Τουριστική εμπειρία - περίπτωση μελέτης Αθανασάκειου Αρχαιολογικού Μουσείου Βόλου

Χατζηδήμου Ν. Τριαντάφυλλος
Υποψήφιος Διδάκτωρ Ιονίου Πανεπιστημίου

1

Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου

Το Αθανασάκειο Αρχαιολογικό Μουσείο Βόλου είναι ένα από τα παλαιότερα Μουσεία της χώρας. Κτίσθηκε το 1909 με χρήματα που διέθεσε ο Αλέξιος Αθανασάκης από την Πορταριά του Πηλίου. Πρόκειται για ένα ισόγειο νεοκλασικό κτήριο με συνολικό εμβαδόν 870 τ.μ. και επτά χώρους έκθεσης.(odysseus.culture.gr)

Εισαγωγή

- Σύμφωνα με τον επίσημο ορισμό της **ICOM το 2007** "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"

- Το μουσείο, έχοντας ως γνώμονα τη διαφύλαξη και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, μετατρέπεται σε ένα νέο μουσείο. Αλλάζει ταυτότητα, σκοπό και δράση, ενσωματώνοντας στο πολιτιστικό του έργο έννοιες όπως καινοτομία, δημιουργικότητα και επικοινωνία. Απώτερος στόχος του ορίζεται η δημιουργία και η ανάπτυξη μιας πολιτιστικής εμπειρίας με υψηλή ποιοτική αξία για τον επισκέπτη.

Μεθοδολογία

Πραγματοποιήθηκαν δύο βασικά είδη έρευνας :

- ✓ Η συλλογή και η μελέτη βιβλιογραφικού υλικού (δευτερογενής έρευνα).
- ✓ Έρευνα πεδίου, έχοντας ως **μελέτη περίπτωσης** το Αθανασάκειο αρχαιολογικό μουσείο του Βόλου, με τη μέθοδο διανομής ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων, κατά την οποία οι ερωτώμενοι συμπλήρωσαν, μέσω της πλατφόρμας Google Forms, ανώνυμα το ερωτηματολόγιο (πρωτογενής έρευνα).

Μεθοδολογία

Στην πρωτογενή έρευνα:

Η συλλογή των στοιχείων προήλθε από την ανάλυση των απαντήσεων των 112 ερωτηματολογίων. Ο ακριβής χρονικός προσδιορισμός της έρευνας ήταν συγκεκριμένος: 3 μήνες.

Στη δευτερογενή έρευνα:

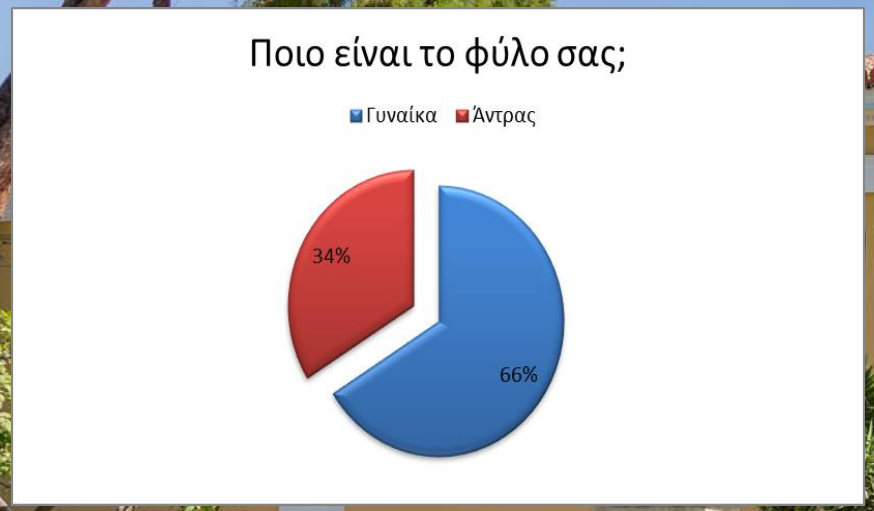
Η συλλογή στοιχείων βασίστηκε σε ήδη υπάρχοντα, δημοσιευμένα στοιχεία, όπως στατιστικές, διάφορες ειδικές μελέτες, βιβλία, περιοδικά, ειδήσεις και άρθρα εφημερίδων. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι η έρευνα αντιμετώπισε δυσκολίες αναφορικά με την άντληση πληροφοριών καθώς αυτές ήταν περιορισμένες.

