

Η άποψη γονέων και εκπαιδευτικών για την επικοινωνιακή πολιτική χώρων πολιτισμού του Ναυπλίου με ομάδα-στόχο παιδιά 4-12 ετών

Παπουτσή Γεωργία

Δασκάλα, Phd στις Επιστήμες της Αγωγής, Υποδιευθύντρια στο Δ.Ι.ΕΚ Ναυπλίου
papzeta@hotmail.gr

Περίληψη

Στην παρούσα μελέτη διερευνάται αν γονείς και εκπαιδευτικοί εκτιμούν την επικοινωνιακή πολιτική των πολιτιστικών οργανισμών του Ναυπλίου, ώστε να ενθαρρύνουν τα παιδιά ηλικίας, 4-12 ετών να συμμετέχουν σε χώρους πολιτισμού. Πρόκειται για μια μελέτη περίπτωσης πέντε πολιτιστικών οργανισμών του Ναυπλίου, οι οποίοι μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εργαστηρίων ελεύθερου χρόνου, φέρνουν σε επαφή με τον πολιτισμό, τα παιδιά από την ηλικία των 4 ετών. Η Εθνική Πινακοθήκη - Παράρτημα Ναυπλίου, η δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη «Παλαμήδης», η ιδιωτική Βιβλιοθήκη «Ανθός» του πολυχώρου Φουγάρο, το Μουσείο «Σταθμός» του Πελοποννησιακού Λαογραφικού Ιδρύματος (ΠΛΙ) και ο κινηματογράφος «Cine Nafplio», σχεδιάζουν την επικοινωνιακή στρατηγική τους, προκειμένου να προσελκύσουν γονείς και εκπαιδευτικούς και να τους πείσουν ότι αξίζει να επισκεφτούν με τα παιδιά ένα χώρο πολιτισμού. Στην επικοινωνία τους με τους συνοδούς του παιδιού, σημαντικό εργαλείο συνιστούν οι νέες τεχνολογίες.

Λέξεις κλειδιά: παιδικό κοινό, εκπαιδευτικό πρόγραμμα, εργαστήριο ελεύθερου χρόνου, ολιστική προσέγγιση.

Εισαγωγή

Στη σύγχρονη εποχή οι πολιτιστικοί οργανισμοί καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια να παραμείνουν στην πρώτη επιλογή του κοινού, προκειμένου να προσφέρουν μια ολιστική, ολόπλευρη εμπειρία, γνωστική και συναισθηματική (Μπαντιμαρούδης, 2011). Σε αυτή την αποστολή ο πολιτιστικός οργανισμός δεσμεύεται να κινητοποιήσει κάθε μέσο, με σκοπό να ελκύσει το κοινό και να του προσφέρει εκπαίδευση και ψυχαγωγία. Η επικοινωνία αυτή ξεκινά από το μήνυμα που θα αποστείλει, τη διαφήμιση που θα κάνει, τις δημόσιες σχέσεις που θα αναπτύξει για να προβάλλει τις δράσεις του και τα μέσα της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιήσει (Οικονόμου, 2003; Reussner, 2003).

Ο πολιτιστικός οργανισμός δεν απευθύνεται άμεσα στα ανήλικα παιδιά, αλλά στους συνοδούς τους, γονείς και εκπαιδευτικούς. Αυτούς καλείται να προσελκύσει καταρχάς και να προσαρμοστεί σε αυτό που θεωρούν ενδιαφέρον, ψυχαγωγικό και αναπτυξιακά ωφέλιμο για τα παιδιά τους, ώστε να επιτύχει τελικά την ανάπτυξη ουσιαστικής επικοινωνίας με την ίδια την ομάδα-στόχο, τα παιδιά ηλικίας 4 έως 12 ετών (Reussner, 2003: 103). Μουσεία, θέατρα, κινηματογράφοι, πολιτιστικά ιδρύματα, αίθουσες τέχνης και χώροι μουσικών εκδηλώσεων, επιδιώκουν να ενημερώσουν για την ορθολογική ψυχαγωγία που προσφέρουν, δηλαδή για την ολιστική προσέγγιση της επικοινωνιακής πρακτικής. Πρόκειται για το συνδυασμό των εμπειριών που συνθέτουν τη διαδικασία της επίσκεψης σ' ένα χώρο από το σωματικό μέχρι το συναισθηματικό και γνωστικό πεδίο (Hooper-Greenhill, 1996: 50-51). Η πρωτογενής μας έρευνα εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο γονείς και εκπαιδευτικοί εκτιμούν την επικοινωνιακή πολιτική των φορέων πολιτισμού του Ναυπλίου, που απευθύνονται στο παιδικό κοινό. Η μελέτη αφορά στην Εθνική Πινακοθήκη-Παράρτημα Ναυπλίου, στη δημόσια Βιβλιοθήκη «Παλαμήδης», στην ιδιωτική Βιβλιοθήκη «Ανθός», στον κινηματογράφο «Cine Nafplio» και στο μουσείο «Σταθμός». Θεωρούμε ότι σε μια πόλη, όπως το Ναύπλιο, η οποία βρίσκεται από μνημεία πολιτισμού, είναι ουσιαστικά μια μελέτη ανάμεσα στους πολιτιστικούς χώρους που ασχολούνται με το παιδικό κοινό, καθώς ένα παιδί που συμμετέχει σε πολιτιστικά δρώμενα, ενδέχεται να γίνει μέτοχος πολιτιστικών δράσεων και ως ενήλικας.

