

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ



## Πτυχιακή εργασία

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

ΓΙΑ ΤΟ ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Ανδρέας Δημητρίου

Λεμεσός 2014

Την Πτυχιακή Εργασία την αφιερώνω στην αγαπημένη μου γιαγιά και στον αγαπημένο μου θείο Χρύσανθο τους οποίους έχω μέσα στην καρδιά μου, καθώς και στην μητέρα μου η οποία με στήριξε καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

## **Πτυχιακή εργασία**

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

ΓΙΑ ΤΟ ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Ανδρέας Δημητρίου

Σύμβουλος καθηγήτρια  
Δρ. Θεοπίστη Λ. Στυλιανού

Λεμεσός 2014

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Ανδρέας Δημητρίου, 2014

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την Δρ. Κ. Θεοπίστη Λ. Στυλιανού, για την πολύτιμη της βοήθεια και στήριξη καθ' όλη την διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας, καθώς και το προσωπικό του Κυπριακού Μουσείου για την θετική τους ανταπόκριση. Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω το δημιουργό της μουσικής επένδυσης για τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, το Garden Café για την παραχώρηση του χώρου και όλα τα άτομα που συμμετείχαν στις Ομάδες Εστίασης αλλά και τα άτομα που συμμετείχαν στην υλοποίηση της Διαφημιστικής Καμπάνιας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το Μουσείο αναμφίβολα αποτελεί κόσμημα πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε λαού. Μέσα από το Μουσείο φαίνεται η ταυτότητα και η κουλτούρα που διέπει ένα λαό και αναπτύσσει στο κοινό το πνευματικό και μορφωτικό του υπόβαθρο. Η Κύπρος αν και πλούσια σε ιστορία και πολιτισμό αντιμετωπίζει σημαντικό πρόβλημα με την επισκεψιμότητα στο Κυπριακό Μουσείο (Αρχαιολογικό Μουσείο), το Μουσείο της χώρας μας, και όχι από τουρίστες, αλλά από τους ντόπιους κατοίκους, όχι μόνο της Λευκωσίας, αλλά και της Κύπρου γενικότερα. Σκόπος αυτής της εργασίας είναι ο σχεδιασμός διαφημιστικής καμπάνιας για το Κυπριακό Μουσείο που θα έχει ως σκοπό την προσέλκυση Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών. Η πτυχιακή εργασία θα χωριστεί σε τρία μέρη.

Στο πρώτο μέρος θα μελετηθούν βασικές αρχές και θεωρίες σχετικά με τον ορισμό της διαφήμισης όπως πρωτοτυπία, δημιουργικότητα, λειτουργικότητα καθώς και σχολιασμός επιτυχημένων διαφημιστικών καμπανιών διαφόρων μουσείων που έγιναν στο παρελθόν.

Στο δεύτερο μέρος θα συζητήσω την χρήση ημι-δομημένων ομάδων εστίασης (focus groups), να συλλέξω τα στοιχεία που χρειάζονται για την περάτωση του έργου και να πάρω απαντήσεις σε βάθος κάτι που δεν θα μπορούσε γίνει μέσω των ερωτηματολογίων. Σκοπός των συνεντεύξεων είναι να μελετηθούν οι αντιλήψεις των νέων ηλικίας 18 με 35 ετών για το Κυπριακό Μουσείο, αλλά και οι απόψεις του προσωπικού του Μουσείου σχετικά με την επισκεψιμότητα των Κυπρίων.

Στο τρίτο μέρος θα αναλύσω τα δεδομένα και θα υλοποιήσω την σχεδιαστική καμπάνια βάση των αποτελεσμάτων που πήρα από τις ομάδες εστίασης, και θα την επαναξιολογήσω, έτσι ώστε να εντοπιστούν λάθη που μπορεί να υπάρχουν και να επανασχεδιαστεί.

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

Παρουσιάζονται συνοπτικά όλες οι σημαντικές συντομογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί στο κείμενο της πτυχιακής π.χ.:

Ερευ	Ερευνητής
Αναδ	Αναδυόμενη Ερώτηση
Σ1-Σ4	Συμμετέχοντες 1-4
Συμμ	Συμμετέχοντας
κ.ά.	και άλλα

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Στην περίπτωση χρήσης ορολογίας από ξενόγλωσση βιβλιογραφία, η οποία δεν έχει αποδοθεί επισήμως στην ελληνική γλώσσα, μπορεί να αναφερθεί σε αυτήν την ενότητα η απόδοση στην ελληνική που θεωρείται περισσότερο δόκιμη. π.χ.:

Focus Groups	Ομάδες Εστίασης
Spot	Φιλμάκι
Billboards	Πινακίδες
Site	Σελίδα
Promotion	Προώθηση
Events	Εκδηλώσεις

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	σελ.8-20
<b>1. Μεθοδολογία</b> .....	σελ.20-29
1.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	σελ.20
1.2 Ομάδες Εστίασης (Focus Groups).....	σελ.20
1.3 Ομάδες εστίασης για την επισκεψιμότητα του Μουσείου.....	σελ.22
1.4 Σχολιασμός αποκωδικοποιημένης συνέντευξης με το προσωπικό για την επισκεψιμότητα του Μουσείου (βλέπε παράρτημα 1).....	σελ.22
1.5 Σχολιασμός αποκωδικοποιημένης συνέντευξης από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών για την επισκεψιμότητα του Μουσείου (βλέπε παράρτημα 2).....	σελ.25
1.6 Λογισμικά.....	σελ.29
<b>2. Αποτελέσματα</b> .....	σελ.29-42
2.1 Πρώτη εφαρμογή Διαφημιστικής Καμπάνιας.....	σελ.29
2.2 Εφαρμογές.....	σελ.31
2.3 Προσωπικός σχολιασμός της Διαφημιστικής Καμπάνιας.....	σελ.39
2.4 Σχολιασμός Διαφημιστικής Καμπάνιας από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών.....	σελ.39
2.5 Τελική εφαρμογή Διαφημιστικής Καμπάνιας.....	σελ. 42
<b>3. Συμπεράσματα</b> .....	σελ.42
<b>4. Μελλοντικοί στόχοι</b> .....	σελ.43
<b>5. Βιβλιογραφία</b> .....	σελ.44
<b>6. Παραρτήματα</b> .....	σελ.46-81
6.1 Παράρτημα 1- Αποκωδικοποιημένη συνέντευξη από το προσωπικό για την επισκεψιμότητα του Μουσείου.....	σελ. 46
6.2 Παράρτημα 2 - Αποκωδικοποιημένη συνέντευξη από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών για την επισκεψιμότητα του Μουσείου.....	σελ.66
6.3 Παράρτημα 3 - Πίνακας Εικόνων.....	σελ.81
<b>7. Εποπτικά μέσα</b> .....	σελ. 81
7.1 Σελίδα του Κυπριακού Μουσείου στο facebook (αδημοσίευτη).....	σελ.81

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η διαφημιστική καμπάνια είναι το μέσο προβολής ενός οργανισμού, μιας εταιρείας ή ενός προϊόντος που σκοπό έχει να ενημερώσει, να ευαισθητοποιήσει ή να αφυπνήσει το καταναλωτικό κοινό. Τα πιο κάτω άρθρα εξηγούν πως μια διαφημιστική καμπάνια μπορεί να γίνει πιο δημιουργική και πιο αποτελεσματική, καθώς και το αν η έντυπη διαφήμιση είναι πιο λειτουργική από την ψηφιακή.

Σύμφωνα με τον Bas van den Putte (2009) οι τρεις βασικοί παράγοντες που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών εκστρατειών είναι η στρατηγική με την οποία μεταδίδεται το μήνυμα στο καταναλωτικό κοινό, οι διαφημιστικές δαπάνες και η προηγούμενη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η μελέτη αυτή διερεύνησε την σχετική ισχύ του καθενός από αυτούς τους παραγόντες. Λήφθηκαν υπόψη τέσσερις πιθανοί στόχοι της εκστρατείας: ανάκληση της εκστρατείας, απήχηση της εκστρατείας στο κοινό, ανάκληση της εταιρικής ταυτότητας και η πρόθεση του κοινού να αγοράσει το διαφημιζόμενο brand ή να επισκεφθεί μια έκθεση, ένα μουσείο. Μετά την έρευνα που έγινε για την επίδραση προηγούμενων αγοραστικών συμπεριφορών, αποδείχθηκε ότι το αποτέλεσμα της στρατηγικής για τη μετάδοση του περιεχόμενου του μηνύματος έχει σημαντική επίδραση. Η πιο αποτελεσματική στρατηγική της μετάδοσης του μηνύματος διαφέρει ανάλογα με το στόχο της εκστρατείας, αλλά η συνολική ευαισθητοποίηση και οι αρεστές στρατηγικές είναι πιο αποτελεσματικές.

Σύμφωνα με τους Werner Reinartz και Peter Saffert (2013) δημιουργικότητα είναι η κατάσταση η οποία μπορεί να οδηγήσει τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν και να του κινεί το ενδιαφέρον, όπως έδειξαν εργαστηριακές επιστημονικές μελέτες. Η πρωτοτυπία περιλαμβάνει χαρακτηριστικά και στοιχεία τα οποία δε βλέπουμε πολύ συχνά. Είναι το συστατικό που κάνει τη διαφήμιση μοναδική. Η ευελιξία είναι πολύ σημαντική εξίσου στη διαφήμιση, γιατί δίνει στο προϊόν και οτιδήποτε διαφημίζουμε διάφορες χρήσεις και ιδέες, ξεδιπλώνοντας έτσι την ποικιλομορφία του, εμπλουτίζοντας τη διαφήμιση. Η δημιουργικότητα δεν είναι η ίδια σε όλες τις διαφημίσεις αλλά διαφέρει. Σε διαφημίσεις καφέ και αναψυκτικών η δημιουργία βρίσκεται σε πολύ ψηλά επίπεδα, ενώ σε προϊόντα προσωπικής φροντίδας οι διαφημιστές επικεντρώνονται στη χρήση του.

Η δημιουργικότητα δεν είναι εύκολο να επιτευχθεί, αλλά όταν συνδυαστεί μαζί με τα άλλα χαρακτηριστικά μπορεί να αυξήσει τα κέρδη και την επιτυχία της καμπάνιας.

Σύμφωνα με τους Guangping Wang et al (2013) η δημιουργικότητα είναι πολύπλευρη και μια πτυχή της πρέπει να είναι η πρωτοτυπία. Για να θεωρηθεί ένα έργο ως δημιουργικό πρέπει να είναι καινούργιο και αδοκίμαστο. Ως δεύτερη διάσταση είναι η σκοπιμότητα, το ενδιαφέρον και η χρήση για να ολοκληρωθεί μια ιδέα στο χέρι. Για να θεωρηθεί ένα έργο κατάλληλο εξαρτάται από τους στόχους του και το ίδιο το έργο. Η δημιουργικότητα στη διαφήμιση αποτελεί ξεχωριστό είδος, αφού υπάρχουν δύο βασικοί παράγοντες που διέπουν τη διαφήμιση, το προϊόν και το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Η δημιουργικότητα πρέπει να θεωρείται ένα πολύπλευρο κατασκεύασμα με το πιο βασικό στοιχείο την πρωτοτυπία, συμπεριλαμβανομένης και της καταλληλότητας. Η εστίαση στην πρωτοτυπία βοηθά στην αποφυγή σύγχυσης και προβληματισμού. Έτσι το προϊόν θα ξεχωρίσει στον ανταγωνισμό και θα αυξηθούν τα κέρδη. Με αυτό τον τρόπο η πρωτοτυπία δίνει θετική επιρροή στο καταναλωτικό κοινό.

Σε μια άλλη έρευνα οι Robert Heath και Paul Feldwick (2008) χρησιμοποίησαν το πείραμα που έκαναν οι Heath & McDonald το 2007. Θέλοντας να ερευνήσουν αν η έντυπη διαφήμιση είναι πιο αξιόπιστη από την ψηφιακή, πήραν μια ομάδα από ανθρώπους οι οποίοι δεν γνώριζαν για το πείραμα για να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα. Οι συμμετέχοντες διάβασαν πρώτα εφημερίδα και μετά παρακολούθησαν τηλεόραση. Μετά το τέλος του πειράματος παρακολούθησαν ένα επεισόδιο που περιείχε τρία διαλείμματα, που το καθένα είχε πέντε διαφημίσεις, χωρίς να γνωρίζουν οι συμμετέχοντες ότι το πείραμα είχε να κάνει με τη διαφήμιση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η μέση προσοχή προς την τηλεοπτική διαφήμιση ήταν το 1/3 και το μισό που καταβάλλεται προς την έντυπη διαφήμιση. Αυτό οφείλεται στο ότι το διάβασμα στον τύπο ήταν πιο συστηματικό και σπάνια το μάτι περιπλανείται άσκοπα στο χαρτί και τα θέματα δεν είναι μακριά σε σχέση με την τηλεόραση που είναι σε απόσταση.