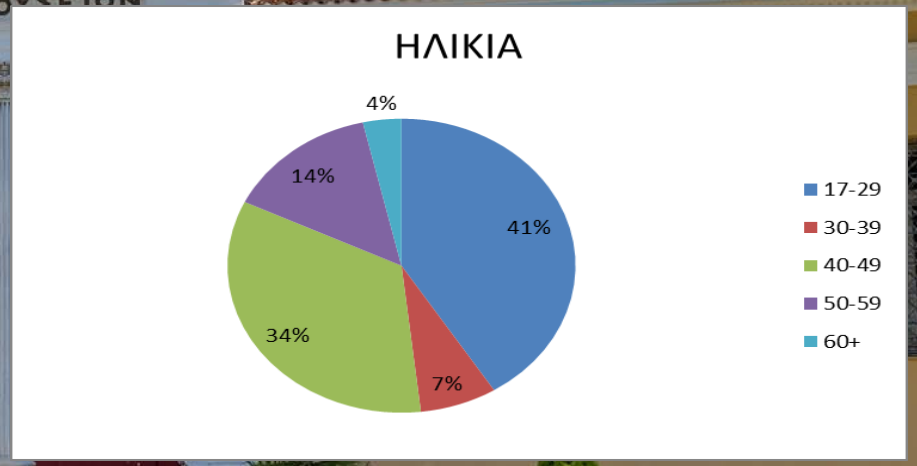
Ερευνητικοί στόχοι

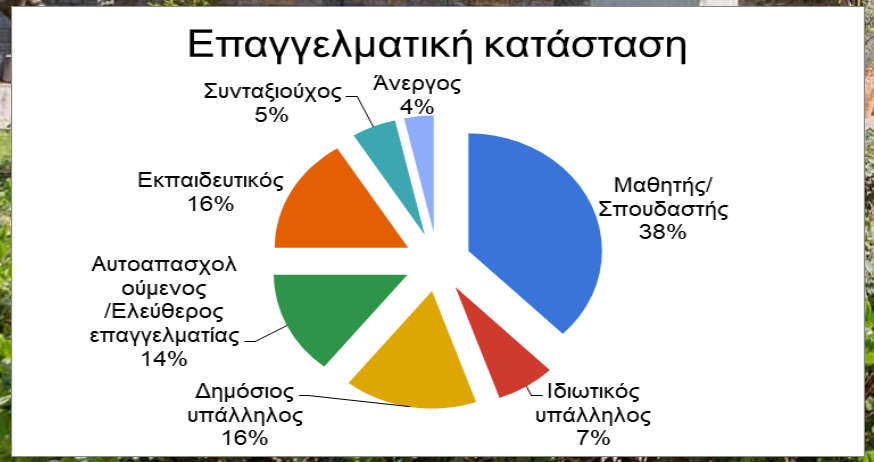
Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η αποτύπωση της πολιτιστικής εμπειρίας των επισκεπτών του Αθανασάκειου αρχαιολογικού μουσείου σε συνάρτηση με τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα :

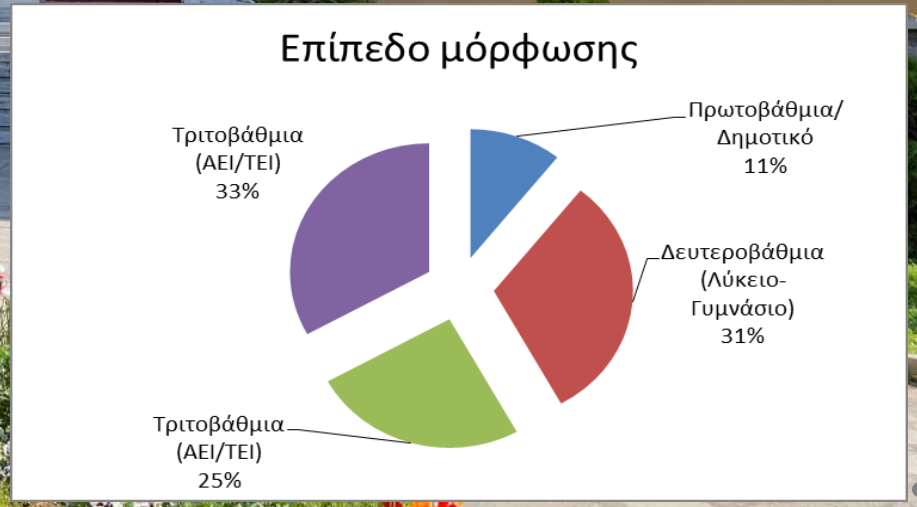
- Η1. Η συνολική εμπειρία επισκέπτη έχει θετική άμεση επίδραση στην ικανοποίηση του επισκέπτη.
- Η2. Η Ικανοποίηση επισκέπτη έχει θετική άμεση επίδραση στην Από Στόμα σε Στόμα επικοινωνία (Word of Mouth).
- Η3.Οι παρεχόμενες υπηρεσίες ανταποκρίθηκαν στις προσδοκίες του επισκέπτη.
- Η4. Είναι ικανοποιημένος/ικανοποιημένη ο επισκέπτης με την απόφασή του να επισκεφτεί το συγκεκριμένο αρχαιολογικό μουσείο.
- Η5. Η συνολική εμπειρία του επισκέπτη στο αρχαιολογικό μουσείο ήταν ευχάριστη ή δυσάρεστη.
- Η6. Προτιμούν οι επισκέπτες μουσειακά εκπαιδευτικά προγράμματα που στοχεύουν στην εξοικείωση των παιδιών με τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό.