Μεθοδολογία

Η ποσοτική έρευνα που διενεργήθηκε, είχε σκοπό να διερευνήσει την ανταπόκριση των συνοδών ανηλίκων στην επικοινωνιακή πολιτική των πολιτιστικών χώρων του Ναυπλίου, καθώς και τους εν δυνάμει παράγοντες, που θα ενεργοποιούσαν περαιτέρω αυτή την ανταπόκριση. Το δείγμα μας αποτελείται από δασκάλους, νηπιαγωγούς, γονείς- συνοδούς παιδιών σε εκπαιδευτικά προγράμματα και βιωματικά εργαστήρια των υπό εξέταση πολιτιστικών χώρων. Μοιράστηκαν δια ζώσης σε σχολικές μονάδες της Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Ναυπλίου 100 ερωτηματολόγια προκειμένου να απαντηθούν από το εκπαιδευτικό προσωπικό, αλλά και τους γονείς και κηδεμόνες μαθητών. Τελικά συγκεντρώθηκαν 70, των οποίων η επεξεργασία έγινε μέσω SPSS, version 20. Οι ερωτήσεις μας σε όλες τις ενότητες ήταν σύντομες, κατανοητές, απλές και διατυπωμένες με ακρίβεια (Κάστορας & Μαυρουλέας, 2002:143-144; Babbie, 2011: 387-400). Πρωτίστως ήταν κλειστές, ενώ υπήρχαν και κάποιες ανοιχτές, προκειμένου να διερευνηθεί η άποψη των ερωτώμενων. Ειδικότερα, ανήκουν σε τρεις διαφορετικούς τύπους: α) πολλαπλών επιλογών με δυνατότητα να δώσουν οι ερωτώμενοι και τη δική τους εκδοχή, β) ερωτήσεις διαβάθμισης, προκειμένου να διαπιστωθεί η ισχύς της γνώμης τους και γ) ερωτήσεις της κλίμακας Likert προκειμένου να διερευνηθούν οι διαθέσεις τους. Δεν παραλείψαμε ένα εισαγωγικό σημείωμα για το σκοπό της σφυγμομέτρησης, το οποίο παίζει μεγάλο ρόλο στην απόφαση ενός ατόμου να συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο ή να το αγνοήσει (Hill, 2011: 80-84).

Στην πρώτη ενότητα διατυπώθηκαν ερωτήσεις, που θα εξοικείωναν το κοινό με το θέμα και εστιάζτηκαν στο ενδιαφέρον των γονέων και των εκπαιδευτικών για τη συμμετοχή των παιδιών σε χώρους πολιτισμού. Στη δεύτερη ενότητα διερευνήθηκε η επίδραση που ασκούν στους εκπαιδευτικούς και στους γονείς η Πινακοθήκη, η Βιβλιοθήκη, το Μουσείο και ο Κινηματογράφος γενικά ως πολιτιστικοί οργανισμοί. Στην τρίτη ενότητα, η οποία θα μας απασχολήσει στη συζήτηση που θα ακολουθήσει, επιχειρείται να καταγραφούν απόψεις σχετικά με την επίδραση που ασκούν στους εκπαιδευτικούς και στους γονείς οι υπό εξέταση πολιτιστικοί οργανισμοί. Στην τελευταία ενότητα περιελήφθησαν οι δημογραφικές ερωτήσεις.

Μέσα και μηχανισμοί προσέλευσης γονέων και εκπαιδευτικών

Η Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη «Παλαμήδης» και η Πινακοθήκη Ναυπλίου επικοινωνούν με τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς κυρίως μέσω ιστοσελίδας, τύπου web1.0. Έχουν επίσης προφίλ στο facebook, όπου οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί έχουν τη δυνατότητα να γίνουν διαδικτυακοί φίλοι τους και να ενημερώνονται περαιτέρω για τις δράσεις. Οι εκπαιδευτικοί ενημερώνονται απευθείας για τα εκπαιδευτικά προγράμματα μέσω της λίστας e-mail με αποστολή στη σχολική τους μονάδα.

