτιστικών θερινών εκδηλώσεων.
- Οικογένειες που συμμετέχουν στα εκπαιδευτικά προγράμματα
- Φορείς (όπως Πρόσκοποι, Ρόταρυ, Πολιτιστικοί & Επιμορφωτικοί Σύλλογοι, Πανεπιστήμια και κρατικοί φορείς)
- Επισκέπτες του νησιού.
- Φυσιολάτρες (για τον ιστορικό κήπο)

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Για ανάπτυξη κοινού:

A. Μουσειακό Κοινό

- Πρόσβαση: Αναβάθμιση προσβασιμότητας προς το Μουσείο (οδικό δίκτυο, πύκνωση δρομολογίων αστικού λεωφορείο το Σ/Κ, καλύτερη οδική σήμανση, δημιουργία θέσεων στάθμευσης λεωφορείων εντός του κτήματος θέσεις στάθμευσης)
- Διεύρυνση ωραρίου λειτουργίας
- Ενσωμάτωση στο τουριστικό προφίλ της Κέρκυρας – συνεργασίες με φορείς τουρισμού.
- Εμπλουτισμός εκπαιδευτικών και πολιτιστικών δράσεων
- Δημιουργία εκπαιδευτικού κέντρου (αναγνωστικής βιβλιοθήκης – αίθουσα εκπαιδευτικών, σεμιναρίων, κ.τ.λ.)
- Εμπλουτισμός της Συλλογής
- Διοργάνωση-φιλοξενία περιοδικών εκθέσεων

- Δημιουργία εξειδικευμένων εμπειριών για ξένους επισκέπτες & οικογένειες.
- Προσθήκη επιπλέον γλωσσών στην ακουστική ξενάγησης.
- Ενίσχυση των υπηρεσιών – προγραμμάτων για ΑμΕΑ
- Δημιουργία θεματικές δράσεων στον κήπο του Μουσείου
- Ανάπτυξη συνεργειών & δικτύωσης
- Προβολή στα ΜΜΕ

Β. Ψηφιακός Επισκέπτης

- Εμπλουτισμός των ψηφιακών υπηρεσιών, σε δύο γλώσσες
- Διοργάνωση ψηφιακών δράσεων μέσω διαδικτύου
- Συμμετοχή σε ψηφιακές δράσεις τρίτων

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

- Για την επικοινωνιακή πολιτική του Μουσείου, το μουσείο χρησιμοποιεί τις ψηφιακές του πλατφόρμες στα social media (Facebook, Instagram, YouTube) με τακτές αναρτήσεις και καμπάνιες, και ψηφιακό newsletter για τις επαφές και ΜΜΕ.
- Στην ιστοσελίδα μας, στην οποία υπάρχει πλήθος πληροφοριών τόσο για τον επισκέπτη, όσο και για τον εκπαιδευτικό και ερευνητή, δίνουμε έμφαση στη γνωριμία με τον φορέα και τη θεματική μας.

Ειδικά αυτή την περίοδο υλοποιούμε ψηφιακά:

- την πρώτη μας ψηφιακή έκθεση, με θέμα τη συμβολή του Ι. Καποδίστρια & των Επτανησίων στο 1821, η οποία θα παρουσιάζεται στην νέα μας ιστοσελίδα (από Μάιο 2021)
- Ψηφιακή περιήγηση στο κτήμα του Μουσείου «Κουκουρίτσα»
- Μέσω του Ψηφιακού Αρχείου Ι. Καποδίστριας δημιουργούμε επαφές και δεσμούς με ερευνητές, μελετητές και διοργανωτές δράσεων που τους αφορά ο Ι. Καποδίστριας και η εποχή του και παράλληλα επιτυγχάνουμε την αναφορά μας σε βιβλιογραφίες, αναφορές σε αφιερώματα/εκθέσεις, κτλ.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

- Δράσεις με ελεύθερη είσοδο/δωρεάν συμμετοχή
- Εκπαιδευτικά προγράμματα
- Πολιτιστικές-ψυχαγωγικές εκδηλώσεις
- Αφιερώματα στον Καποδίστρια

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

- Ψηφιακές ομιλίες – εκθέσεις
- Μουσειακό θέατρο
- Βιωματικά εργαστήρια-σεμινάρια ποικίλης θεματικής
- Crowdsourcing
- Δράσεις αειφορίας