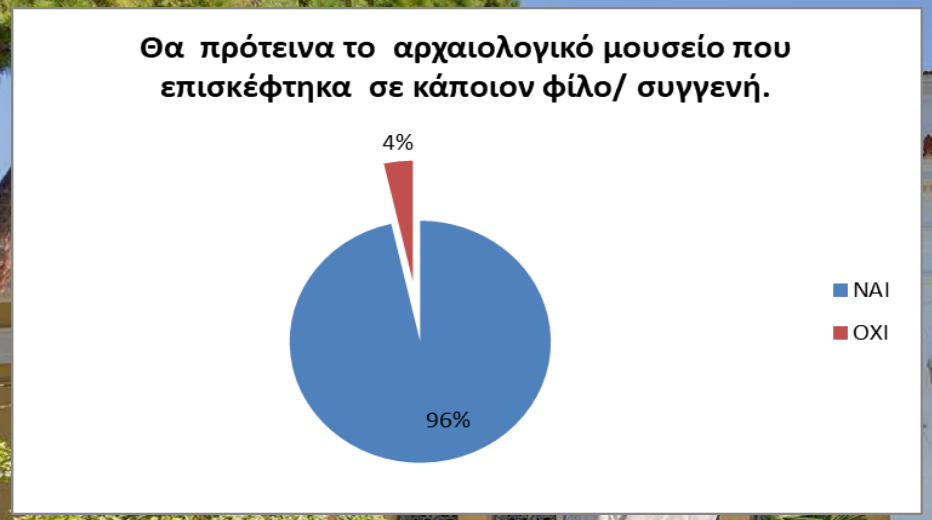
Έρευνα – Στοιχεία πληθυσμού

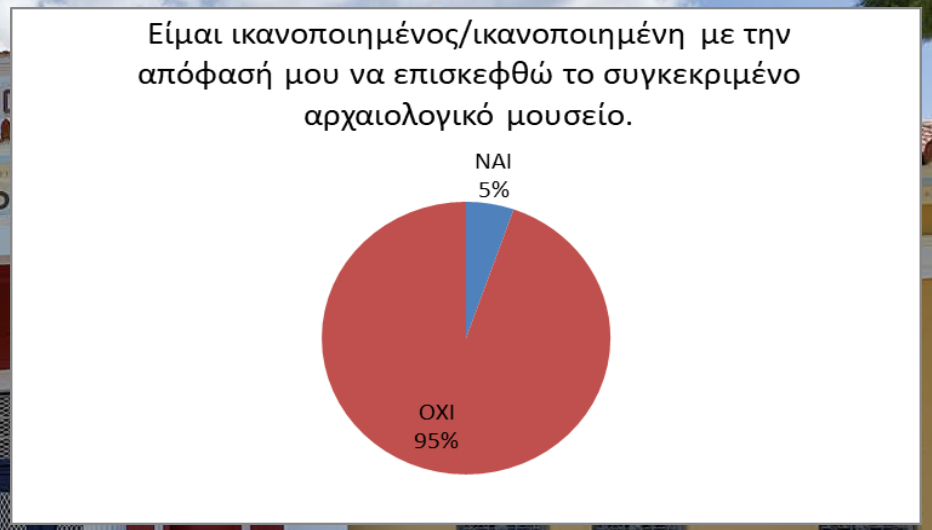


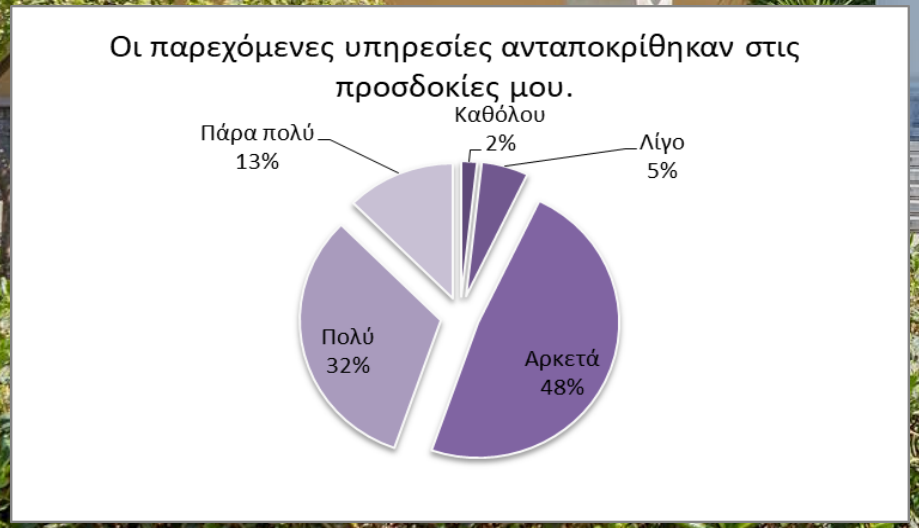


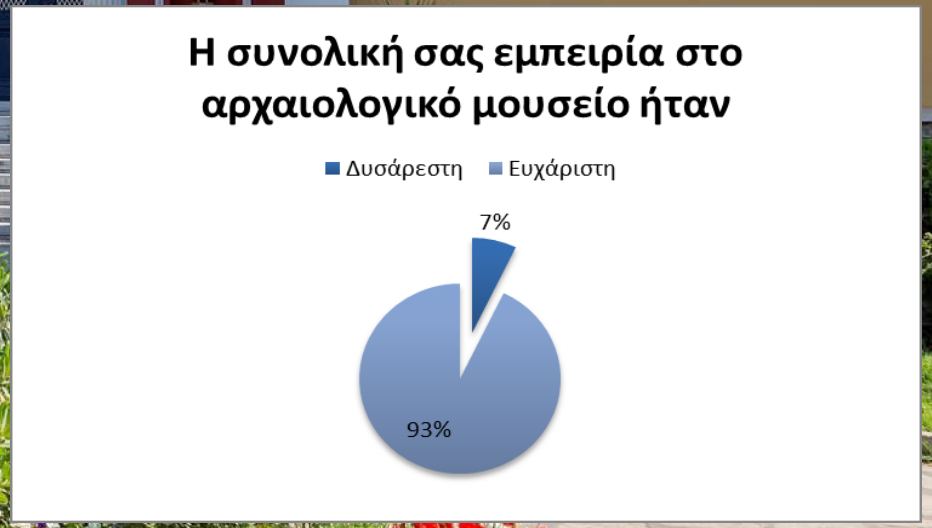




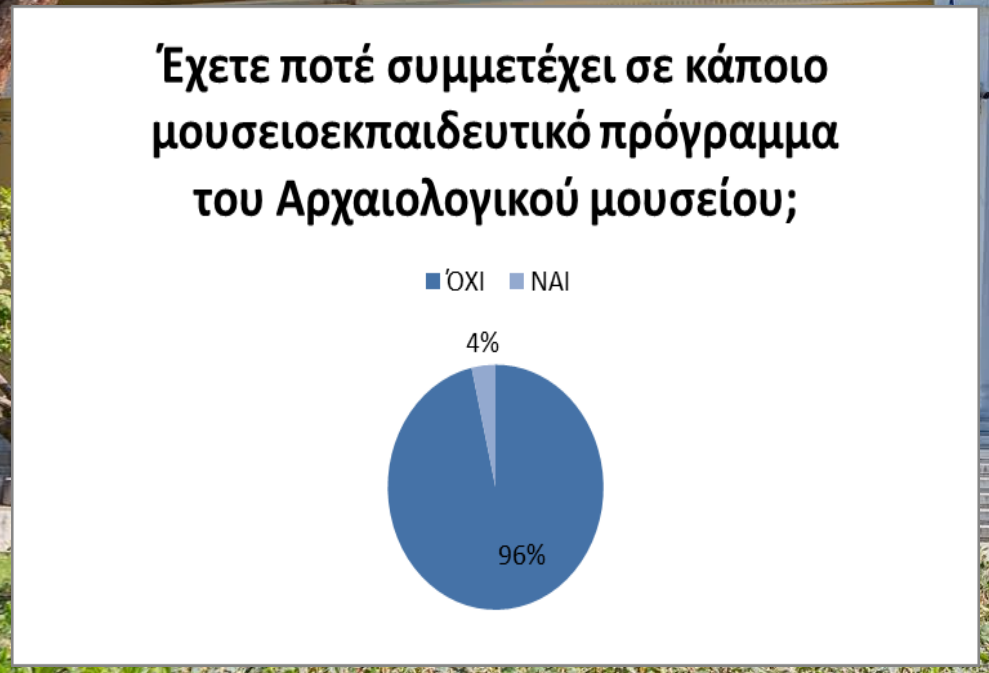