Το Μουσείο «Σταθμός» του ΠΛΙ και η βιβλιοθήκη « Ανθός» του πολυχώρου Φουγάρο επικοινωνούν με τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς, κυρίως μέσω της ιστοσελίδας τους, τύπου web2.0., και με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, facebook, twitter και instagram. Η βιβλιοθήκη «Ανθός» διατηρεί στο διαδίκτυο δύο blogs με δυνατότητα μετάβασης στον κατάλογο της βιβλιοθήκης και αναζήτηση των σχολικών επισκέψεων (Μαρκοπούλου, 2016). Ο Κινηματογράφος Ναυπλίου κάθε εβδομάδα ανεβάζει το πρόγραμμα ταινιών του στην ιστοσελίδα του, στο facebook, στο instagram και στο twitter. Η επικοινωνία με τις σχολικές μονάδες γίνεται απευθείας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ στην περίπτωση του newsletter, κάθε εβδομάδα, το κοινό έχει τη δυνατότητα να ενημερώνεται άμεσα με το προσωπικό του e-mail. Επίσης γονείς και εκπαιδευτικοί έχουν τη δυνατότητα να κάνουν ηλεκτρονική κράτηση.

Αποτελέσματα έρευνας-Συζήτηση

Προκειμένου να διερευνήσουμε αν γονείς και εκπαιδευτικοί εκτιμούν τα μέσα και τους μηχανισμούς της επικοινωνιακής πολιτικής των πολιτιστικών οργανισμών του Ναυπλίου,

ώστε να ενθαρρύνουν τα παιδιά ηλικίας, 4-12 ετών να τους επισκεφτούν, μοιράσαμε 100 ερωτηματολόγια σε γονείς και εκπαιδευτικούς της πόλης του Ναυπλίου, στις 16 Δεκεμβρίου 2019 και σχεδόν δύο μήνες μετά, στις 25 Φεβρουαρίου 2020, συγκεντρώσαμε 70 ερωτηματολόγια και τα αναλύσαμε μέσω SPSS, version 20. Το δείγμα μας αναφέρεται στη συγκεκριμένη ομάδα πληθυσμού, ηλικίας 25-62 ετών, προκειμένου να είναι αντιπροσωπευτικό (Hill,2011:78).Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν δια ζώσης σε νηπιαγωγεία και δημοτικά του Ναυπλίου, με τη θερμή παράκληση στους διευθυντές να συμπληρωθούν από το εκπαιδευτικό προσωπικό και τους γονείς των μαθητών. Από τους 70 ερωτώμενους, το 62,9% του δείγματός μας είναι γυναίκες και το 37,1 % είναι άνδρες (Σχήμα 1).



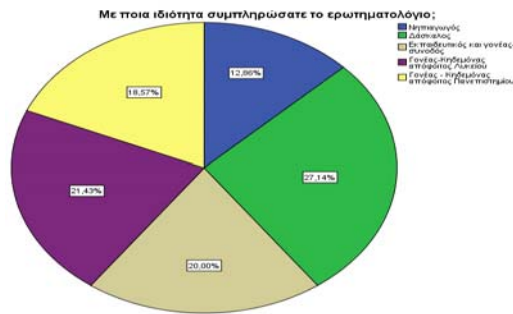
Σχήμα 1: Το φύλο των συμμετεχόντων

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων, της τάξεως του 47,1%, ανήκει ηλικιακά στην κατηγορία από 46 μέχρι 55 ετών και ένα ποσοστό της τάξεως του 34,3% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα από 36 έως 45 ετών. Πρόκειται για ηλικίες, που οι εκπαιδευτικοί είναι εν ενεργεία αρκετά χρόνια στο χώρο, συνεπώς έχουν και μεγαλύτερη εμπειρία συμμετοχής με μαθητές σε χώρους πολιτισμού. Επίσης οι γονείς, που ανήκουν ηλικιακά σε αυτή την κατηγορία, είναι πολύ πιθανό να έχουν παιδιά στο νηπιαγωγείο και στο δημοτικό (Σχήμα 2).



Σχήμα 2: Η ηλικιακή ομάδα των συμμετεχόντων

Το 27,14% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν δάσκαλοι, το 21,43% είχε την ιδιότητα του γονέα-κηδεμόνα απόφοιτου Λυκείου, το 20% του δείγματος ήταν γονέας - συνοδός, το 18,57% ήταν γονείς απόφοιτοι Πανεπιστημίου και το 12,86% νηπιαγωγοί (Σχήμα 3).