Σύμφωνα με την Δρ. Θεοπίστη Στυλιανού-Λάμπερτ (2006) οι Κύπριοι δεν διαφέρουν πολύ από ανθρώπους άλλων εθνικοτήτων όσο αφορά την συχνότητα με την οποία επισκέπτονται τα μουσεία, ταξιδεύουν πολύ στο εξωτερικό, συνδυάζουν το ταξίδι τους με επίσκεψη στο μουσείο της κάθε χώρας και αναπόφευκτα τα συγκρίνουν με το Κυπριακό Μουσείο. Οι Κύπριοι έχουν την τάση να αποφεύγουν να επισκέπτονται τα

κυπριακά μουσεία, όμως ευχαρίστως επισκέπτονται τα μουσεία ξένων χωρών. Υπάρχει ανάγκη να αναπτυχθούν προγράμματα και τεχνικές για να κάνουν τα κυπριακά μουσεία πιο ορατά, προσβάσιμα και να αλλάξει η αρνητική αντίληψη για το Κυπριακό μουσείο από τους Κύπριους πολίτες έτσι ώστε να αυξηθεί η επισκεψιμότητα. Επίσης, πρέπει τα κυπριακά μουσεία να διαφημίζονται περισσότερο, να έχουν πιο ενδιαφέρον εκθέσεις, πιο ευχάριστο περιβάλλον, πιο φιλικές προσεγγίσεις και περισσότερες επεξηγήσεις σε μορφή πινακίδων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Με αυτό τον τρόπο οι Κύπριοι πολίτες θα επισκέπτονται αποτελεσματικά τα κυπριακά μουσεία και όχι μόνο οι περιστασιακοί τουρίστες.

[Stylianou L. T., 2006]

### A Russian Museum of Architecture's Smart Ad Campaign



Εικ. 1: Saatchi & Saatchi, *Discover the full story*, 2013, Αφίσα

Η πιο πάνω καμπάνια είναι μια πολύ σοβαρή δουλειά που έγινε από τους Saatchi & Saatchi στην Ρωσία για το Κρατικό Μουσείο Αρχιτεκτονικής της Μόσχας. Το concept της καμπάνιας είναι πολύ έξυπνο, αφού στην καμπάνια προβάλλονται πολύ σημαντικά ιστορικά κτίρια της Ρωσίας, αφού είναι άμεσα συνδεδεμένα με την ιστορία και τον πολιτισμό της Ρωσίας, όπως ο καθεδρικός ναός του Αγίου Βασιλείου, το Κρατικό Πανεπιστήμιο της Μόσχας και το Θέατρο Μπολσόι, τα οποία φαίνεται να προεκτείνονται μέσα στο έδαφος. Ο λόγος που οδήγησε τους δημιουργούς της συγκεκριμένης καμπάνιας να έχουν αυτό το concept, είναι επειδή θέλουν να δείξουν στον κόσμο ότι αυτό που βλέπουν είναι επιφανειακό, λες και νιώθεις ότι έχεις ανακαλύψει το υπόγειο ενός κτιρίου, αλλά στην ουσία μόλις έχει ανακαλύψει ότι βρίσκεσαι στην σοφίτα και έχεις εξοικιωθεί μόνο με αυτή. Για να μπορέσεις να ανακαλύψεις την πραγματική αξία και την σημαντικότητα που έχουν τα κτίρια αυτά πρέπει να τα ερευνήσεις και να τα μελετήσεις περισσότερο. Η καμπάνια ολοκληρώνεται με την κόκκινη γραμμή με τίτλο “Discover the Full Story,” κάνοντας έτσι τον κόσμο να προσεγγίσει το μουσείο με θετική σκέψη και να μελετήσει σε βάθος την ιστορία και την υπόσταση των κτιρίων αυτών της Ρωσίας, αφού μιλάμε για ιστορία χιλιάδων χρόνων. Η Ιρίνα Korobyina, Διευθύντρια του Shchusev Κρατικού Μουσείου Αρχιτεκτονικής ανέφερε πως αυτό που έθεσαν στους δημιουργούς της καμπάνιας Saatchi & Saatchi ήταν “να δείξουμε στους ανθρώπους ότι υπάρχουν πολλά σημαντικά και περίεργα πράγματα να μάθουν όλοι”.

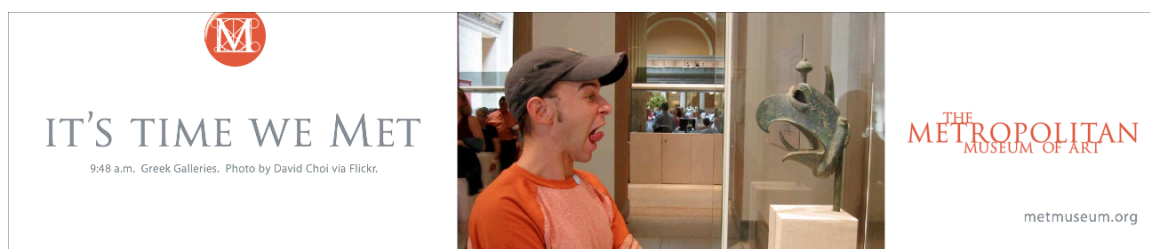
[ Starr 2013, διαδίκτυο], [Saatchi & Saatchi 2013, διαδίκτυο]

Πιστεύω πως αυτό που κάνει την Καμπάνια τόσο πετυχημένη δεν είναι μόνο το ότι υπάρχει ένα πολύ έξυπνο σκεπτικό πίσω από την φιλοσοφία αυτής της Καμπάνιας, αλλά επίσης πολύ σημαντικό είναι και το αποτέλεσμα που προκύπτει, μια εικόνα με εξαιρετική αισθητική προκαλώντας έτσι το κοινό να επισκευθεί το Μουσείο, αφού εκπέμπει μυστήριο, δέος, τελειότητα, και συναίσθημα εμπιστοσύνης. Έτσι, όταν υπάρχει ένα σωστό και ξεκάθαρο σκεπτικό πίσω από μια διαφήμιση σε συνδιασμό με την επαγγελματική τελειότητα, το αποτέλεσμα μπορεί να είναι πολύ επιτυχημένο και μοναδικό.

## It's time we met



εικ. 2: Διαφημιστικό γραφείο, *it's time we met*, 2009, Αφίσα



εικ. 3: Διαφημιστικό γραφείο, *it's time we met*, 2009, Αφίσα



IT'S TIME WE MET

12:07 p.m. Oceanic Galleries. Photo by Ellen Wright via Flickr.

THE  
METROPOLITAN  
MUSEUM OF ART

metmuseum.org



εικ. 4: Διαφημιστικό γραφείο, *it's time we met*, 2009, Αφίσα

Η Καμπάνια του Μουσείου Metropolitan της Νέας Υόρκης είναι επίσης ένα πολύ καλό παράδειγμα το οποίο αξίζει να σχολιασθεί. Σκοπός αυτής της καμπάνιας ήταν η προώθηση του Μουσείου με τίτλο *It's time we met* δηλαδή στα ελληνικά “ώρα να γνωριστούμε”, θέλοντας να περάσει την εντύπωση στον κόσμο ότι το Μουσείο είναι ένας φιλόξενος χώρος όπου μπορείς να περάσεις δημιουργικά τον χρόνο σου, αλλά συνάμα και ευχάριστα.

Όλα ξεκίνησαν από την στιγμή που η Laura P. Russell πήρε ένα στιγμιότυπο με τους γονείς της, Gene και Cindy, που φιλιόντουσαν μπροστά από το γλυπτό του Ροντέν "Αιώνια Άνοιξη" στο Metropolitan Museum of Art ένα Σάββατο βράδυ, χωρίς να γνωρίζει ότι αυτή η κίνησή της θα μετατρέπεται σε μια καμπάνια, όπου θα μπορούσες να δεις την φωτογραφία της σε στάσεις λεοφωρείων, και στις λεοφόρους της Νέας Υόρκης, όταν θα την αναρτούσε στο flickr.com, μια ιστοσελίδα στην οποία μοιράζεσαι φωτογραφίες. Έτσι ξεκινώντας από την Παρασκευή αυτή η φωτογραφία μαζί με άλλες δώδεκα που λήφθηκαν στο Μουσείο και αναρτήθηκαν και αυτές στο flickr.com, αποτέλεσαν το κέντρο μιας νέας καμπάνιας. Κάθε φωτογραφία έχει τον τίτλο *It's time we met* και δίνει έμφαση στις συλλογές του Μουσείου. Τον 19ο αιώνα οι άνθρωποι

ζωγράφιζαν τα εκθέματα στις γκαλερύ είτε ο Tomas Kampel και τώρα οι άνθρωποι βγάζουν φωτογραφίες και τις ανεβάζουν.

[Vogel C 2009, διαδίκτυο]

Πιο κάτω ακολουθούν κάποια σχόλια και εντυπώσεις από ένα συμμετέχοντα του διαγωνισμού, ονομαζόμενο A. H. Buchbinder.

Όπως αναφέρει ο A. H. Buchbinder διασκεδάζει πάντα σε μουσεία, αλλά δεν είχε ποτέ διασκεδάσει τόσο σε ένα μουσείο, λόγω της διαφημιστικής καμπάνιας. Το χειμώνα του 2009 το Metropolitan Museum of Art ξεκίνησε μια λαμπρή καμπάνια/διαγωνισμό φωτογραφίας, με τίτλο «Ωρα να γνωριστούμε». Ο διαγωνισμός ενθάρρυνε τους ανθρώπους να έρθουν στις μόνιμες συλλογές και να τραβήξουν φωτογραφίες από την εμπειρία τους. Επιλέχθηκε η καλύτερη φωτογραφία και χρησιμοποιήθηκε στην διαφημιστική καμπάνια.

Η εκστρατεία ήταν τέλεια προσανατολισμένη προς την νέα γενιά και την αίσθηση της διασκέδασης. Στη νέα γενιά της αρέσει να συμμετέχει ενεργά και να μοιράζεται τις εμπειρίες με φίλους. Το Μουσείο ζητούσε από τους επισκέπτες να ανεβάσουν τις φωτογραφίες που έχουν τραβήξει για το διαγωνισμό στο Flickr. Αντί να λέει "στείλτε μας μια φωτογραφία σας", το Μουσείο ενθάρρυνε την διασκέδαση για να συνεχιστεί μετά από ένα ταξίδι. Καθώς ο κόσμος ανέβαζε τις φωτογραφίες, μπορούσε να δει πως ήταν επίσκεψη του καθενός. Οι φωτογραφίες ήταν καταπληκτικές και καθιστούσαν σαφές ότι λαμβάνονται χιλιάδες διαφορετικές εμπειρίες για το ίδιο μουσείο.

Ήταν κατάπληκτος καθώς ο φωτογραφικός διαγωνισμός μετέτρεψε την εμπειρία του από τη συλλογή του Μουσείου. Πηγαίνει συχνά στο Μουσείο και για κανένα συγκεκριμένο λόγο. Έχει λίγο ελεύθερο χρόνο και δεν θέλει να τον ξοδεύει διαβάζοντας σε κάποιο καφέ. Συχνά περιφέρεται άσκοπα σε ειδικές εκθέσεις ή απλά κάνει μια βόλτα μέσα από τις μόνιμες συλλογές. Διασκεδάζει με ένα ήσυχο και παθητικό τρόπο. Γι 'αυτό το διαγωνισμό, κάλεσε δύο φίλες του, την Patty και την Abby, για να πάνε μαζί του και να πάρουν στιγμιότυπα. Αποδείχθηκε ότι η λήψη μιας καλής φωτογραφίας για το διαγωνισμό ήταν πολύ πιο δύσκολη από ό, τι νόμιζαν! Η επίσκεψή τους μετατράπηκε σε ένα κυνήγι φωτογράφισης, κάνοντάς τους να εξετάσουν τη συλλογή με ένα νέο και δημιουργικό τρόπο.