Δ) Μουσείο Καπράλου, Αίγινα

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 20/04/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Το Μουσείο Καπράλου προσελκύει σχολικές τάξεις όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων, φοιτητές, καθηγητές, εικαστικούς, Συλλόγους, ΚΑΠΗ, ιδιώτες όλων των ηλικιών και διαφόρων επαγγελμάτων, οικογένειες με παιδιά, τουρίστες από διάφορες χώρες.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Οι επισκέπτες του Μουσείου ανήκουν σε πολλές και ποικίλες ομάδες, που καλύπτουν όλες τις ηλικίες και όλα τα μορφωτικά επίπεδα. Οπότε δεν τίθεται θέμα διεύρυνσης των ομάδων των επισκεπτών.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Το Μουσείο μας αποτελεί παράρτημα της Εθνικής Πινακοθήκης- Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτσου. Στο site της Πινακοθήκης υπάρχει ειδική αναφορά για το Μουσείο Καπράλου, πληροφορίες για τον γλύπτη Χρήστο Καπράλο και παρουσίαση πληθώρας έργων του.

Επίσης στο Facebook πραγματοποιούνται συχνά αναρτήσεις που αφορούν τον Χρήστο Καπράλο, το έργο του και το Μουσείο. Επιπλέον πραγματοποιούνται παρουσιάσεις του Μουσείου σε τηλεοπτικές εκπομπές και σε βίντεο στο youtube.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Δράσεις του Μουσείου που έχουν μεγάλη απήχηση είναι οι ξεναγήσεις που πραγματοποιούμε και τα εκπαιδευτικά προγράμματα. Επίσης το Μουσείο Καπράλου διαθέτει οθόνη αφής που προσελκύει το ενδιαφέρον των επισκεπτών όλων των ηλικιών.

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Το θέμα αυτό είναι υπό εξέταση.

Ε) Μουσείο Δροσίνη, Κηφισιά

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 29/04/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Σχολεία, σύλλογοι και ιδιώτες.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Παρουσιάσεις βιβλίων, εκθέσεις, οργανωμένες ξεναγήσεις, διαγωνισμοί, αναφορές σε εφημερίδες.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Επικοινωνούμε με τους μαθητές με ειδικές μεγάλου μεγέθους κάρτες, με θέματα από το ποιητικό και το πεζό έργο του Δροσίνη. (Σύνθετες λέξεις κρυμμένες στους στίχους, διάλογοι Δροσίνη – Υπουργού Παιδείας για τη φροντίδα των τυφλών. Δυο μαθητές αναπαριστούν τη σκηνή του διαλόγου και επαναλαμβάνουν με δικά τους λόγια τη στιχομυθία.

Στις μικρές τάξεις ο/η ξεναγός απασχολεί τα παιδιά με παιχνίδια και προτρέπει τους μαθητές να βρουν κοινά σημεία ή διαφορές με τα παιχνίδια σημερινά.

Εάν ο καιρός το επιτρέπει, στην αυλή του Μουσείου θα παίξουν ομαδικά παιχνίδια που αναφέρονται στα παραμύθια που έχει γράψει ο Δροσίνης (Περνά, περνά η μέλισσα, πούντο πούντο το δακτυλίδι κ.ά).

Όταν αναφερόμαστε στις δραστηριότητες του Ποιητή και, συγκεκριμένα, στη μεγάλη προσφορά του στους τυφλούς, θίγουμε και τα προβλήματα των κωφών και με τη νοηματική γλώσσα επαναλαμβάνουμε στους μαθητές ένα γεγονός, μια παράγραφο κτλ.

Η ξενάγηση σε μέλη των Συλλόγων τελειώνει στην αίθουσα του Πολιτιστικού Κέντρου του Μουσείου Δροσίνη με μια σύντομη ομιλία, με θέμα από τη ζωή του Ποιητή ή με πνευματικά παιχνίδια, όπως «μπίγκο» με εικόνες παρμένες από τις δραστηριότητες του Ποιητή. (Ακαδημία, Σεβαστοπούλειος Σχολή, Τζαμί Τζισταράκη, Εορτή της Σημαίας, 1 ον Εκπαιδευτικό Συνέδριο, Έκδοση αναγνωστικών σχολικών βιβλίων, Σχολική Υγιεινή, Γυμναστική στα σχολεία κ.ά.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Φιλολογικές πολιτιστικές εκδηλώσεις με κοινωνικό αντίκρισμα (δεξίωση, δείπνο κ.λ.π).

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Συνεχής εμπλουτισμός της ιστοσελίδας του Μουσείου στο Διαδίκτυο. Προκήρυξη Διαγωνισμών (έχουμε ήδη πραγματοποιήσει έξι) και έκδοση βιβλίων (βρισκόμαστε ήδη στο 57ο βιβλίο. Έκδοση του Συλλόγου και στο 27ο Τετράδιο).