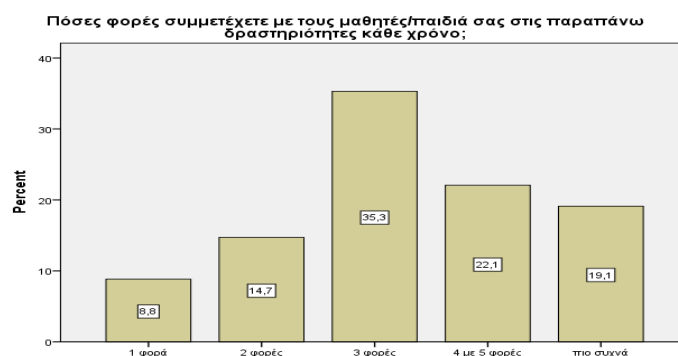
Σχήμα 3: Η ιδιότητα των συμμετεχόντων

Η συντριπτική πλειοψηφία (ποσοστό 95,7%) των ερωτηθέντων είχε θετική στάση απέναντι στα πολιτιστικά προγράμματα, που απευθύνονται στα παιδιά (Σχήμα 4).



Σχήμα 4: Η στάση των συμμετεχόντων απέναντι στα πολιτιστικά προγράμματα

Το 35,3% των ερωτηθέντων συμμετέχει σε πολιτιστικά δρώμενα του Ναυπλίου ως συνοδός παιδιού μέχρι 3 φορές το χρόνο, το 22,1% 4 με 5 φορές το χρόνο, ενώ υπάρχει ένα ποσοστό της τάξεως του 19,1% που κάνει πιο συχνές επισκέψεις. Το 14,7% επιλέγει 2 φορές το χρόνο να συνοδέψει τα παιδιά, ενώ το 8,8% μόνο 1 (Σχήμα 5).



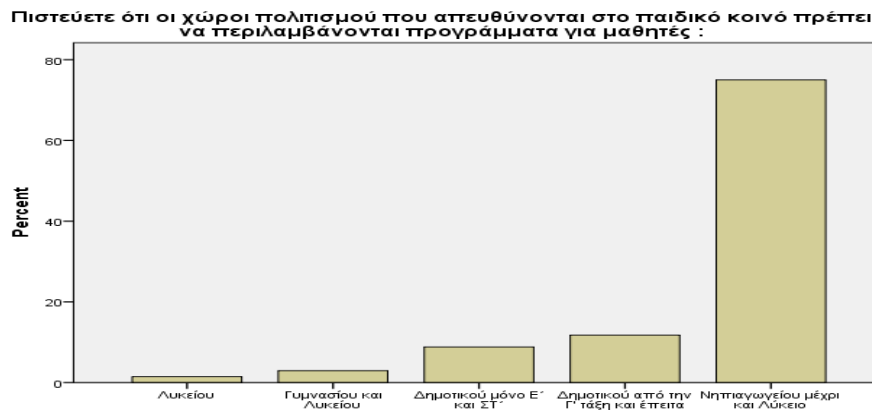
Σχήμα 5: Ποσοστά συμμετοχής σε πολιτιστικά δρώμενα του Ναυπλίου

Σχεδόν όλοι οι ερωτώμενοι γονείς και εκπαιδευτικοί συμφωνούν ότι, τα προγράμματα των πολιτιστικών οργανισμών του Ναυπλίου είναι αφενός ωφέλιμα για τα παιδιά και αφετέρου απαραίτητα για τον ελεύθερο χρόνο τους. Από την άλλη πλευρά, ελάχιστοι θεωρούν ότι είναι περιττά, λόγω οικονομικής κρίσης (Σχήμα 6).



Σχήμα 6: Απόψεις για τα πολιτιστικά δρώμενα

Η συντριπτική πλειοψηφία (το 75% του δείγματος), πιστεύει ότι οι χώροι πολιτισμού που απευθύνονται στο παιδικό κοινό του Ναυπλίου, θα πρέπει να περιλαμβάνουν προγράμματα από το Νηπιαγωγείο (Σχήμα 7).



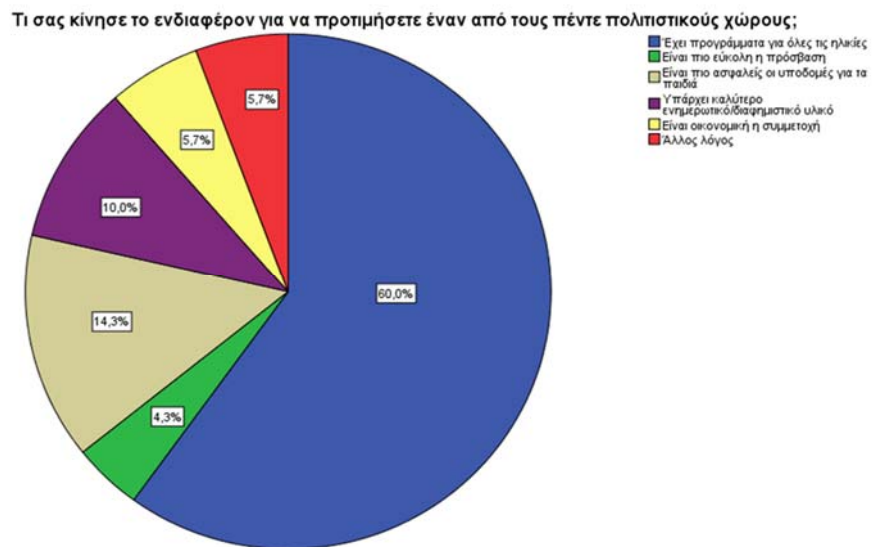
Σχήμα 7: Σχολικές βαθμίδες συμμετοχής σε πολιτιστικά προγράμματα

