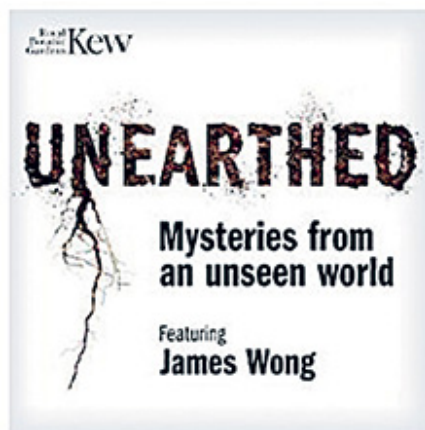


Το νέο «όπλο» των μουσείων

Συντάχθηκε απο τον/την ΠΗΓΗ: ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ
Δευτέρα, 12 Οκτώβριος 2020 10:28 -



Δημοσιογραφικού ή ψυχαγωγικού περιεχομένου, με έρευνες ή προσωπικές ιστορίες, τα podcasts αποκτούν ολοένα και περισσότερους υποστηρικτές.

Γιώτα Συκκά

11.10.2020

Η δουλειά ενός μουσείου και οι εντυπώσεις που δημιουργεί στο κοινό, συχνά κρύβεται στο βιβλίο επισκεπτών του, το οποίο σπανίως ξεφυλλίζουμε. Εκεί γράφονται οι καλές κριτικές αλλά και τα παράπονα για το στήσιμο μιας έκθεσης ή τις υποδομές του.

Η είδηση ότι τα δημόσια μουσεία μας λαμβάνουν από τους ταξιδιώτες εξαιρετικές κριτικές και κατατάσσονται εντός του κορυφαίου 10% των προτεινόμενων τόπων επίσκεψης στο Tripadvisor για το 2020, ήταν ευχάριστη μέσα στο κλίμα της πανδημίας και του δεύτερου κύματος που ζούμε. Στη λίστα των προτιμήσεων του διεθνούς κοινού, που ανακοίνωσε ο Σύλλογος Ελλήνων Αρχαιολόγων, συγκαταλέγονται 31 δημόσια μουσεία μας. Και για να λέμε την αλήθεια, κάποια από αυτά «άκουσαν» πολλά στο παρελθόν για την έλλειψη εκσυγχρονισμού τους.

Τα ελληνικά μουσεία, δημόσια και ιδιωτικά, μέσα στην οικονομική κρίση προσπάθησαν να γίνουν εξωστρεφή, ελκυστικά, να προσεγγίσουν το κοινό τους με διάφορες και συχνές δράσεις, παλεύοντας με παλιές παθογένειες. Επιπλέον, προσπάθησαν να ανταποκριθούν στις νέες προκλήσεις που καθορίζουν τις σύγχρονες κοινωνίες, προβάλλοντας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τη δραστηριότητά τους, ακολουθώντας νέα ψηφιακά μονοπάτια κ.λπ.

Στο εξωτερικό, τα μουσεία αξιοποιούν τα podcasts (ιδιαίτερα δημοφιλή στο νεανικό κοινό) για την επικοινωνία τους. Μια εκπομπή ή μια σειρά ηχογραφημένων επεισοδίων, όπως τα λένε, ελεύθερα σε πλατφόρμες, που ακούει όποιος θέλει, οπουδήποτε. Πρόσφατα, η Europa Nostra διοργάνωσε ένα ενδιαφέρον webinar με τίτλο «Η δημιουργία podcast για την πολιτιστική κληρονομιά», με ομιλήτρια τη Χάνα Χέθμον (συγγραφέα του βιβλίου «Το μουσείο σας χρειάζεται ένα podcast»).

Αρχισαν να αναπτύσσονται όλο και περισσότερο από το 2004 (Apple, Google, Spotify). Δημοσιογραφικού περιεχομένου ή ψυχαγωγικού, με έρευνες ή προσωπικές ιστορίες, αποκτούν ολοένα και περισσότερους υποστηρικτές. Στις ΗΠΑ, από το 2014 έως σήμερα, πάνω από το 30% των ενηλίκων ακούν σε μηνιαία βάση. Πρόκειται για μια διαρκώς αναπτυσσόμενη βιομηχανία, που με τον συγκεκριμένο ρυθμό ανάπτυξης μπορεί να διπλασιαστεί έως το 2023.