Θα πρότεινα το αρχαιολογικό μουσείο που επισκέφτηκα σε κάποιον φίλο/ συγγενή.
4%
96%
ΝΑΙ
ΟΧΙ

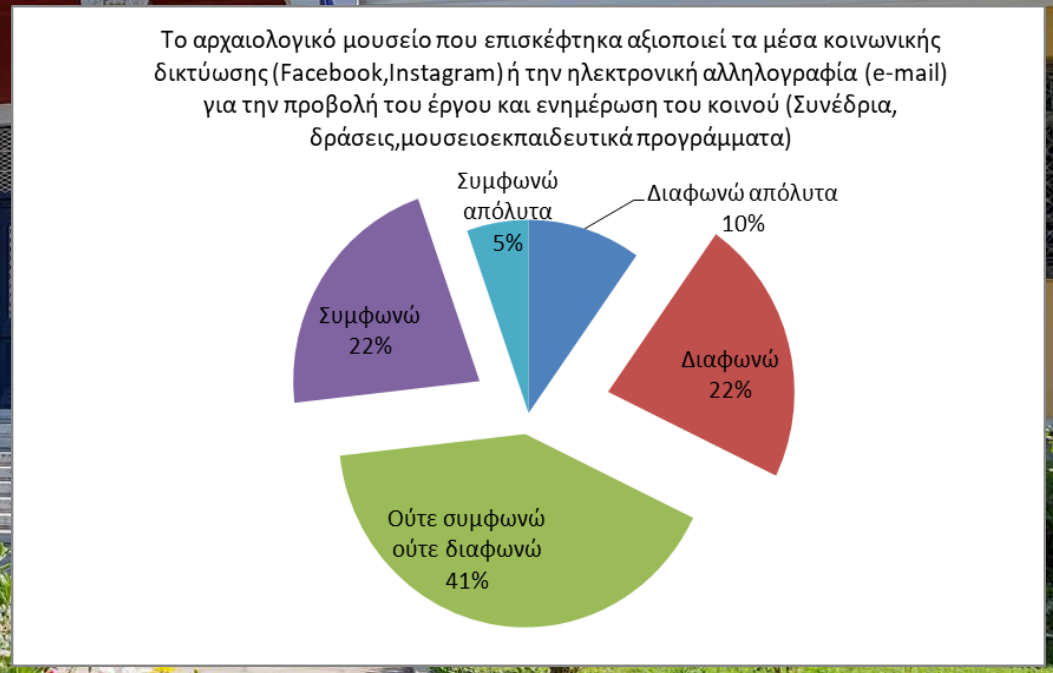

Είμαι ικανοποιημένος/ικανοποιημένη με την απόφασή μου να επισκεφθώ το συγκεκριμένο αρχαιολογικό μουσείο.
ΝΑΙ
5%
ΟΧΙ
95%