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες ενημερώνονται από το διαδίκτυο (Μ.ο: 4,40) και μέσω των e-mail στο σχολείο (Μ.ο: 3,89). Στην τρίτη θέση της αποτελεσματικότητας των μέσων ενημέρωσης βρίσκονται οι αφίσες (Μ.ο: 3,53), ενώ η ενημέρωση από το ραδιόφωνο εμφανίζει περιορισμένη επιρροή, αν και οι πολιτιστικοί οργανισμοί παρέχουν ενημερωτικά δελτία σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς (Μ.ο: 2,02). Τέλος, παρατηρήθηκε πως οι συμμετέχοντες ενημερώνονται ελάχιστα από την τηλεόραση (Σχήμα 8).



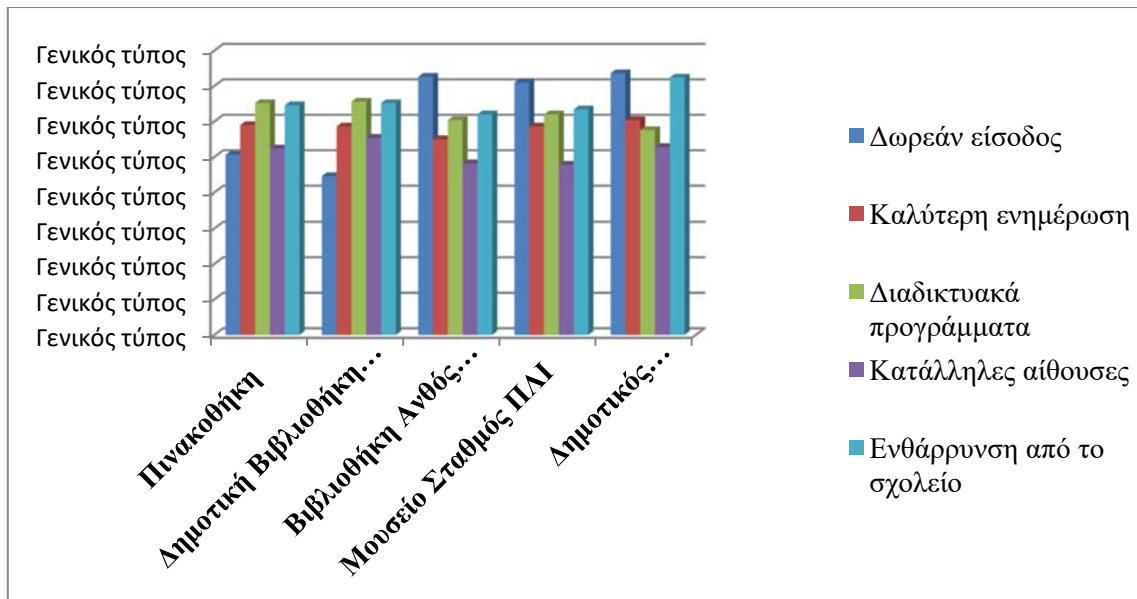
Σχήμα 8: Τρόποι ενημέρωσης για τα πολιτιστικά προγράμματα

Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να δώσουν μια μοναδική επιλογή που τους κίνησε το ενδιαφέρον να επισκεφτούν ένα χώρο πολιτισμού του Ναυπλίου, με τα παιδιά. Το 60% από αυτούς αναφέρθηκε σε προγράμματα για όλες τις ηλικίες. Ακολουθεί το κριτήριο της ασφάλειας (14,3%), πολύ σημαντικός παράγοντας καθώς συνοδεύουν παιδιά 4- 12 ετών, έπεται το διαφημιστικό υλικό (10%), ενώ το 5,7% ταυτόχρονα με την ύπαρξη εκπαιδευτικού προγράμματος θεωρεί σημαντική και την ενημέρωση από τις σχολικές μονάδες. Προφανώς πρόκειται για γονείς- συνοδούς. Ένα επίσης ποσοστό της τάξεως του 5,7 % αναφέρει την οικονομική συμμετοχή και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 4,3% ενδιαφέρεται για την εύκολη πρόσβαση. Άλλωστε όλοι οι οργανισμοί εδρεύουν στην καρδιά του Ναυπλίου, ακόμη και η βιβλιοθήκη «Ανθός» απέχει μόνο δύο χιλιόμετρα (Σχήμα 9).