[Buchbinder 2009, διαδίκτυο]

Διαφημιστική Καμπάνια της έκθεσης  
«anThrOPOS πρόσωπα της Κύπρου ανά τους αιώνες» του Κυπριακού Μουσείου

Cyprus Museum



# anThrOPOS

## Faces of Cyprus through the Ages

Ancient Art - Terracotta and Stone Faces

Porphyrios Dikaios - Photographs 1933-1956

Haris Epaminonda - 'Chronicles' (2010-ongoing), 2012

18 May 2012 - 03 March 2013

Cyprus Museum - Special Exhibition Hall

1 Museum Avenue, Nicosia 1516 | Tel: 22865854  
www.mcw.gov.cy/da | antiquitiesdept@da.mcw.gov.cy



DEPARTMENT  
OF ANTIQUITIES

εικ. 5: Lara Alphas, *AnThrOPOS*, 2012, Αφίσα

## Κυπριακό Μουσείο



# anThrOPOS

Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες

Αρχαία Τέχνη - Πήλινα και Λίθινα Πρόσωπα

Πορφύριος Δίκαιος - Φωτογραφίες 1933-1956

Χάρις Επαμεινώνδα - 'Chronicles' (2010-εν εξελίξει), 2012

18 Μαΐου 2012 - 18 Ιανουαρίου 2013

Κυπριακό Μουσείο - Αίθουσα Περιοδικών Εκθέσεων

Μουσείου 1, Λευκωσία 1516 | Τηλ: 22865854  
www.mcw.gov.cy/da | antiquitiesdept@da.mcw.gov.cy



εικ. 6: Lara Alphas, *AnThrOPOS*, 2012, Αφίσα



Εικ. 7: Χαράλαμπος Αρτέμης, Έκθεση: *anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες*, 2012, φωτογραφία



Εικ. 8: Χαράλαμπος Αρτέμης, Έκθεση: *anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες*, 2012, φωτογραφία



Εικ. 9: Χαράλαμπος Αρτέμης, Έκθεση: *anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες*, 2012, φωτογραφία

Από τις πρόσφατες προσωρινές εκθέσεις του Κυπριακού Μουσείου ξεχωρίζει η έκθεση “Άνθρωπος” (2013). Η έκθεση αυτή φιλοξενήθηκε από το Κυπριακό Μουσείο για ένα αρκετά μεγάλο διάστημα και παρουσίαζε εκθέματα όπως γλυπτά με διάφορες κομμώσεις, τατουάζ, καλύμματα κεφαλής κ.ά. Η σύγχρονη έκθεση ήταν μια προσέγγιση της Χάρις Επαμηνώνδα.

Σύμφωνα με τον διαδικτυακό τόπο *Παράθυρο-λοξές ματιές στον πολιτισμό* «η έκθεση “anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες” εγκαινιάστηκε στο Κυπριακό Μουσείο τον περσινό Μάιο και είχε σκοπό να δείξει πώς έμοιαζαν οι αρχαίοι Κύπριοι, αλλά και πώς οι εικόνες τους συναντούν τις σύγχρονες δικές μας. Πρόκειται για μια αναδρομή στην απόδοση της ανθρώπινης μορφής μέσα από τους αιώνες, η οποία αποκαλύπτει την κυπριακή φυσιογνωμία, όπως αυτή ξεδιπλώνεται σε μια χρονική περίοδο από τη Νεολιθική εποχή μέχρι τις μέρες μας. Κι αυτό γιατί τα δείγματα αρχαίας

γλυπτικής της Κύπρου στις προθήκες της αίθουσας του μουσείου βρίσκονται σε διάλογο με φωτογραφικά πορτρέτα του Κύπριου αρχαιολόγου Πορφύριου Δίκαιου της περιόδου 1933-1956 και μια οπτικοακουστική εγκατάσταση της εικαστικού Χάρις Επαμεινώνδα».

Αυτή η έκθεση αναδεικνύει το πώς ο άνθρωπος έχει αλλάξει και διαμορφωθεί με το πέρασμα του χρόνου σε διάφορους τομείς, όπως κοινωνικά και πολιτιστικά, αλλά και στην καθημερινή του ζωή. Μέσα από τα εκθέματα μπορείς να δεις κομμώσεις, καλύμματα κεφαλής ενδυμασίες, κοσμήματα αλλά και τατουάζ.

[Παράθυρο λοξές ματιές στον πολιτισμό 2013, διαδίκτυο]

«Τα πρόσωπα που φέρουν τα πήλινα και λίθινα γλυπτά της έκθεσης μας κοιτάζουν μέσα από το χρόνο. Η φωτογραφική παρέμβαση των νέων εμπνέεται από την πολυεπίπεδη έκθεση στο Κυπριακό Μουσείο: τις πολλαπλές θεματικές των αρχαίων εκθεμάτων (χαρακτηριστικά προσώπου, κομμώσεις, γενειάδες, φρύδια, καλύμματα κεφαλής, κοσμήματα, τατουάζ και βαφές), τα φωτογραφικά πορτρέτα του Πορφύριου Δίκαιου καθώς και την ερμηνεία της αρχαιολογίας μέσα από τη σύγχρονη τέχνη της Χάρις Επαμεινώνδα. Μέσα από τις φωτογραφίες των νέων αναδεικνύονται οι αντιλήψεις τους γύρω από ένα θέμα που συνδέει την καθημερινή ανθρώπινη ύπαρξη με το πέρασμα του χρόνου και οι προβληματισμοί τους για τον τρόπο με τον οποίο οι σύγχρονες πολιτικές, πολιτιστικές και κοινωνικές μεταβολές επηρεάζουν την ανθρώπινη μορφή».

[Τμήμα Αρχαιοτήτων 2013, διαδίκτυο]

Η πιο πάνω διαφημιστική Καμπάνια έχει μια μινιμαλιστική προσέγγιση και σκοπό είχε να προσελκύσει αρκετό κόσμο διαφόρων ηλικιών. Αυτό που κάνει την συγκεκριμένη καμπάνια τόσο ενδιαφέρουσα είναι η χρήση της φωτογραφίας, η οποία παρουσιάζει τα εκθέματα σε κάθε αφίσα. Με λίγα λόγια προιδαίνει το κοινό για το τι πρόκειται να δει στην συγκεκριμένη έκθεση, χωρίς ιδιαίτερες λεπτομέρειες που θα μπορούσαν να προκαλέσουν σύγχυση στο κοινό αλλά και κούραση, αφού ο θεατής σε τέτοιες περιπτώσεις θέλει να βλέπει και να αντιλαμβάνεται άμεσα το γεγονός και τις σημαντικές πληροφορίες, χωρίς να αποσπάται από επιπλέον διακοσμητικά και περιττά στοιχεία. Επίσης, ο δημιουργός της συγκεκριμένης καμπάνιας χρησιμοποίησε serif και san-serif γραμματοσειρά για να διαχωριστούν οι πληροφορίες καθώς και γκριζο φόντο

στο πίσω μέρος των πληροφοριών. Ο τίτλος της έκθεσης είναι γραμμένος με san-serif γραμματοσειρά και οι πληροφορίες με serif γραμματοσειρά. Έτσι, υπάρχει σωστή ιεράρχηση των πληροφοριών που διαδραματίζει σημαντικό παράγοντα στον σχεδιασμό διαφημιστικών καμπανιών. Η συγκεκριμένη έκθεση σημείωσε μεγάλη επιτυχία και αυτό οφείλεται στον σχεδιασμό της διαφημιστικής καμπάνιας, αλλά βέβαια και από τα εκθέματα. Σύμφωνα με το προσωπικό του Κυπριακού Μουσείου σημαντική ήταν και η προσέλευση νεαρών που πήγαν για να δουν τα εκθέματα της έκθεσης.

Τέλος, αυτό που έκανε την Καμπάνια αυτή τόσο πετυχημένη είναι η μινιμαλιστική προσέγγιση του δημιουργού και σωστή επιλογή της γραμματοσειράς, αφού το κοινό έχει συνηθίσει να βλέπει καμπάνιες με ανιαρό περιεχόμενο και γραμματοσειρές που προκαλούν την αίσθηση του βαρετού. Ως αποτέλεσμα, δεν θα υπήρχε η αναμενόμενη προσέλευση του κόσμου στο μουσείο. Με αυτή την πρωτοποριακή προσέγγιση, ο δημιουργός κατάφερε να πείσει το κοινό ότι το Μουσείο δεν είναι αυτό που πολλοί νομίζουν ως ανιαρό, αλλά είναι χώρος που εκτός από γνώση, προσφέρει και ψυχαγωγία.

## **1. Μεθοδολογία**

### **1.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση**

### **1.2 Ομάδες Εστίασης (Focus Groups)**

Το στοχευμένο κοινό είναι Κύπριοι πολίτες ηλικίας 18 με 35 ετών. Το δείγμα είναι σκόπιμο γιατί το κοινό πρέπει να έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που στην περίπτωση αυτή είναι η ηλικία και η καταγωγή.

Τα focus group είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για την συλλογή πληροφοριών που προέρχονται από την μέθοδο των συνεντεύξεων. Τα focus group έχουν συγκεκριμένο σύνολο χαρακτηριστικών: περιλαμβάνουν ομογενείς ανθρώπους με κοινωνική αλληλεπίδραση και ο στόχος των focus group είναι η συλλογή ποιοτικών δεδομένων μέσα από μια στοχευμένη συζήτηση. Η συνέντευξη είναι μια ποιοτική

προσέγγιση για τη συλλογή πληροφοριών. Τα focus group είναι χρήσιμα για γεγονότα και εμπειρίες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από αυτά, για να είναι πιο αξιόπιστα τα δεδομένα με σκοπό να έχουμε όσο το δυνατό καλύτερο αποτέλεσμα. Ακόμη, τα focus group είναι χρήσιμα για την παραγωγή πληροφοριών, για τη δημιουργία ερωτηματολογίων, ανάπτυξη σχεδίων, την εύρεση του πως οι πελάτες παίρνουν αποφάσεις για να χρησιμοποιήσουν μια υπηρεσία/προϊόν ή όχι, την εξέταση νέων προγραμμάτων και ιδεών, και για τη λήψη αποφάσεων.

Η διαδικασία ξεκινά με τον εντοπισμό του στόχου της μελέτης, ακολούθως γίνεται κρίση του κατά πόσο η συνέντευξη από focus group είναι η κατάλληλη μέθοδος για την μελέτη, και έπειτα γίνεται η στόχευση του κοινού από όπου μπορεί να ληφθούν πλούσιες πληροφορίες. Ακολούθως, λαμβάνεται η απόφαση του αριθμού των ατόμων που αποτελούν τα focus group και τέλος λαμβάνονται πληροφορίες από φοιτητές, ερευνητές, πελάτες και το στοχευμένο κοινό για την διαπίστωση τυχόν προβλημάτων και επίλυσή τους.

Στις συνεντεύξεις δεν πρέπει να γίνονται περίπλοκες ερωτήσεις, γιατί προκαλούν σύγχυση στους συμμετέχοντες και είναι απίθανο να αναλυθούν. Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι συζητήσιμες, καθαρές και σύντομες για να οδηγήσουν σε καλό αποτέλεσμα, και επίσης δεν πρέπει να μοιάζουν όλες μεταξύ τους. Υπάρχουν πέντε τύποι ερωτήσεων: opening, introductory (εισαγωγικές), transition (μεταβατικές), key (κλειδί) και ending (καταληκτικές). Επίσης, οι ερωτήσεις πρέπει να είναι εύκολο να ειπωθούν, να περιλαμβάνουν λέξεις που θα χρησιμοποιούσαν οι συμμετέχοντες για τη συζήτηση του θέματος. Η πορεία των ερωτήσεων πρέπει να έχει εύκολο ξεκίνημα στη συζήτηση, να έχει αλληλουχία και να μετακινείται από το γενικό θέμα στο συγκεκριμένο και να χρησιμοποιεί το διαθέσιμο χρόνο με σοφό τρόπο. Τα βήματα της διαδικασίας που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη της πορείας των ερωτήσεων (questioning route) είναι: η ιδεοθύελλα (brainstorming), η διατύπωση των ερωτήσεων, η αλληλούχιση των ερωτήσεων, ο υπολογισμός του χρόνου για τις απαντήσεις των ερωτήσεων, η απόκτηση ανατροφοδότησης από άλλους μη συμμετέχοντες (getting feedback), και η δοκιμή (testing) των ερωτήσεων.

[Krueger, R. A. και Casey, M. A., 2000, σελ: 3-93]

### **1.3 Ομάδες εστίασης για την επισκεψιμότητα του Μουσείου**

Στις 5 Δεκεμβρίου 2013 πραγματοποιήθηκε ομαδική συνέντευξη με το προσωπικό του Κυπριακού Μουσείου με σκοπό να μελετηθούν οι παρατηρήσεις σχετικά με την επισκεψιμότητα των νέων Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών (focus groups) να εντοπιστεί το πρόβλημα καθώς και τρόπους επίλυσης του. (βλέπε παράρτημα 1)

Στις 30 Δεκεμβρίου 2013 πραγματοποιήθηκε ομαδική συνέντευξη από τέσσερις νέους Κύπριους πολίτες ηλικίας 18 με 35 ετών (focus groups) έτσι ώστε να μελετηθούν οι αντιλήψεις τους σχετικά με την επισκεψιμότητα τους στο Κυπριακό Μουσείο με σκοπό να εντοπιστεί το πρόβλημα και να λυθεί. (βλέπε παράρτημα 2)

### **1.4 Σχολιασμός αποκωδικοποιημένης συνέντευξης με το προσωπικό για την επισκεψιμότητα του Μουσείου (βλέπε παράρτημα 1)**

**Ερευνητικό Ερώτημα:** Ποιά είναι η άποψη του Προσωπικού του Μουσείου όσο αφορά την επίσκεψη στο Κυπριακό Μουσείο;

**Δείγμα:** Το δείγμα ήταν σκόπιμο γιατί η Ομάδα εστίασης (focus group) που πήρα ήταν από άτομα που εργάζονται στο Κυπριακό Μουσείο. Οι συνεντεύξεις που πήρα ήταν από τρεις συμμετέχοντες. Επομένως, οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι πολύ ενδιαφέρουσες, αφού τα άτομα έχουν κατάλληλο μορφωτικό υπόβαθρο και πολύ καλή γνώση γύρω από το Κυπριακό Μουσείο.