Το ενδιαφέρον στην περίπτωση τους, υποστηρίζει η Χέθμον, είναι ότι τα podcasts είναι ελεύθερα σε πολλές πλατφόρμες και σχεδιασμένα έτσι ώστε να τα ακούει κανείς όπου και αν βρίσκεται: στο σπίτι, στο μετρό, σε περίπατο, στο αυτοκίνητο κ.λπ. Στη Βρετανία, το 12% των ενηλίκων ακούει εβδομαδιαίως podcast, με τους ακροατές να έχουν διπλασιαστεί την τελευταία πενταετία. Το 2018 και το 2019 καταγράφηκε αύξηση κατά 5%. Ειδικότερα την περίοδο της καραντίνας παρατηρήθηκε μια έκρηξη ενδιαφέροντος για αυτά τα διαθέσιμα ψηφιακά αρχεία.

Μεγαλύτερη ανάπτυξη παρουσιάζουν στη Χιλή, στο Περού, στην Αργεντινή και στο Μεξικό. Στη Νότια Κορέα podcasts ακούει το 58% των κατοίκων, στην Αυστραλία το 22%, στην Ισπανία το 40%, στη Σουηδία το 36%.

Με επιλογή στόχου

Podcasts κάνουν πολλά μεγάλα μουσεία του εξωτερικού, ανάμεσά τους το Stedelijk Museum και το Van Gogh Museum στο Αμστερνταμ, το SMK στη Δανία, το Smithsonian Museum στις ΗΠΑ. Οσο για το Met, στην ιστοσελίδα του σημειώνει ότι οι ακροατές και οι επισκέπτες του γίνονται άμεσα ενεργοί συμμετέχοντες, βιώνοντας μια πιο οικεία σχέση με τα έργα τέχνης και τις γκαλερί.

Γιατί να κάνει podcast ένα μουσείο; Γιατί είναι εύκολα προσβάσιμο, είναι άμεσο ή, όπως τονίζει η Χάνα Χέθμον, επειδή «έχεις κάποιον στα αυτιά σου να σου λέει μια ιστορία». Ο ενδιαφερόμενος πολιτιστικός οργανισμός, για να δημιουργήσει ένα podcast, πρώτα επιλέγει τον στόχο του: τι θέλει να πετύχει, σε ποιους να απευθυνθεί και κυρίως να προσέξει ποιες ιστορίες του δεν έχουν ειπωθεί από τα διαδικτυακά μέσα που χρησιμοποιεί. Για πολλά ευρωπαϊκά μουσεία, είναι ένα νέο «όπλο» προβολής τους.

Οι ιστορίες ενός podcast πρέπει να είναι απλές, περιεκτικές, σαφείς. Τα θέματα πρωτότυπα και ελκυστικά, να κινούν την περιέργεια του ακροατή και εκείνος να νιώθει ότι πρέπει οπωσδήποτε να ακούσει ακόμα ένα επεισόδιο. Να τι έκανε το Stedelijk Museum στη Φρανκφούρτη: επειδή δεν μπορούσε να δημιουργήσει ένα podcast για όλα τα έργα Βίνσεντ βαν Γκογκ που κατέχει, επικεντρώθηκε σε ένα, στο θρυλικό «Πορτρέτο του δρος Gachet», που εξαφανίστηκε πριν από τρεις δεκαετίες. Η σειρά podcast «Finding Van Gogh» εστιάζει στην ιστορία του πίνακα, θέτοντας το ερώτημα «πού είναι τώρα το αριστούργημα;».

Το νέο «όπλο» των μουσείων

Συντάχθηκε απο τον/την ΠΗΓΗ: ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ
Δευτέρα, 12 Οκτώβριος 2020 10:28 -