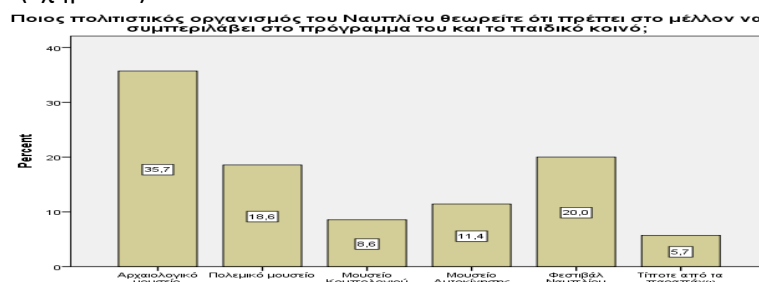
Σχήμα 9: Λόγοι επίσκεψης με παιδιά σε πολιτιστικούς οργανισμούς του Ναυπλίου

Ένας από τους στόχους της εργασίας μας ήταν να μελετήσουμε τους εν δυνάμει παράγοντες, που θα ενεργοποιούσαν περαιτέρω τη συμμετοχή των παιδιών σε ένα χώρο πολιτισμού. Όσον αφορά στην Πινακοθήκη, οι ερωτώμενοι πιστεύουν πως χρειάζεται να ενισχυθεί περισσότερο με διαδικτυακά προγράμματα (Μ.ο:3,26). Επίσης θεωρούν ότι τα παιδιά πρέπει να ενθαρρύνονται από το σχολείο να επισκέπτονται την Πινακοθήκη, πέρα από τα προγράμματα που υλοποιούνται σε συνεργασία με τις σχολικές μονάδες (Μ.ο:3,23). Θεωρούμε ότι ο μέσος όρος αφορά σε γονείς, που ευελπιστούν οι σχολικές μονάδες να πείσουν τα παιδιά να επισκέπτονται την Πινακοθήκη και στον ελεύθερο χρόνο. Όσον αφορά στη δημόσια Βιβλιοθήκη, οι μέσοι όροι ταυτίζονται με αυτούς της Πινακοθήκης. Για τη Βιβλιοθήκη «Ανθός» του Φουγάρου, οι ερωτώμενοι θεωρούν πως η δωρεάν είσοδος(Μ.ο:3,63), θα ήταν επιπρόσθετο κίνητρο για τη συμμετοχή των παιδιών σε δράσεις. Το ίδιο ισχύει και για το μουσείο «Σταθμός» του ΠΛΙ. Η δωρεάν είσοδος στον Κινηματογράφο θα ήταν ισχυρό κίνητρο να τον επισκεφτούν τα παιδιά περισσότερο (Σχήμα 10).



Σχήμα 10: Εν δυνάμει παράγοντες ενεργοποίησης της συμμετοχής των παιδιών

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί που εξετάστηκαν ασχολούνται με τα παιδιά ηλικίας 4-12 ετών. Στα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, ζητήθηκε να αναφέρουν και άλλους πολιτιστικούς χώρους του Ναυπλίου που θεωρούν ότι πρέπει να συμπεριλάβουν στο πρόγραμμά τους και το παιδικό κοινό. Τα αποτελέσματα έδειξαν, πως οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες θεώρησαν πως το Αρχαιολογικό Μουσείο, το Φεστιβάλ Ναυπλίου και το Πολεμικό Μουσείο θα πρέπει στο μέλλον να συμπεριλάβουν τέτοια προγράμματα. Τα ποσοστά του δείγματος κυμαίνονται στα 35,7%, 20% και 18,6% αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, λίγοι ήταν εκείνοι που θεώρησαν πως το Μουσείο Αυτοκίνησης και το Μουσείο Κομπολογιού θα έπρεπε να συμπεριλάβουν προγράμματα για τα παιδιά (ποσοστά 11,4% και 8,6% αντίστοιχα). Τέλος το 5,7%, δεν θεωρεί απαραίτητο να συμπεριλάβουν οι εν λόγω οργανισμοί προγράμματα για το παιδικό κοινό (Σχήμα 11).



Σχήμα 11: Οι εν δυνάμει πολιτιστικοί οργανισμοί για το παιδικό κοινό

Συμπεράσματα-προτάσεις

Η ύπαρξη πολιτιστικών οργανισμών, που απευθύνονται στο παιδικό κοινό με εκπαιδευτικά προγράμματα και βιωματικά εργαστήρια ελεύθερου χρόνου, είναι πολύ σημαντική, καθώς η μύηση στα πολιτιστικά δρώμενα από τη νηπιακή ηλικία εξοικειώνει τα παιδιά με τους πολιτιστικούς χώρους, με αποτέλεσμα όταν μεγαλώσουν να γίνουν πολίτες με πολιτιστικές ενασχολήσεις. Οι μαθητές από το νηπιαγωγείο μέχρι και την τελευταία τάξη του δημοτικού σχολείου είναι πλέον ένα συνηθισμένο κοινό των χώρων πολιτισμού του Ναυπλίου, καθώς οι σχολικές μονάδες πραγματοποιούν συχνές επισκέψεις σε αυτούς. Γι' αυτό το λόγο, πολλά είναι και τα εκπαιδευτικά προγράμματα που εφαρμόζονται γι' αυτή την ηλικιακή ομάδα. Πέρα από τα προγράμματα, που υλοποιούνται με την αρωγή νηπιαγωγών