#### **Διαδικασία**

Η διαδικασία που ακολούθησα είναι η ομαδική συνέντευξη (focus group) μέσα από την οποία θα αναδυθούν και άλλα ερωτήματα τα οποία θα αναλύσουν το θέμα σε περισσότερο βάθος, έτσι ώστε να μάθουμε πράγματα τα οποία δεν θα τα μαθαίναμε με την χρήση του ερωτηματολογίου. Η συνέντευξη περιείχε 10 διαφορετικές ερωτήσεις (βλέπε παράρτημα 1).

Η Ομαδική εστίαση ήταν χωρισμένη σε τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες μέσα από τις οποίες υπάρχουν οι ερωτήσεις που αφορούν την κάθε κατηγορία. Η ομαδική εστίαση ξεκινά με τις στάσεις και αντιλήψεις, μια πολύ γενική κατηγορία για να μπορεί το κοινό να νιώσει άνετα και να μπει ακολούθως στο θέμα πιο συγκεκριμένα. Ακολουθεί η επισκεψιμότητα στο Κυπριακό Μουσείο, και τέλος η ενότητα διαφήμιση μέσα στην οποία θα μελετηθεί πως το κοινό ενημερώνεται και επικοινωνεί.

## Ανάλυση αποτελεσμάτων

Τα αποτελέσματα είναι χωρισμένα σε πίνακες ανά ερώτημα στους οποίους αναγράφονται οι κωδικοποιήσεις ανά ερώτηση. Δίπλα από κάθε κωδικοποιημένο συμπέρασμα αναγράφεται το αρχικό Σ (Συμμετέχοντας) το οποίο αντιστοιχεί στην απάντηση του κάθε συμμετέχοντα από την οποία αποδικοποιήθηκε η συγκεκριμένη πληροφορία. Εκεί που αναγράφονται δύο απαντήσεις και περισσότερες υπάρχει συμφωνία μεταξύ συμμετεχόντων και είναι πολύ σημαντική, γιατί γίνονται ξεκάθαρα τα συμπεράσματα.

Στον Πίνακα 3 στο ερώτημα « Πόσα άτομα επισκέπτονται το Μουσείο τον χρόνο, σε τι ποσοστό αντιστοιχούν οι τουρίστες και σε τι ποσοστό οι μαθητές;» η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι οι Κύπριοι επισκέπτονται το Μουσείο όταν βρουν χρόνο. Ο (Σ1,Σ2,Σ3) απάντησαν ομόφωνα: *«Τις διακοπές βλέπεις οικογένειες ή τα Σαββατοκυριακά»*

Στον Πίνακα 5 στο ερώτημα «Ποιες είναι οι ηλικίες Κύπριων πολιτών που το επισκέπτονται συνήθως; Παρατηρείτε προσέλευση Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών στο Κυπριακό Μουσείο Λευκωσίας; » η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι στις εκδηλώσεις υπερισχύουν. Ο (Σ1) απάντησε *«Στις εκδηλώσεις υπερισχύουν ή θα έρθουν με φίλους τους ξένους »*

Ενώ ο (Σ2) απάντησε *«στις εκδηλώσεις υπερισχύουν»*

Στον Πίνακα 6 στο ερώτημα « Αν παρατηρείτε μειωμένη προσέλευση Κυπρίων Πολιτών στο Κυπριακό Μουσείο ηλικίας 18 με 15 ετών που πιστεύετε ότι μπορεί να οφείλεται αυτό;» η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι το ωράριο είναι πρόβλημα για την επισκεψιμότητα στο Κυπριακό Μουσείο. Ο (Σ1) απάντησε *«Έχει σχέση το ωράριο, διότι αν ένας μετά την δουλειά, αν είχαμε ένα ωραίο εστιατόριο/καφέ εδώ στο Μουσείο και ήμασταν ανοιχτοί ως τις 8:00 η ώρα, θα μπορούσε να έρθει κάποιος εδώ πέρα να συναντηθεί με κάποιον άλλον στο καφέ του Μουσείου και να δουν και κάτι αν έχει ενδιαφέρον».*

Ενώ ο (Σ3) απάντησε ότι «πιστεύω ότι το ωράριο είναι πολύ σημαντικό, μεν βλέπουμε τώρα που έχει πολλούς άνεργους, δουλεύει αυτές τις ώρες ο κόσμος, ιδιαίτερα σε ιδιωτικές εταιρίες αργούν να φύγουν, οπότε είναι πολύ δύσκολο να το εντάξουν μέσα σε ένα πρόγραμμα».

Και υπήρξε ομοφωνία από τους (Σ1, Σ2, Σ3) ότι οι τουρίστες ενθουσιάζονται με την αρχιτεκτονική μας ενώ οι Κύπριοι όχι. Ο (Σ2) απάντησε ότι «Οι ξένοι, οι Άγγλοι, οι ευρωπαϊκές χώρες πάντα αναγνωρίζουν ότι είναι λίγο παλιάς εποχής το στήσιμο, αλλά ενθουσιάζονται με την ατμόσφαιρα του κτιρίου. Οι Κύπριοι έχουν ακριβώς την αντίθετη άποψη, λένε ότι είναι απαρχαιωμένο, νιώθουν κατάθλιψη».

Ο (Σ1) απάντησε ότι «του Ευρωπαίου, δεν του αρέσει να κατεδαφίζουν ή να φεύγουν από το παλιό και να προσφεύγουν σε ένα καινούριο. Του αρέσει η μοντέρνα εκδοχή του παλιού. Σε μας αυτό το πράγμα δεν υπάρχει».

Ενώ ο (Σ3) απάντησε ότι «Οι Κύπριοι δεν καταφέρνουν να συνδέσουν το παρελθόν με το παρόν τους και το μέλλον τους».

## **Συμπεράσματα**

Σύμφωνα με το προσωπικό του μουσείου όντως υπάρχει πολύ μειωμένη επίσκεψη νεαρών Κύπριων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών και είναι σχεδόν μηδαμινή. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει το μουσείο είναι πολλά, αλλά η κοινωνία δεν το στηρίζει όσο θα έπρεπε. Σύμφωνα με το προσωπικό το κράτος ξοδεύει χρήματα για να υλοποιεί έργα που στοιχίζουν εκατομμύρια ευρώ και στο τέλος παρουσιάζουν προβλήματα, ενώ δεν σκέφτονται ότι πρέπει να κάνουν κάτι και για το Κυπριακό Μουσείο που είναι ένα κόσμημα για την χώρα μας, όπως και κάθε μουσείο στον κόσμο. Οι νέοι όταν το Μουσείο διοργανώνει εκδηλώσεις έχουν μεγάλη ανταπόκριση και υπερισχύουν, αλλά από μόνοι τους δεν επισκέπτονται το μουσείο. Το να αγαπάς το μουσείο είναι μια μορφή διαπαιδαγώγησης η οποία ξεκινά από τους γονείς. Όπως μαθαίνουν τα παιδιά να έχουν τρόπους, έτσι μαθαίνεται και η αγάπη για τα Μουσεία. Σημαντικό πρόβλημα είναι το ωράριο λειτουργίας του Μουσείου, αφού τις ώρες που το μουσείο εργάζεται ο κόσμος δουλεύει και έτσι η προσέλευση Κύπριων πολιτών στο Μουσείο παρατηρείται κυρίως τα Σαββατοκυριακά και τις γιορτές. Αυτόματα δεν

φέρει μόνο ευθύνη ο κόσμος αλλά και το Μουσείο, πράγμα που δεν αρνείται το προσωπικό του Μουσείου. Το διαδίκτυο και η νέα τεχνολογία έχει εισχωρήσει στην ζωή των νέων και το Μουσείο πρέπει να προβληθεί μέσα από αυτό τον νέο τρόπο επικοινωνίας, δείχνοντας έτσι στους νέους ότι το μουσείο είναι ένας οργανισμός που βαδίζει με τα δεδομένα της εποχής μας. Σύμφωνα επίσης με το προσωπικό του Μουσείου η επισκεψιμότητα από τουρίστες είναι μεγαλύτερη, αφού έρχονται οργανωμένα με ταξιδιωτικούς πράκτορες και είναι πάρα πολύ ενθουσιασμένοι. Οι Ευρωπαίοι δεν ξεφεύγουν από το παλαιό αλλά κτίζουν πάνω σε αυτό, όπως το Λούβρο. Οι Γάλλοι δεν έκτισαν νέο Μουσείο, αλλά πρόσθεσαν μια εξαιρετικά επιβλητική και μοντέρνα πυραμίδα που έγινε και το σήμα κατατεθέν του Λούβρου. Αυτό δεν συμβαίνει με τους Κύπριους οι οποίοι δεν θέλουν να κτίσουν πάνω στο παλαιό, αλλά θέλουν να το αφήσουν στο παρελθόν και να κάνουν κάτι εντελώς νέο. Ακόμη, δεν υπάρχει αρκετή προβολή του Μουσείου, επειδή δεν υπάρχει διαθεσιμότητα χρημάτων, έτσι το Μουσείο από μόνο του δεν μπορεί να κάνει και πολλά πράγματα.

### **1.5 Σχολιασμός αποκωδικοποιημένης συνέντευξης από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών για την επισκεψιμότητα του Μουσείου (βλέπε παράρτημα 2)**

**Ερευνητικό Ερώτημα:** Ποιά είναι η άποψη των νέων όσο αφορά την επίσκεψη στο Κυπριακό Μουσείο;

**Δείγμα:** Το δείγμα ήταν σκόπιμο από άτομα ηλικίας 18 με 35 που έχουν πάει στο Κυπριακό Μουσείο. Οι συνεντεύξεις που πήρα ήταν από τέσσερις συμμετέχοντες: από μια τελειόφοιτη μαθήτρια ηλικίας 18 ετών, από ένα φοιτητή κολλεγίου ηλικίας 22 ετών, από ένα φοιτητή πανεπιστημίου ηλικίας 23 ετών και από μια μεταπτυχιακή φοιτήτρια ηλικίας 25 ετών. Επομένως, οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι πολύ ενδιαφέρουσες.

#### **Διαδικασία**

Η διαδικασία που ακολούθησα είναι η ομαδική εστίαση (focus group) μέσα από την οποία θα αναδυθούν και άλλα ερωτήματα τα οποία θα αναλύσουν το θέμα σε περισσότερο βάθος, έτσι ώστε να μάθουμε πράγματα τα οποία δεν θα τα μαθαίναμε με την χρήση του ερωτηματολογίου. Η συνέντευξη περιείχε 12 διαφορετικές ερωτήσεις (βλέπε παράρτημα 2).

Η Ομαδική εστίαση ήταν χωρισμένη σε τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες μέσα από τις οποίες υπάρχουν οι ερωτήσεις που αφορούν την κάθε κατηγορία. Η ομαδική εστίαση ξεκινά με τις στάσεις και αντιλήψεις, μια πολύ γενική κατηγορία, για να μπορεί το κοινό να νιώσει άνετα και να μπει ακολούθως στο θέμα πιο συγκεκριμένα. Ακολουθεί η επισκεψιμότητα στο Κυπριακό Μουσείο, και τέλος η ενότητα διαφήμιση μέσα στην οποία θα μελετηθεί πως το κοινό ενημερώνεται και επικοινωνεί.

### **Ανάλυση αποτελεσμάτων**

Τα αποτελέσματα είναι χωρισμένα σε πίνακες ανά ερώτημα στους οποίους αναγράφονται οι κωδικοποιήσεις ανά ερώτηση. Δίπλα από κάθε κωδικοποιημένο συμπέρασμα αναγράφεται το αρχικό Σ (Συμμετέχοντας) το οποίο αντιστοιχεί στην απάντηση του κάθε συμμετέχοντα από την οποία αποδικοποιήθηκε η συγκεκριμένη πληροφορία. Εκεί που αναγράφονται δύο απαντήσεις και περισσότερες υπάρχει συμφωνία μεταξύ συμμετεχόντων και είναι πολύ σημαντική, γιατί γίνονται ξεκάθαρα τα συμπεράσματα.