ΣΤ) Μουσείο Γουναρόπουλου, Ζωγράφου

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 22/04/2021 μέσω προσωπικής συνέντευξης με τη Δρ. Ιστορίας της τέχνης- Επιμελήτρια Διονυσία Γιακουμή και ώρα 12:00 μμ.

1. Ποιες ομάδες κοινού προσελκύει περισσότερο το σπίτι-μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Το μουσείο Γουναρόπουλου προσελκύει όλες τις ομάδες κοινού. Μαθητές πιο ειδικά. Προσελκύει φιλότεχνους και πιο ψαγμένους, μελετητές, ερευνητές και καλλιτέχνες.

2. Με ποιους τρόπους θεωρείτε ότι μπορείτε να προσελκύσετε περισσότερες ομάδες κοινού;

Ανανεώνοντας το site και κάνοντάς το πιο διαδραστικό με παιχνίδια και περιήγηση σε τρεις γλώσσες. Στο site βρίσκεται συγκεντρωμένο πολύ υλικό. Επίσης με εκθέσεις σε συνεργασία με άλλους φορείς. Κάνοντας γνωστό το ιστορικό των προηγούμενων εκθέσεων και εκδηλώσεων του μουσείου. Θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα mailing list για προσκλήσεις στις εκδηλώσεις. Ένας άλλος τρόπος θα ήταν τα δελτία τύπου στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης στην ΕΡΤ 1 θα μπορούσαν να γίνονται ραδιοφωνικές συνεντεύξεις, αλλά και να έχουμε χορηγούς επικοινωνίας όπως το Culturenow ή το Forfree. Να είναι όλες οι δράσεις με ελεύθερη είσοδο. Να γίνονται διάφορες θεματικές εκθέσεις π.χ. αφιερωμένες στον Ευγένιο Τριβιζά. Άλλη θεματική έκθεση θα μπορούσε να αφορά ανακυκλωμένα υλικά, χορό, χαρακτική. Έχουμε προσελκύσει νέες ομάδες κοινού διαμορφώνοντας το παλιό κτήριο να περιλαμβάνει της μόνιμη συλλογή και σταθερά προγράμματα με σχολεία. Στο νέο κτήριο χρησιμοποιούνται νέες θεματικές και με αυτό τον τρόπο προσελκύονται νέες ομάδες κοινού. Δίνεται έμφαση στην προσωπική επαφή, πάντα με διακριτικότητα.

3. Χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες στο πλαίσιο της επικοινωνιακής πολιτικής του σπιτιού-μουσείου στο οποίο εργάζεστε και ποιες είναι αυτές;

Ναι υπάρχει το site του μουσείου αλλά και η σελίδα του στο Facebook. Δεν υπάρχουν ψηφιακά παιχνίδια μέσα στο μουσείο, αλλά υπάρχουν στο site.

4. Τι είδους δράσεις έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο κοινό;

Εκπαιδευτικά προγράμματα για σχολεία. Ένα πολύ δημοφιλές πρόγραμμα για παιδιά είναι «Η γυναίκα και το ψάρι» για ηλικίες 4 – 7 ετών. Είναι διαδραστικό παραμύθι, όπου όλοι οι πίνακες του μουσείου δημιουργούν ένα παραμύθι.

Διαλέξεις ιστορίας της τέχνης, περιοδικές εκθέσεις και μόνιμη συλλογή.

5. Ποιες είναι οι σύγχρονες μέθοδοι επικοινωνιακής πολιτικής που σκέφτεστε/θα θέλατε να αναπτύξετε μελλοντικά στο σπίτι- μουσείο στο οποίο εργάζεστε;

Υπάρχει μία σκέψη για μία μικρή διακριτική οθόνη στο μουσείο, ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να περιηγηθεί στο site την ώρα που βρίσκεται στο μουσείο. Επίσης υπάρχει η σκέψη για την ανακαίνιση του εξωτερικού και του εσωτερικού χώρου του μουσείου και του εξοπλισμού και η συντήρηση των έργων. Γενικώς οι επισκέπτες του συγκεκριμένου μουσείου προτιμούν το βιωματικό τρόπο επικοινωνίας για αυτό θα επιλέξουμε ένα διακριτικό μέσο τεχνολογίας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

Συνεντεύξεις από σπίτια- μουσεία της Ευρώπης

A) Μουσείο Πικάσο, Μάλαγα

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 8/4/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Which is the audience group that mostly attracts the house- museum that you are in?