και δασκάλων, οι πολιτιστικοί χώροι παρέχουν την ευκαιρία στα παιδιά να επενδύσουν δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο τους, συμμετέχοντας σε βιωματικά εργαστήρια ή παρακολουθώντας παιδικές ταινίες. Στην επικοινωνιακή τους πολιτική πολύτιμο εργαλείο αποτελούν οι νέες τεχνολογίες, που διευκολύνουν τη μετάδοση των μηνυμάτων τους και καλλιεργούν πολιτιστικές αξίες με ευφάνταστο και δημιουργικό τρόπο.

Ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 65% από τους συμμετέχοντες στην έρευνά μας θεωρεί ότι οι πολιτιστικοί οργανισμοί που εδρεύουν σε μια ιστορική πόλη με μνήμες για τις νεότερες γενιές, όπως το Ναύπλιο, προσφέρουν ορθολογική ψυχαγωγία μέσα από μια ολιστική εμπειρία των αισθήσεων και διευρύνουν τους παιδικούς ορίζοντες. Δύο βιβλιοθήκες, η μία δημόσια και η άλλη ιδιωτική, μία πινακοθήκη, ένα μουσείο αφιερωμένο στην παιδική ηλικία και ένας κινηματογράφος κάνουν έντονη την παρουσία τους τόσο σε σχολικές μονάδες όσο και σε μεμονωμένους επισκέπτες του Ναυπλίου. Και οι πέντε πολιτιστικοί οργανισμοί ενημερώνουν για τις δράσεις τους με αφίσες σε κομβικά σημεία της πόλης, με προβολή αυτών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με διαφήμιση στα τοπικά μέσα μαζικής επικοινωνίας. Με τον τρόπο αυτό προσελκύουν τους συνοδούς των παιδιών, οι οποίοι αποφασίζουν για τη συμμετοχή των ανήλικων μαθητών στις πολιτιστικές δράσεις τους. Στον κόσμο της ψηφιακής τεχνολογίας, η ραγδαία ανάπτυξη προσέφερε στους πολιτιστικούς οργανισμούς πλήθος σύγχρονων εφαρμογών για την εξυπηρέτηση των διαρκώς αυξανόμενων απαιτήσεων του κοινού, καθώς οι χρήστες είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί σε σχέση με την ποιότητα, τον πλούτο και τη χρησιμότητα των παρεχόμενων πληροφοριών (Ψύλλα, 1991). Κάποιοι οργανισμοί περισσότερο, κάποιοι λιγότερο ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές της εποχής της ψηφιακής τεχνολογίας.

Όσο επιτυχημένη όμως και αν είναι η επικοινωνιακή πολιτική των πολιτιστικών οργανισμών που εξετάσαμε για την προσέλκυση των ενήλικων συνοδών ένα ποσοστό της τάξεως του 35,7% του κοινού επιθυμεί κάποιες αλλαγές. Σύμφωνα με το μοντέλο αξιολόγησης πολιτιστικών προγραμμάτων, την υλοποίηση κάποιου προγράμματος ακολουθεί ολική ή διαμορφωτική αξιολόγηση, που παρέχει πληροφορίες οι οποίες αφορούν στον τρόπο συμπεριφοράς των επισκεπτών, στη διάρκεια της επίσκεψης, στις εστίες ενδιαφέροντος των επισκεπτών, στη χρήση του χώρου, στα θετικά σχόλια, ή στα παράπονα (Μπούνια, 2005). Οι προτάσεις μας ανά πολιτιστικό οργανισμό, είναι απόρροια και των επιθυμιών του κοινού, όπως προέκυψαν από τα δεδομένα της ποσοτικής μας έρευνας.