Στον Πίνακα 1 στο ερώτημα « Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;» η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι οι Κύπριοι αναζητούν το σύγχρονο και το μοντέρνο ο (Σ2) απάντησε: *« Δεν τους ενδιαφέρει δυστυχώς η πολιτιστική κληρονομιά τους, όπως είπε και η προηγούμενη συνάδελφος, παρόλο που τους τα έμαθαν στα σχολεία, δεν τους ενδιαφέρει, θέλουνε κάτι πιο σύγχρονο, κάτι πιο μοντέρνο».*

ενώ ο (Σ4) απάντησε

*« Δεν τους ενδιαφέρει τόσο το Μουσείο και η αρχαία κουλτούρα όσο τα σύγχρονα πράγματα, αλλά σε ένα βαθμό υπάρχει ενδιαφέρον για κουλτούρα και πολιτιστική κληρονομιά».*

Στον Πίνακα 4 στο ερώτημα «Πόσο συχνά επισκέπτεστε το Κυπριακό Μουσείο;» η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι υπάρχει μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων ενδιαφερόντων και μειωμένης προβολής. Ο (Σ3) απάντησε *«η παρέα μου προτιμά να πηγαίνει σε άλλα μέρη, αλλά και επειδή το Μουσείο δεν φέρνει καινούργια εκθέματα και ούτε κάνει διαφημίσεις για να δω ότι πραγματοποιούνται εκδηλώσεις και να πάω να το επισκεφθώ»*.

ενώ ο (Σ4) απάντησε

*« Πολύ σπάνια επισκέπτομαι το Μουσείο λόγω άλλων υποχρεώσεων και λόγω του ότι το Μουσείο δεν προβάλλει εκδηλώσεις και events»*.

Στον Πίνακα 7 στο ερώτημα «Πιστεύετε ότι οι νεαροί Κύπριοι πολίτες επισκέπτονται το Κυπριακό Μουσείο; Αν ναι γιατί, αν όχι γιατί; » η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι δεν υπάρχει επισκεψιμότητα λόγω της χρήσης του διαδικτύου. Ο (Σ2) απάντησε *«Η σημερινή γενιά των Κυπρίων είναι προσκολλημένη στο διαδίκτυο και δεν πηγαίνουν στο Μουσείο για να τα δουν τα εκθέματα και προτιμούν να τα δουν από το διαδίκτυο»*.

ενώ ο (Σ4) απάντησε

*«Ασχολούνται περισσότερο με την τεχνολογία, κλείνονται περισσότερο στο σπίτι, στο διαδίκτυο ή πάνε σε άλλα μέρη πιο σύγχρονα»*.

Στον Πίνακα 9 στο ερώτημα «Τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό Μουσείο για να σας κινήσει το ενδιαφέρον; » η επικρατέστερη απάντηση ήταν ότι πρέπει το Μουσείο να διαφημίσει ότι έχει φέρει νέα τεχνολογία. Ο (Σ3) απάντησε *«και ότι προστέθηκαν καινούργια μέσα όπως βίντεο για καλύτερη επεξήγηση των εκθεμάτων»*.

Ενώ ο (Σ4) απάντησε

*« Το Μουσείο μέσα από την διαφήμισή του να προβάλλει διάφορα events και διάφορες νέες τεχνολογίες, ούτως ώστε να τραβήξει περισσότερο τους νέους»*.

## **Συμπεράσματα**

Μετά από την αποκωδικοποίηση της συνέντευξης (focus group) τα συμπεράσματα που μπορούμε να αντλήσουμε είναι ότι η επισκεψιμότητα από Κύπριους πολίτες ηλικίας 18 με 35 ετών στο Μουσείο είναι πολύ χαμηλή. Είναι πολύ σημαντική η διαπαιδαγώγηση από μικρή ηλικία με σκοπό να δημιουργηθεί η αγάπη για αυτά. Επίσης, μέσα από την συνέντευξη φάνηκε ότι οι νέοι πολίτες είναι προσκολλημένοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μέσα από τις διαφημίσεις του Μουσείου θέλουν να προβάλλεται η νέα τεχνολογία που υπάρχει στο Μουσείο, αλλά και πρωτότυπα και εντυπωσιακά εκθέματα. Επίσης για να προσελκυσθούν οι νέοι ηλικίας 18 με 35 ετών στο Μουσείο πρέπει να διοργανώνονται διάφορες εκδηλώσεις, και το Μουσείο να φέρει εκθέματα από άλλες χώρες, γιατί ένας λόγος που παρατηρείται μειωμένη επισκεψιμότητα είναι ότι στο Κυπριακό Μουσείο υπάρχουν μόνο εκθέματα της Κύπρου, σε σχέση με άλλες χώρες που φιλοξενούν έργα παγκόσμιας κληρονομιάς. Έτσι, θα υπάρχει μεγαλύτερο ενδιαφέρον και αύξηση της επισκεψιμότητας. Καθοριστικής σημασίας είναι και η διαφήμιση του Κυπριακού Μουσείου αφού είναι αυτή που καθορίζει την επισκεψιμότητα από την αρχή. Είναι η πρώτη εντύπωση προς τον κόσμο. Όσο αφορά τον χώρο του Μουσείου και την διεύθετηση των έργων πρέπει το Μουσείο σύμφωνα με τους συνεντευξιζόμενους να εκσυγχρονιστεί και να γίνει πιο μοντέρνο, έτσι ώστε να προσελκύσει την συγκεκριμένη ομάδα ατόμων και όχι μόνο. Οι νέοι πολίτες ηλικίας 18 με 35 ετών ενημερώνονται από τα περιοδικά, από το διαδίκτυο, από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, από το ραδιόφωνο λόγω του ότι οδηγάμε αρκετή ώρα στο αυτοκίνητο, και μπροστά στην τηλεόραση αν και στοιχίζουν οι τηλεοπτικές διαφημίσεις.

## 1.6 Λογισμικά

Τα λογισμικά που χρησιμοποίησα για την δημιουργία της Διαφημιστικής Καμπάνιας είναι Adobe Premier CS5 για την επεξεργασία βίντεο, Adobe Photoshop CS5 για τις φωτορεαλιστικές εφαρμογές, Adobe Illustrator CS5 για τον σχεδιασμό των Αφισών, Λογοτύπου, και παράθεσης περιοδικού, και τέλος Quick time player για καταγραφή των συνεντεύξεων και φωνής.

## 2. Αποτελέσματα

### 2.1 Πρώτη εφαρμογή Διαφημιστικής Καμπάνιας

Μετά από τα αποτελέσματα που πήρα από τους συμμετέχοντες από τις Ομάδες Εστίασης (focus groups) κατέληξα στην εφαρμογή τριών τηλεοπτικών spot, επειδή η διαφήμιση στην τηλεόραση ασκεί περισσότερη επιρροή λόγω της εικόνας και του ήχου, μια σελίδα στο facebook λόγω του ότι οι νέοι ηλικίας 18-35 ετών χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τρεις αφίσες που θα τοποθετηθούν στους δρόμους και μια παράθεση σε περιοδικό, γιατί οι νεαροί διαβάζουν πιο πολύ περιοδικά παρά εφημερίδες. Οι συμμετέχοντες από τους οποίους πήρα την συνέντευξη ενημερώνονται από όλες τις πηγές πληροφόρησης και έτσι υπάρχει μια ευρεία κάλυψη, έτσι ώστε η Διαφημιστική Καμπάνια να γίνει γνωστή απο όλους.

Με βάση τις συνεντεύξεις που προηγήθηκαν από το προσωπικό του Κυπριακού Μουσείου, αλλά και από τους νεαρούς Κύπριους πολίτες ηλικίας 18-35 ετών, κατέληξα ότι μέσα από την Διαφημιστική Καμπάνια θα προβάλλεται η ψυχαγωγία σε συνδιασμό με το Μουσείο, αφού είναι κάτι που μπορεί να ωθήσει άτομα νεαρής ηλικίας και στην περίπτωση της διαφημιστικής καμπάνιας είναι το παιχνίδι που παίζουν τα άτομα με τίτλο *Ο κρυμμένος θησαυρός* δημιουργώντας ένα λογοπαίγνιο με το σλόγκαν *Οι Θησαυροί είναι δίπλα σου ανακάλυψέ τους*. Αλλά και την διαπαιδαγώγηση που πρέπει να έχουν όλοι από μικρή ηλικία για το Μουσείο.

Στην περίπτωση αυτή τα άτομα δεν γνωρίζουν την απάντηση και πάνε στο Κυπριακό Μουσείο να την βρουν. Αν την ήξεραν όταν ήταν μικροί θα απαντούσαν αμέσως την ερώτηση. Αυτό δεν θίγει την νοημοσύνη των ατόμων. Απλά τους λέει ότι πρέπει να δημιουργηθεί μια πιο στενή σχέση των Κύπριων νεαρής ηλικίας με το Μουσείο, γιατί αυτοί θα πρέπει να μεταλαμπαδεύσουν τον θεσμό του Μουσείου στις επόμενες γενεές. Επίσης, το σλόγκαν *Οι Θησαυροί είναι δίπλα σου ανακάλυψε τους* προέκυψε λόγω του ότι οι νέοι πιστεύουν ότι το Μουσείο κρύβει θησαυρούς. Όταν γίνει μια έκθεση του Μουσείου πιστεύουν ότι το Μουσείο έχει βγάλει από τις αποθήκες του τέτοιους θησαυρούς. Έτσι, επειδή η επίσκεψη στο Μουσείο δεν πρέπει να γίνεται μόνο όταν έχουμε εκθέσεις, το σλόγκαν αυτό μπορεί να παροτρύνει τους νεαρούς Κύπριους να πάνε στο Μουσείο λέγοντας τους ότι οι θησαυροί είναι πάντα εκεί. Το μόνο που πρέπει να γίνει είναι να τους αξιοποιήσουμε και να τους αναγνωρίσουμε σαν Κύπριοι πολίτες.

Το τηλεοπτικό spot θα ξετυλίγει μια ιστορία πάνω στην οποία θα βασιστεί ολόκληρη η Διαφημιστική Καμπάνια. Τα τηλεοπτικά σποτ θα ξεκινάνε με μια παρέα από τρεις φίλους, δύο γυναίκες και έναν άντρα, έτσι ώστε να καλύψω και τα δύο φύλα. Οι τρεις φίλοι παίζουν ένα παιχνίδι γνώσεων με κάρτες στο καφέ απέναντι από το Κυπριακό Μουσείο. Ο ένας από τους τρεις τραβάει μια κάρτα και την διαβάζει στον άλλο παίκτη. Η ερώτηση αυτή έχει σχέση με τα εκθέματα του Κυπριακού Μουσείου. Ο παίκτης που πρέπει να βρει την απάντηση δεν την ξέρει και σκέφτεται. Ξεφνικά βλέπει το Κυπριακό Μουσείο απέναντι και λέει στους άλλους δυο παίκτες ότι πρέπει να πάνε στο Μουσείο για να βρουν την απάντηση. Μπαίνοντας στο Μουσείο ψάχνουν να βρουν κάποιο άτομο από το προσωπικό για να τους βοηθήσει. Ένα άτομο του προσωπικού τους πλησιάζει και τους λέει αν θέλουν κάποια βοήθεια. Ο παίκτης που πρέπει να βρει την απάντηση του λέει την ερώτηση και αυτός του απαντά. Ακολούθως τους οδηγεί στο έκθεμα που ψάχνουν.

## 2.2 Εφαρμογές

### Λογότυπο



## Αφίσες Billboard

Οι θησαυροί είναι δίπλα σου...  
ανακάλυψέ τους

Το νησί μας έχει μια αξιοζήλευτη πολιτιστική κληρονομιά η οποία είναι μοναδική στον κόσμο. Είναι στο χέρι σου να την ανακαλύψεις και να την μεταφέρεις στις επόμενες γενιές.

ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

www.facebook.com/cyprus.museum

Οι θησαυροί είναι δίπλα σου...  
ανακάλυψέ τους

Το νησί μας έχει μια αξιοζήλευτη πολιτιστική κληρονομιά η οποία είναι μοναδική στον κόσμο. Είναι στο χέρι σου να την ανακαλύψεις και να την μεταφέρεις στις επόμενες γενιές.

ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

www.facebook.com/cyprus.museum



## Παράθεση Περιοδικού



## Φωτορεαλιστικές εφαρμογές



## Σελίδα στο Facebook

Αναζητήστε άτομα, τοποθεσίες ή ό,τι άλλο

Δημοσιεύετε, σχολιάζετε και πατάτε "Μου αρέσει!" ως Κυπριακό Μουσείο - Cyprus Museum — Επιλέξτε τη Σελίδα Andreas Demetriou

Κυπριακό Μουσείο - Cypr... Χρονολόγιο Πρόσφατα Πίνακας διαχείρισης Διαχείριση διαφημίσεων

Το νσί μας έχει μια αξιοζήλευτη πολιτιστική κληρονομιά η οποία είναι μοναδική στον κόσμο. Είναι στο χέρι σου να την ανακαλύψεις και να την μεταφέρεις στις επόμενες γενιές.

ΚΥΠΡΙΑΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

**Κυπριακό Μουσείο - Cyprus Museum**  
Γίνετε ο πρώτος που του αρέσει.

Ενημέρωση πληροφοριών Σελίδας Μου αρέσει! Ακολουθήστε

Κοινότητα (?) Διαφημιστική Καμπάνια για το Κυπριακό Μουσείο

Πληροφορίες Φωτογραφίες Βίντεο

Αναζητήστε άτομα, τοποθεσίες ή ό,τι άλλο

Δημοσιεύετε, σχολιάζετε και πατάτε "Μου αρέσει!" ως Κυπριακό Μουσείο - Cyprus Museum — Επιλέξτε τη Σελίδα Andreas Demetriou

Κυπριακό Μουσείο - Cypr... Χρονολόγιο Πρόσφατα Πίνακας διαχείρισης Διαχείριση διαφημίσεων

Κατάσταση Φωτογραφία/Βίντεο Εκδηλώσεις, Οράσημο +

Με τι ασχολείστε σήμερα;

Ο χρήστης **Κυπριακό Μουσείο - Cyprus Museum** άλλαξε τη φωτογραφία εξωφύλλου του. Δημοσιεύθηκε από Andreas Demetriou (?) · πριν από 25 λεπτά

ανακάλυψε τους

Μου αρέσει! · Σχολιάστε · Κοινοποιήστε

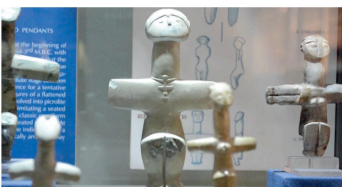
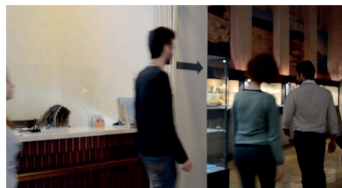
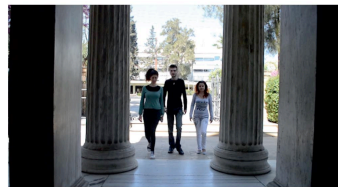
Κυπριακό Μουσείο - Cyprus Museum Δημοσιεύθηκε από Andreas Demetriou (?) · πριν από 38 λεπτά

Τρίτο τηλεοπτικό spot

Μου αρέσει! · Σχολιάστε · Κοινοποιήστε

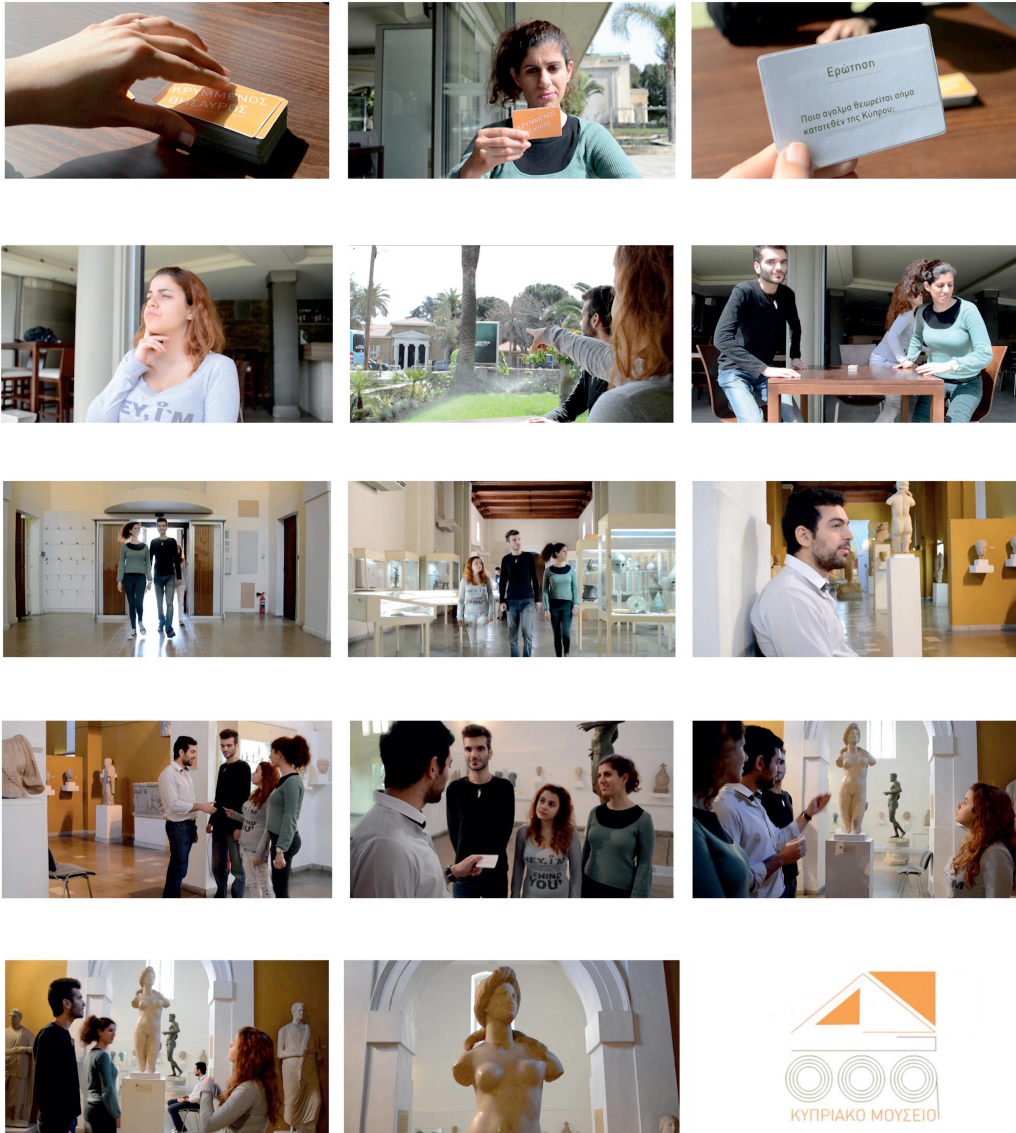
## Σκηνές από τα τηλεοπτικά spot

### Τηλεοπτικό spot 1





### Τηλεοπτικό spot 3



## **2.3 Προσωπικός σχολιασμός της Διαφημιστικής Καμπάνιας**

Ολοκληρώνοντας την υλοποίηση της Διαφημιστικής Καμπάνιας, και λαμβάνοντας υπόψη τις συνεντεύξεις που προηγήθηκαν από άτομα νεαρής ηλικίας 18-35 ετών καθώς και από το προσωπικό του Μουσείου, πιστεύω ότι η Διαφημιστική Καμπάνια ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις και τις προτιμήσεις του στοχευμένου κοινού. Μέσα από αυτή προβάλλεται η διαπαιδαγώγηση και η ψυχαγωγία, δύο συστατικά που παροτρύνουν τη νεολαία να ενδιαφερθεί και να ψάξει. Η Διαφημιστική Καμπάνια δημιουργήθηκε με βάση τις προτιμήσεις των ατόμων αυτών. Τα τηλεοπτικά σποτ δίνουν στο θεατή μια σφαιρική εικόνα για το Κυπριακό Μουσείο που αν δεν το έχει ποτέ επισκεφθεί θα πάρει μια γεύση από αυτό. Μέσα από την ιστορία που εξελίσσεται δημιουργούνται συναισθήματα εντυπωσιασμού και ταυτόχρονα σε παροτρύνει να το επισκευθείς από κοντά και ανακαλύψεις τους θησαυρούς που βρίσκονται δίπλα σου!

## **2.4 Σχολιασμός διαφημιστικής καμπάνιας από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών**

### **Συμμετέχοντας 1**

Πιστεύω ότι η τελική εφαρμογή της διαφημιστικής καμπάνιας είναι πολύ πετυχημένη αφού έχουν συνδυαστεί οι οι προτιμήσεις των νέων –ψυχαγωγικά παιχνίδια, σύγχρονη μουσική- με την ιστορία και τα εκθέματα του Κυπριακού Μουσείου.

Στα τηλεοπτικά spot εμπεριέχονται πολύ όμορφα πλάνα του Μουσείου με τα εκθέματα, ο ενθουσιασμός των νέων για τα εκθέματα και τις απαντήσεις που ανακαλύπτουν στα ερωτήματα του παιχνιδιού, καθώς και σύγχρονη μουσική που ταιριάζει απολύτως με τις απαιτήσεις της καμπάνιας. Στις αφίσες συνδυάζεται το ερώτημα του παιχνιδιού με την απάντηση που βρίσκεται πίσω από τον νέο και έτσι εξηγείται το πετυχημένο σλόγκαν «Οι θησαυροί είναι δίπλα σου... ανακάλυψέ τους!». Το λογότυπο του Μουσείου καθώς και η κίνηση στο τέλος των spot με εντυπωσίασε πολύ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το λογότυπο θυμίζει την αρχιτεκτονική του Μουσείου με τους κίονες στην πρόσοψή του. Η σελίδα στο facebook είναι πολύ όμορφη, χρήσιμη και πρακτική, καθώς ο νέος αναζητά πληροφορίες στο διαδίκτυο και περνά πολλές ώρες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έτσι θα μπορεί να μάθει ότι πληροφορίες χρειάζεται μέσα από την σελίδα. Η επιλογή της γραμματοσειράς και του μεγέθους είναι πολύ καλή, αφού τα γράμματα είναι ευδιάκριτα.

Εν κατακλείδει, πιστεύω ότι το αποτέλεσμα είναι εντυπωσιακό και αξίζει για να χρησιμοποιηθεί ως πραγματική διαφήμιση του Μουσείου, μιας και το Μουσείο υστερεί στην διαφήμιση και έτσι θα καταφέρει να προσελκύσει τους νέους ηλικίας 18 με 35 ετών.

## **Συμμετέχοντας 2**

Η όλη ιδέα της διαφημιστικής καμπάνιας για το Κυπριακό Μουσείο μου φάνηκε πολύ εντυπωσιακή και πρωτότυπη. Συγκεκριμένα το πιο εντυπωσιακό μέρος της καμπάνιας ήταν τα τηλεοπτικά spot, μέσω των οποίων διαφαίνεται ο επιμορφωτικός λόγος για τον οποίο θα πρέπει οι νέοι να επισκέπτονται το Κυπριακό Μουσείο. Τα πάντα είναι στημένα με καλλιτεχνικό τρόπο που σου κινεί το ενδιαφέρον για να πας και να γνωρίσεις τον πολιτισμό της Κύπρου μέσα από τα διάφορα εκθέματα. Το επόμενο εντυπωσιακό μέρος της καμπάνιας είναι η σελίδα στο facebook μέσω της οποίας γνωρίζεις καλύτερα το Κυπριακό Μουσείο με εύχρηστο τρόπο καθώς και τα εκθέματα. Αυτό κινεί περισσότερο ενδιαφέρον στην νεολαία, επειδή περιέχει όλο το υλικό της διαφημιστικής καμπάνιας και έτσι θα προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και κυρίως νέους. Το τρίτο εντυπωσιακό μέρος της καμπάνιας είναι οι αφίσες οι οποίες είναι εξαιρετικές καθώς έχουν πολύ ωραία και ευανάγνωστη γραμματοσειρά. Επίσης οι

αφίσες με την συγκεκριμένη γραμματοσειρά και τα επιλεγμένα χρώματα θα προσελκύσουν το κοινό. Τέλος, πολύ εντυπωσιακό είναι και το λογότυπο το οποίο έχει όμορφα χρώματα που συνδυάζονται και είναι καλά μελετημένο.

### **Συμμετέχοντας 3**

Βλέποντας την διαφημιστική καμπάνια του Κυπριακού Μουσείου, μπορώ να πω ότι έμεινα πολύ ευχαριστημένος. Οι αφίσες ήταν οργανωμένες, ενδιαφέρουσες με σωστή απόδοση του περιεχομένου. Όσο αφορά τα τηλεοπτικά spot πιστεύω πως δεν μπορούσαν να γίνουν καλύτερα. Μέσα από αυτά φαίνεται να υπάρχει αγάπη προς το Μουσείο και χαίρομαι ιδιαίτερα για αυτό, γιατί πρέπει όλοι οι Κύπριοι και ειδικά οι νέοι να γνωρίζουν για την ιστορία και τα εκθέματα που υπάρχουν στο Μουσείο. Βλέποντας το λογότυπο πιστεύω πως είναι σωστά σχεδιασμένο για την συγκεκριμένη καμπάνια. Τέλος, η σελίδα στο facebook πιστεύω πως θα βοηθήσει τους νέους οι οποίοι σήμερα είναι προσκολλημένοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να έρθουν πιο κοντά στο Κυπριακό Μουσείο και πάνω απ'όλα να το αγαπήσουν.