Οι παρεχόμενες υπηρεσίες ανταποκρίθηκαν στις προσδοκίες μου.
Πάρα πολύ
13%
Καθόλου
2%
Λίγο
5%
Πολύ
32%
Αρκετά
48%


Η συνολική σας εμπειρία στο αρχαιολογικό μουσείο ήταν
Δυσάρεστη
Ευχάριστη
7%
93%

Έρευνα


Έχετε ποτέ συμμετέχει σε κάποιο μουσειοεκπαιδευτικό πρόγραμμα του Αρχαιολογικού μουσείου;
ΌΧΙ
ΝΑΙ
4%
96%


Το αρχαιολογικό μουσείο που επισκέφτηκα αξιοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook,Instagram) ή την ηλεκτρονική αλληλογραφία (e-mail) για την προβολή του έργου και ενημέρωση του κοινού (Συνέδρια, δράσεις,μουσειοεκπαιδευτικά προγράμματα)
Συμφωνώ απόλυτα 5%
Διαφωνώ απόλυτα 10%
Συμφωνώ 22%
Διαφωνώ 22%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ 41%

Συμπεράσματα έρευνας

Σύμφωνα με τις Μούλιου και Μπούνια (1999) αναφέρουν ότι η επικοινωνία θεωρείται μια από τις πιο θεμελιώδης λειτουργίες των πολιτιστικών οργανισμών για τους παρακάτω τρεις λόγους:

1.Συνίσταται στη μετάδοση πληροφοριών, μηνυμάτων και εμπειριών με σαφή και αποτελεσματικό τρόπο σε διαφορετικές κοινωνικές ομάδες και άτομα, με ποικίλες προσδοκίες, αναζητήσεις και ενδιαφέροντα.

2. Συνδέεται άμεσα με τις υπόλοιπες λειτουργίες του οργανισμού, όπως τη συλλογή, την έρευνα, την διαχείριση αντικειμένων και συλλογών κλπ.

3. Ορίζει και καθορίζει τη δημόσια εικόνα του οργανισμού, επηρεάζει τις αντιλήψεις και τη στάση του κοινού προς αυτό, καθώς και την απόφαση του αν θα το επισκεφτεί ή όχι.

Συμπεράσματα έρευνας

Η επικοινωνία ως μία από τις καθοριστικές λειτουργίες του μουσείου συσχετίζεται με τις υπόλοιπες λειτουργίες του καθορίζοντας τη δημόσια εικόνα του καθώς και τις αντιλήψεις των επισκεπτών για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και συνεπώς την απόφασή τους να το επισκεφτούν ή όχι ξανά.

Τελικά συμπεράσματα

Το μουσείο, έχοντας ως γνώμονα τη διαφύλαξη και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, μετατρέπεται σε ένα **νέο μουσείο**. Αλλάζει ταυτότητα, σκοπό και δράση, ενσωματώνοντας στο πολιτιστικό του έργο έννοιες όπως **καινοτομία**, **δημιουργικότητα** και **επικοινωνία**. Απώτερος στόχος του πλέον ορίζεται η δημιουργία και η ανάπτυξη μιας πολιτιστικής εμπειρίας με υψηλή ποιοτική αξία για τον επισκέπτη.

Βιβλιογραφία

1. Foley, M. and McPherson, G. (2000). Museums as Leisure. International Journal of Heritage Studies, Vol. 6, No. 2, pp. 161-174
2. *Μούλιου, Μ. και Μπούνια, Α. (1999). «Μουσειακές εκ-θέσεις. Ερμηνευτικές προσεγγίσεις στη μουσειακή θεωρία και πρακτική», Αρχαιολογία και Τέχνες, Τεύχος 70, σελ. 53-58, Αθήνα*
3. Βασικές Έννοιες της Μουσειολογίας,ICOM- Ελληνικό Τμήμα. 2014. σελ. 89-94.
4. http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3271