Δύο πολιτιστικοί οργανισμοί στο Ναύπλιο προσφέρουν δωρεάν τα εκπαιδευτικά προγράμματα. Πρόκειται για την Εθνική Πινακοθήκη-Παράρτημα Ναυπλίου και για τη δημόσια Βιβλιοθήκη «Παλαμήδης». Για την Πινακοθήκη Ναυπλίου και σύμφωνα με ανοιχτή σχετική ερώτηση, θεωρείται απαραίτητο να ενσωματωθούν προγράμματα για τη νηπιακή ηλικία, όπως επίσης να επαναλειτουργήσει το βιωματικό εργαστήριο με τη βοήθεια εθελοντών εικαστικών και μουσειοπαιδαγωγών. Αυτό είναι απαραίτητο και για τη Βιβλιοθήκη «Παλαμήδης», σε συνδυασμό με την ενσωμάτωση του κυβερνητικού μοντέλου στην επικοινωνία, προκειμένου να υπάρχει ανατροφοδότηση ανάμεσα στον οργανισμό και στους αποδέκτες. Καθώς διαβιούμε σε μια εποχή οικονομικής κρίσης, τουλάχιστον τα εκπαιδευτικά προγράμματα στο Μουσείο «Σταθμός» και στη Βιβλιοθήκη «Ανθός» που απευθύνονται σε σχολικές μονάδες, θα μπορούσαν να παρέχονται δωρεάν. Γνωρίζουμε ότι αυτό είναι δύσκολο για ιδιωτικούς οργανισμούς, όπου το κέρδος είναι απαραίτητη προϋπόθεση βιωσιμότητας, όμως θα ήταν εφικτός ένας επαναπροσδιορισμός της τιμής του εισιτηρίου. Ως προς τον κινηματογράφο θα ήταν πολύ σημαντική η δημιουργία μιας ακόμα μικρότερης αίθουσας, με δεδομένο ότι δεν υπάρχει άλλη κινηματογραφική αίθουσα στο Ναύπλιο. Τέλος σύμφωνα με τους ερωτηθέντες ενδείκνυται να επεκταθούν τα εκπαιδευτικά προγράμματα στο Αρχαιολογικό Μουσείο, καθώς σχεδόν το 36% των ερωτηθέντων, το επιθυμεί. Ακολουθεί το Φεστιβάλ Ναυπλίου με ποσοστό 20%, θεωρούμε όμως ότι υπάρχει αντικειμενική δυσκολία συμμετοχής του παιδικού κοινού σε αυτό μέσω σχολικής μονάδας, καθώς το συγκεκριμένο φεστιβάλ γίνεται περί τα τέλη του Ιουνίου, όπου τα νηπιαγωγεία και

τα δημοτικά σχολεία δεν λειτουργούν. Μέσα από την ποσοτική έρευνα διαφαίνεται η επιθυμία των ερωτηθέντων να συμπεριλάβουν στις δράσεις τους, το παιδικό κοινό, άλλοι πολιτιστικοί οργανισμοί του Ναυπλίου, όπως το Μουσείο Αυτοκίνησης, το Πολεμικό Μουσείο και το Μουσείο Κομπολογιού. Θεωρούμε, ότι μελλοντικά αξίζει να διερευνηθούν περαιτέρω οι αιτίες απουσίας εκπαιδευτικών προγραμμάτων από αυτούς τους οργανισμούς, καθώς, επίσης, και τα οφέλη που ενδεχομένως να υπάρχουν για τους μαθητές 4-12 ετών με τη συμμετοχή τους σε ενδεχόμενες πολιτιστικές δράσεις των συγκεκριμένων χώρων πολιτισμού.

Αναφορές

- Babbie, E. (2011). *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*. Γ. Βογιατζής (μτφρ). Αθήνα: Κριτική.
- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. London, Routledge.
- Reussner, E. (2003). Strategic management for visitor-oriented museums. *International Journal of Cultural Policy*, 9, 95-108.
- Hill, L., O' Sullivan N, C. & O' Sullivan, T. (2011). *Creative arts marketing*. (2nd ed). London & New York: Routledge.
- Κάστορας, Σ. & Μαυρουλέας, Ν.(2002). *Αρχές και Μέθοδοι επικοινωνίας*. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Μαρκοπούλου, Ε. (2016). *Ο ρόλος της επικοινωνιακής στρατηγικής στους πολιτιστικούς οργανισμούς: μελέτη περίπτωσης του πολυχώρου πολιτισμού Φουγάρο στο Ναύπλιο ως μοχλού της τοπικής πολιτιστικής ανάπτυξης*. Αθήνα: ΕΑΠ.
- Μπαντιμαρούδης, Φ. (2011). *Πολιτιστική Επικοινωνία: Οργανισμοί, Μέσα, Θεωρίες*. Αθήνα: Κριτική.
- Μπούνια, Α. (2005). Τα μουσεία ως πολιτιστικές βιομηχανίες: Θέματα και προβληματισμοί - Μια προκαταρκτική συζήτηση, στο: Βερνίκος Ν. - Δασκαλοπούλου Σ. κ.ά. (επιμ.) *Πολιτιστικές Βιομηχανίες: Διαδικασίες, Υπηρεσίες και Αγαθά*. Αθήνα: Κριτική, 39-58.
- Οικονόμου, Μ. (2003), *Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα*. Αθήνα: Κριτική.
- Ψύλλα, Μ. (1991). *Η επικοινωνία σαν κοινωνική διεργασία*. Αθήνα: Χαροκόπειος Ανωτάτη Σχολή Οικιακής Οικονομίας.