### **Συμμετέχοντας 4**

Κατά τη γνώμη μου η καμπάνια πληρεί στο έπακρο τις απαιτήσεις και τους στόχους που τέθηκαν για την υλοποίησή της. Οι αφίσες, τα τηλεοπτικά spot και η σελίδα στο facebook, συνδέονται καταπληκτικά και δίνουν στον θεατή μια ολοκληρωμένη ιδέα και ώθηση για μελλοντική επίσκεψη στο Μουσείο.

Οι αφίσες, δίνουν ξεκάθαρα το νόημα του σλόγκαν: «Οι θησαυροί είναι δίπλα σου...ανακάλυψέ τους». Ο χαρακτήρας που κρατά την κάρτα και η εικόνα με το έκθεμα

στο βάθος, είναι η απόλυτη ενσάρκωση του σλόγκαν. Τα τηλεοπτικά spot, συνδυάζουν όλες σχεδόν τις δραστηριότητες των νέων, από ψυχαγωγία μέχρι μάθηση. Η μη γνώση της απάντησης στην ερώτηση του παιχνιδιού, δίνει στους παίκτες την ευκαιρία να επισκεφθούν το μουσείο και να μάθουν όχι μόνο την απάντηση, αλλά και όσα περισσότερα μπορούν για τα εκθέματα του μουσείου. Η σελίδα στο facebook, παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζεται κάποιος έτσι ώστε να επισκεφθεί το Μουσείο. Το φωτογραφικό υλικό σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες γραπτές πληροφορίες σχετικά με το Μουσείο δίνουν ένα έναυσμα στους νέους, οι οποίοι ασχολούνται αρκετά με το διαδίκτυο, να ανακαλύψουν πράγματα γύρω από το Μουσείο.

Το λογότυπο συνδέεται με την αρχιτεκτονική του Μουσείου και γενικά με το όλο θέμα που λέγεται Μουσείο. Είναι αρκετά λιτό και παράλληλα τόσο αυστηρό που σου δίνει αμέσως την αίσθηση ότι αντιπροσωπεύει κάτι πολύ σημαντικό.

### **2.5 Τελική εφαρμογή Διαφημιστικής Καμπάνιας**

Σύμφωνα με τα σχόλια που πήρα από το κοινό που στόχευσα η Διαφημιστική καμπάνια για το Κυπριακό Μουσείο ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των νεαρών ηλικίας 18 με 35 ετών και μπορεί να προσελκύσει κόσμο στο Μουσείο. Από τα σχόλια που πήρα η Διαφημιστική Καμπάνια δεν θέλει οποιαδήποτε περαιτέρω αλλαγή ή επεξεργασία.

## **3. Συμπεράσματα**

Με την ολοκλήρωση της Διαφημιστικής Καμπάνιας και μετά από τα σχόλια που αποκόμισα από άτομα ηλικίας 18 με 35 ετών οι οποίοι συμμετείχαν στην Ομάδα Εστίασης στην αρχή του έργου που σκοπό είχε να μελετηθούν οι αντιλήψεις και οι απόψεις των νέων σχετικά με την επισκεψιμότητα τους στο Κυπριακό Μουσείο, φάνηκε ότι η Καμπάνια ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτήσεις του κοινού και αν προβληθεί μελλοντικά θα έχει επιτυχία και θα προσελκύσει άτομα στο Μουσείο νεαρής ηλικίας.

#### **4. Μελλοντικοί στόχοι**

Τελειώνοντας το συγκεκριμένο έργο μπορώ να πω ότι ήταν μια πολύ δημιουργική διαδικασία, μέσα από την οποία αποκόμισα πάρα πολλά και κατέκτησα νέα γνώση για το συγκεκριμένο θέμα. Μελλοντικά, θα ήθελα να συνεχίσω να δημιουργώ Σχεδιαστικές Καμπάνιες και ενημερωτικό υλικό για Μουσεία, γιατί εκτός από τις υπηρεσίες που προσφέρεις, αποκτούνται νέες γνώσεις, αναπτύσσεται το μορφωτικό υπόβαθρο και καλλιεργείται το πνεύμα.

## 5. Βιβλιογραφία

Heath G. R & Feldwick P. (2008). Fifty Years Using the Wrong Model of Advertising. *International Journal of Market Research*, 50 (1), pp. 29-59

Reinartz W. & Saffert P. (2013). Creativity in Advertising, when it works and when it doesn't. *Harvard Business Review*, pp. 107-112.

Van den Putte B. (2009). What matters most in Advertising Campaigns?. *International Journal of Advertising*, 28(4), pp. 669-690.

Wang G., Dou W., Li H.& Zhou N. (2013). Advertiser Risk Taking Campaign Originality and campaign Performance. *Journal of Advertising*, 42(1), pp. 42-53.

Saatchi & Saatchi (2013). «Discover the Full Story' at the Moscow Museum of Architecture». Πρόσβαση στις 7 Ιανουαρίου 2014, στο [http://saatchi.com/en-us/news/saatchi\\_discover\\_the\\_full\\_story\\_at\\_the\\_moscow\\_museum\\_of\\_architecture/](http://saatchi.com/en-us/news/saatchi_discover_the_full_story_at_the_moscow_museum_of_architecture/)

Starr B (2013). «A Russian Museum of Architecture's Smart Ad Campaign». Πρόσβαση στις 7 Ιανουαρίου 2014, στο <http://www.visualnews.com/2013/04/05/a-russian-museum-of-architectures-smart-ad-campaign/>

Vogel C, (2009). New York Time «Online Photos Become Part of Met's New Campaign». Πρόσβαση στις 7 Ιανουαρίου 2014, στο [http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2009/02/04/online-photos-become-part-of-mets-new-campaign/?\\_r=0](http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2009/02/04/online-photos-become-part-of-mets-new-campaign/?_r=0)

Buchbinder A.H., (2009). «The NY Culture and Vulture». Πρόσβαση στις 12 Ιανουαρίου 2014, στο <http://nyculturevulture.blogspot.com/2009/02/its-time-we-met.html>

Παράθυρο λοξές ματιές στον πολιτισμό (2013). Φωτογραφική παρέμβαση στο Κυπριακό Μουσείο: Στο πλαίσιο της έκθεσης «anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους αιώνες». Πρόσβαση στις 18 Ιανουαρίου 2014, στο <http://www.parathyro.com/anthropos/>

Τμήμα Αρχαιοτήτων (2013). « Έκθεση: anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες». Πρόσβαση στις 18 Ιανουαρίου 2014, στο <http://www.mcw.gov.cy/mcw/da/da.nsf/All/A5177EE1BC81B3A142257A94002D422C?OpenDocument>

Krueger, R. A. & Casey, M. A. (2000). Focus Groups 3<sup>rd</sup> Edition A practical guide for applied research. California. *Sage Publications, Inc.*

Stylianou, T. L. (2006) The boring Cypriot museum and the indifferent Cypriot public?.

## **6. Παραρτήματα**

### **6.1 Παράρτημα 1- Αποκωδικοποιημένη συνέντευξη από το προσωπικό για την επισκεψιμότητα του Μουσείου**

#### **Στάσεις και αντιλήψεις**

- 1) Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;
- 2) Ποιά είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα Μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει δισταγμός; Εάν δεν επισκέπτονται μουσεία, γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;

#### **Επισκεψιμότητα**

- 1) Πόσα άτομα επισκέπτονται το μουσείο τον χρόνο; Ποιο ποσοστό είναι τουρίστες; Ποιο ποσοστό μαθητές;
- 2) Ποιες ομάδες πληθυσμού επισκέπτονται συνήθως το Κυπριακό Μουσείο;
- 3 Παρατηρείτε προσέλευση Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών στο Κυπριακό Μουσείο Λευκωσίας;
- 4) Αν παρατηρείται μειωμένη προσέλευση Κυπρίων πολιτών στο Κυπριακό Μουσείο Λευκωσίας ηλικίας 18 με 35 ετών, πού πιστεύετε ότι μπορεί να οφείλεται αυτό;

#### **Διαφήμιση**

- 1) Υπάρχει κάποια στρατηγική διαφήμισης για το Μουσείο; Εάν ναι, σε ποιους απευθύνεται; Ποιες τακτικές χρησιμοποιεί το Μουσείο για να προσελκύσει τουρίστες; Κύπριους πολίτες;
- 2) Έχετε κάποια δείγματα διαφήμισης που μπορώ να δω;
- 3) Πώς θα μπορούσαμε να προσελκύσουμε νέους 18-35 ετών στο Μουσείο;
- 4) Υπάρχουν άλλα προβλήματα στο Μουσείο που θέλετε να αναφέρετε με σκοπό να προωθηθεί το Μουσείο καλύτερα προς τα έξω;

**Πίνακας 1** Καταγραφή κωδικών- Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;

1	Οι νέοι με σωστές μεθόδους ανταποκρίνονται αλλά υπάρχει μειωμένη προσέλευση	Σ1
2	Οι νέοι φέρνουν ξένους κυρίως καλλιτέχνες αλλά δεν το κάνουν για τους ίδιους	Σ2
3	Ο κόσμος δεν γνωρίζει που βρίσκεται το Μουσείο	Σ1
4	Υπάρχουν πινακίδες που οδηγούν στο Μουσείο	Σ1
5	Τα Μουσεία δεν επιδεικνύουν τον τίτλο τους	Σ1
6	Πάντα υπάρχει αφίσα έξω από το Μουσείο	Σ1
7	Να γίνει μια καμπάνια που να οδηγεί τους επισκέπτες που είναι το Μουσείο	Σ3
8	Θέλουν να δουν νέα πράγματα που δεν ξαναείδαν	Σ3
9	Προληπτικότητα απέναντι στο Μουσείο	Σ1

**Πίνακας 2** Καταγραφή κωδικών- Ποια είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει διασταγμός; Αν δεν επισκέπτονται το Μουσείο γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;

1	Η επίσκεψη στα Μουσεία καλλιεργείται απο μικρή ηλικία	Σ1
2	Οι Κύπριοι επισκέπτονται τα Μουσεία άλλων χωρών προγραμματισμένα	Σ2
3	Το Μουσείο δεν προβλήθηκε ποτέ σαν μοναδική οντότητα	Σ2
4	Περιορισμοί προώθησης του Μουσείου από την Κυβέρνηση	Σ1
5	Τα σχολεία προωθούν το Μουσείο μέσα από οργανωμένες επισκέψεις	Σ3

**Πίνακας 3-** Πόσα άτομα επισκέπτονται το Μουσείο τον χρόνο, σε τι ποσοστό αντιστοιχούν οι τουρίστες και σε τι ποσοστό οι μαθητές;

1	Οι Τουρίστες επισκέπτονται πολύ συχνά το Μουσείο ενώ οι Κύπριοι σε δεύτερο βαθμό	Σ1
2	Οι Κύπριοι επισκέπτονται το Μουσείο όταν βρουν χρόνο	Σ1,Σ2,Σ3
3	Επισκέπτονται το Μουσείο παιδιά μικρής ηλικίας	Σ1

**Πίνακας 4-** Ποιες ομάδες πληθυσμού επισκέπτονται συνήθως το Κυπριακό Μουσείο;

1	Μωρά Δημοτικού, Νηπιαγωγείου, Τουρίστες, και οικογένειες τις γιορτές	Σ1
---	--	----

**Πίνακας 5-** Ποιες είναι οι ηλικίες Κύπριων πολιτών που το επισκέπτονται συνήθως; Παρατηρείτε προσέλευση Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18 με 35 ετών στο Κυπριακό Μουσείο Λευκωσίας;

1	Σπάνιο να επισκεφθούν μόνοι το Μουσείο	Σ1
2	Στις εκδηλώσεις υπερισχύει προσέλευση νέων	Σ1, Σ2

**Πίνακας 6-** Αν παρατηρείται μειωμένη προσέλευση Κυπρίων Πολιτών στο Κυπριακό Μουσείο ηλικίας 18 με 15 ετών που πιστεύετε ότι μπορεί να οφείλεται αυτό;

1	Πολύ μειωμένη η προσέλευση λόγω προκατάληψης, έλλειψης διαπαιδαγώγησης από την οικογένεια	Σ1
2	Είναι καθήκον κάθε Κύπριου να γνωρίζει για την ταυτότητα του και την ιστορία του τόπου του	Σ1
3	Συνήθως το επισκέπτονται άτομα που έχουν σχέση με το Μουσείο	Σ2
4	Το ωράριο είναι πρόβλημα για την επισκεψιμότητα	Σ1, Σ3
5	Το Μουσείο χρειάζεται βοήθεια από τους αρμόδιους φορείς λόγω του ότι είναι Κυβερνητικός οργανισμός	Σ1