Foreign visitors (60%), National visitors 30%, Local 10%.

2. What other techniques would you consider in order to attract more audience groups for your house- museum?

Communication skills, alliances with another museums & organizations. Coordination with the Málaga Tourist Board.

3. Do you apply new technologies concerning the communication policy of the house- museum? Please name them.

Social networks (Twitter, Facebook, Instagram), WhatsApp, direct line, online activities

4. What kind of activities at your house- museum attract more visitors?

Exhibitions, workshops for families and children.

5. What are the modern methods of communication policy that you are thinking of developing in the future at the house- museum where you are in?

We check regularly our methods to improve the adequate experience. Now, we are preparing virtual exhibitions to be visited online and free as a response to the covid-19. Also, we are preparing the change of the display of our collections, to be completed about October 2021.

B) Το σπίτι του Ντένις Σέβερς στη Folgate Street, Λονδίνο

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 13/4/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Which is the audience group that mostly attracts the house- museum that you are in?

The audience that the house attracts is a very varied one with all ages and demographic. We welcome students like yourself to families, retired adults, art and theatre students and a creative section of the population with fashion students and designers amongst them .

2. What other techniques would you consider in order to attract more audience groups for your house- museum?

We are always looking to add new ideas to the experience whilst always maintaining it within the way it was created by Dennis.

3. Do you apply new technologies concerning the communication policy of the house- museum? Please name them.

Our sound installation has been upgraded throughout the years with us now looking to update it further at a future date, most likely some kind of wireless system.

4. What kind of activities at your house- museum attract more visitors?

The main thing that attracts our many visitors is the unique quality of the house and that upon entering it you travel back into an imagined 18th and 19th world with the house looking like home as it was when Dennis lived in the house twenty one years ago.

5. What are the modern methods of communication policy that you are thinking of developing in the future at the house- museum where you are in?

Our modern methods are of course the website which will be updated and changed, our booking system to simplify the visitors experience and at some point an upgrade of the sound installation .

Γ) Μουσείο Μάριο Πρατζ, Ρώμη

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 29/5/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Which is the audience group that mostly attracts the house- museum that you are in?

Audience is mainly 40-60 years old. Origin: Roman, Italian and French.

2. What other techniques would you consider in order to attract more audience groups for your house- museum?

Η ερώτηση δεν απαντήθηκε.

3. Do you apply new technologies concerning the communication policy of the house- museum? Please name them.

To keep in contact with our public, we use mainly Facebook official page. The page is used for post about curiosity of Praz and for video.

4. What kind of activities at your house- museum attract more visitors?

Staff museum accompany public giving explanations about collection.

5. What are the modern methods of communication policy that you are thinking of developing in the future at the house- museum where you are in?

Η ερώτηση δεν απαντήθηκε.

Δ) Το σπίτι του Ρόαλντ Άμουντσεν, Νορβηγία

Το ερωτηματολόγιο λήφθηκε στις 4/10/2021 μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

1. Which is the audience group that mostly attracts the house- museum that you are in?

Roald Amundsen's House (a part of Follo museum) attract mostly adults, families and people interested in polar history.

2. What other techniques would you consider in order to attract more audience groups for your house- museum?

We made the whole house and collection digital available in both VR, AR and 3D. This made the house more available and we have a platform where we can develop and create new content for the whole world. See more at <https://amundsen.mia.no/en/>

3. Do you apply new technologies concerning the communication policy of the house-museum? Please name them.

VR, Virtual Reality

AR, Augmented Reality

3D, based on photogrammetry

We are also experimenting with AI (artificial intelligence) to explore how we can create a virtual guide in Amundsen's House.

4. What kind of activities at your house- museum attract more visitors?

We have opened up more areas for guided tours (outside the house, the outhouses etc.), we have offered lectures, school projects and been putting effort into SoMe and several digital platform to reach a new audience, and be more available.

5. What are the modern methods of communication policy that you are thinking of developing in the future at the house- museum where you are in?

We want to be the leading museum focusing on Roald Amundsen and his life, to do so we want to be more digital, more available and manage to show more of the fantastic resources we have in the collection. Amundsen's House is very vulnerable, so we need several platforms to reach people. A physical visit at Amundsen's House will, in the future, be one of many ways to explore his life and expeditions.

In the near future we will focus to develop more content in AR, but also explore the possibility into storytelling in VR and 3D.