6	Τώρα ξεκινά η προβολή του Μουσείου σαν αυτόνομος οργανισμός	Σ2
7	Το Μουσείο είναι μια περιοχή που δεν είναι αναβαθμισμένη	Σ2
8	Να καταστεί το Μουσείο ως σημείο συνάντησης	Σ1
9	Δεν είναι θέμα μόνο να γίνει το νέο Μουσείο αλλά να καλλιεργηθεί συνείδηση στον κόσμο	Σ3
10	Οι τουρίστες ενθουσιάζονται με την παλαιά αρχιτεκτονική του κτιρίου ενώ οι Κύπριοι όχι	Σ2, Σ3, Σ1
11	Οι Κύπριοι δεν αναγνωρίζουν την αξία του παλαιού	Σ1
12	Στους Κύπριους αρέσει το καινούργιο	Σ3

**Πίνακας 7-** Υπάρχει κάποια στρατηγική διαφήμισης για το Μουσείο; Εάν ναι, σε ποιους απευθύνεται; Ποιες τακτικές χρησιμοποιεί το Μουσείο για να προσελκύσει τουρίστες; Κύπριους πολίτες;

1	Χρειάζεται αναβάθμιση η ιστοσελίδα του Μουσείου	Σ1
2	Ανάγκη για την προβολή δραστηριοτήτων	Σ1
3	Θέλουμε να κάνουμε σελίδα στο facebook	Σ1
4	Ο τύπος δεν προβάλλει το Μουσείο σωστά	Σ2
5	Υπήρξε προσπάθεια διαφήμισης του Μουσείου σε εξωτερικούς χώρους και στην τηλεόραση	Σ1

**Πίνακας 8-** Ποιες τακτικές χρησιμοποιεί το Μουσείο για να προσελκύσει τουρίστες και ποια τακτική για να προσελκύσει τους Κύπριους;

1	Το Μουσείο προσπαθεί να αναβαθμίζεται και να ενισχύει το υλικό του	Σ1
2	Οι Κύπριοι στοχεύουν στις εκδηλώσεις ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν αφίσες σε διάφορα σημεία	Σ2

3	Οι Κύπριοι έρχονται για στοχευμένες εκδηλώσεις ενώ οι τουρίστες για να δουν τα κύρια εκθέματα	Σ2
---	---	----

**Πίνακας 9-** Πως θα μπορούσαμε να προσελκύσουμε τους νέους ηλικίας 18 με 35 ετών στο μουσείο; Με ποιους τρόπους;

1	Η δημιουργία πιο συχνών εκδηλώσεων και εκθέσεων	Σ1
2	Αναλαμβάνουμε πολλές ευθύνες και δεν υπάρχει η οργάνωση στοχευμένων προγραμμάτων στην παιδεία	Σ1
3	Οι αφίσες λειτουργούν πάρα πολύ	Σ2
4	Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις κοστίζουν πάρα πολλά	Σ1

**Πίνακας 10-** Υπάρχουν άλλα προβλήματα στο μουσείο που δεν αναφέρθηκαν εδώ με σκοπό να προωθηθεί το Μουσείο καλύτερα προς τα έξω που δεν τα έχουμε αναφέρει;

1	Το σμήξιμο των τεχνών στο Μουσείο συνδυάζεται πολύ ωραία	Σ2
2	Η διάδοση είναι πολύ σημαντική από στόμα σε στόμα	Σ1

**Ερευ** Ονομάζομαι Ανδρέας Δημητρίου, είμαι φοιτητής του Τμήματος Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου και σκοπός της έρευνας αυτής είναι η μελέτη γύρω από την επισκεψιμότητα των Κυπρίων πολιτών νεαρής ηλικίας στο Κυπριακό Μουσείο καθώς και πώς μπορούμε να προσελκύσουμε αυτά τα άτομα στο Μουσείο. Η συνέντευξη θα είναι μαγνητοσκοπημένη και τα όσα ακουστούν και λεχθούν θα παραμείνουν ανώνυμα. Μπορούμε να συνεχίσουμε;

**Συμμ1,2,3** Ναι

**Ερευ** Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά προς συμμ 1;

**Συμμ 1** Υπάρχει μια μικρή μερίδα του πληθυσμού που ενδιαφέρεται και δεν χρειάζεται οποιαδήποτε καμπάνια ή εκστρατεία για να τους φέρει στα Μουσεία. Είναι άνθρωποι που αγαπούν τα Μουσεία είτε στην Κύπρο είτε στο εξωτερικό, παρακολουθούν τις

εκδηλώσεις και έρχονται, αλλά είναι ένα πολύ μικρό ποσοστό και σταθερό, οι ηλικίες 18 με 35 είναι ηλικίες που δεν έρχονται θα έλεγα. Δεν βλέπουμε συχνά στο Μουσείο νεαρά άτομα να κυκλοφορούν, όμως μπορεί να καλλιεργηθεί αυτό πιστεύω, γιατί η εμπειρία μας των τελευταίων χρόνων έδειξε ότι όταν τους προσεγγίσεις με τα κατάλληλα μέσα και τις κατάλληλες εκδηλώσεις ανταποκρίνονται. Τούτο συμπεραίνεται από τις εκδηλώσεις που κάνουμε την νύχτα Μουσείων κυρίως που κάνουμε μια εδώ στο Κυπριακό Μουσείο και μια στου Χατζιγεωργάκη. Επειδή το βάζουμε και στο facebook και στέλνουμε και email και είναι νύχτες που έχουν λίγη μουσική jazz κυρίως και παρόμοιου τύπου εκδηλώσεις μαζί με εκθέσεις στο Κυπριακό Μουσείο ή ξεναγήσεις και το ίδιο και στο Χατζιγεωργάκη Κορνέσιο προσέξαμε ότι υπάρχει αρκετή ανταπόκριση. Δηλαδή, υπάρχει έδαφος που μπορεί να καλλιεργηθεί στους νέους ανθρώπους για την προσέλευσή τους και μπορούμε να κάμουμε πράγματα να τους προσελκύσουμε. ***Οι νέοι με σωστές μεθόδους ανταποκρίνονται αλλά υπάρχει μειωμένη προσέλευση***

**Ερευ:** Εσάς ποια είναι η άποσή σας για το θέμα προς συμμ 2

**Συμμ 2** Η κατηγορία των ανθρώπων που.. των νέων που... πρόσφατα φέρνει ξένους, βρίσκεις συχνά μετά τις εκδηλώσεις που έχουμε πιο πολύ κόσμο, καλλιτέχνες, νεαροί φέρνουν ας πούμε τους ξένους τους πιο συχνά στο Κυπριακό Μουσείο απ' ότι πριν. ***Οι νέοι φέρνουν ξένους κυρίως καλλιτέχνες αλλά δεν το κάνουν για τους ίδιους***

**Ερευ** Δηλαδή έρχονται φέρνουν άλλους μαζί τους παρά να έρχονται (διακοπή)

**Συμμ 2** Ναι δεν έρχονται επι τούτου έρχονται και φέρνουν κόσμο

**Συμμ 1** Άρα καλλιεργεί μια συνείδηση

**Ερευ:** Αλλά γίνεται λίγο με αργό ρυθμό εννοώ με (διακοπή)

**Συμμ 1** Με αργό ρυθμό και υπάρχουν άνθρωποι που δεν έχουν έρθει ποτέ και για να βρουν το Κυπριακό Μουσείο μπορεί να μας ρωτήσουν χίλιες ερωτήσεις. Είμαστε κοντά στην Βουλή; Δεν ξέρουν που είναι. ***Ο κόσμος δεν γνωρίζει που βρίσκεται το Μουσείο***

**Ερευ αναδ 1:** Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι ίσως επειδή δεν υπάρχει κάποια πινακίδα έξω που να αναφέρει το Μουσείο κάπως;

**Συμμ 1** Νομίζω όχι.

**Συμμ 3** Ναι θα μπορούσαμε να το προσθέσουμε, δηλαδή θα ήταν καλό, μια πινακίδα.

**Συμμ 1** Παρόλο που υπάρχουν οι πινακίδες που δείχνουν την κατεύθυνση, δηλαδή του Μουσείου από την πόλη, οι τουρίστες το βρίσκουν το Αρχαιολογικό Μουσείο. *{υπάρχουν πινακίδες που οδηγούν στο Μουσείο}*

**Ερευ:** Εξωτερικά εννοώ εδώ ας πούμε να μπει κάποια είσοδος

**Συμμ 1** Για να προσέλθετε στο Λούβρο έχει πινακίδα; στο British Museum έχει πινακίδα;

**Ερευ:** σωστά (γέλια)

**Συμμ 1** Είναι ας πούμε κάτι που τα Μουσεία δεν το βάζουν πολύ έτσι επιδεικτικά τον τίτλο τους. *{Τα Μουσεία δεν επιδεικνύουν τον τίτλο τους}*

**Συμμ 2** Δεν υπάρχουν ταμπέλες

**Συμμ 1** Και το άλλο είναι ότι πάντα έχουμε μια αφίσα η οποία ας πούμε λέει ότι έχει μια έκθεση μέσα. Έχουμε σχεδόν πάντα μια αφίσα. *{πάντα υπάρχει αφίσα έξω από το Μουσείο}*

**Συμμ 2** Εδώ και 3-4 χρόνια.

**Συμμ 3** Ίσως θα μπορούσε να γίνει κάτι πιο έντονο.

**Συμμ 2** Λιτό.

**Συμμ 3** Στα πλαίσια μιας καμπάνιας στους κεντρικούς δρόμους της Λευκωσίας, να γίνει μια κατεύθυνση που να καθοδηγεί τον επισκέπτη ή τον Κύπριο ή τον ξένο. *{Να γίνει μια καμπάνια που να οδηγεί τους επισκέπτες που είναι το Μουσείο}*

**Ερευ:** Σαν information Design να σε καθοδηγεί να σου δείχνει που είναι το Μουσείο

**Συμμ 3** Κάτι να υπάρχει που να τον καθοδηγεί χωρίς να το θέλει, να το βλέπει ο άλλος και να προχωρά ας πούμε.

**Συμμ 1** Ας πούμε στην Λεμεσό το έκαναν τούτον με τις αφίσες που βάζουν στους δρόμους.

**Συμμ 3** Μπράβο ναι.

**Συμμ 1 (συνέχεια)** για τις εκθέσεις. Στην Λευκωσία δεν γίνεται τούτον. Μέσα στην παραλιακή λεωφόρο βλέπεις ας πούμε όταν έχει μια έκθεση στον Ευαγόρα Λανίτη παραδείγματος χάρη.

**Συμμ 3** Βλέπεις την διαφήμιση.

**Συμμ 1** Και τούτο γίνεται και σε όλες τις πρωτεύουσες του κόσμου, οπότε νομίζω στην Λευκωσία δεν το πολυβλέπω, ίσως σε συνεργασία με τον δήμο ή με.. ναι μπορεί να το κάμουμε και τούτο.

**Ερευ** **Εσάς η άποψή σας όσο αφορά την στάση των Κύπριων πολιτών για την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά προς Συμμ 3;**

**Συμμ 3** Παρατηρήσαμε πιο μεγάλη προσέλευση που την στιγμή που αρχίσαμε να κάνουμε πιο εξειδικευμένες εκθέσεις από τους Κύπριους. Ενδιαφέρονται πιο πολλά, γιατί νιώθουν ότι μπαίνουν καινούργια εκθέματα μέσα σε τούτες τις εκθέσεις και τούτο τους δημιουργεί έτσι μια περιέργεια να δουν. Πάντα ο κόσμος νομίζει ότι έχουμε, δεν είναι ψέμα οτι έχουμε, μεγάλες αποθήκες που κρύβουμε θησαυρούς και όταν κάνουμε μια έκτακτη περιοδική έκθεση θεωρούν ξαφνικά ότι κάτι βγάλαμε από αυτές τις αποθήκες, αλλά τους αρέσει η ιδέα παρατήρησα, να τους λέεις ότι είναι πράγματα τα οποία δεν τα ξαναείδε κανένας ποτέ και δεν τα ξαναέκθεσε. *{Θέλουν να δουν νέα πράγματα που δεν ξαναείδαν}*

**Ερευ:** **Θέλουν κάτι νέο δηλαδή μόνο έτσι μπορείς να προσελκύσεις ας πούμε με το να ξέρει πολύς κόσμος ότι τούτο δεν είναι σταθερό μέσα στο μουσείο.**

**Συμμ 3** Θεωρούν ότι είδαν εκείνο κάποτε στην Τρίτη δημοτικού οπότεν καλύφθηκαν και κάπου θέλουν να δουν κάτι εντελώς καινούργιο.

**Συμμ 1** Πρέπει όμως να προσθέσω κάτι, πρέπει να πω ότι υπάρχει μια μεγάλη μερίδα του πληθυσμού και ιδιαίτερα μέσα στους μεγαλύτερους θα έλεγα ότι το Μουσείο είναι ένα απαρχαιωμένο ίδρυμα το οποίο δεν κάνει τίποτε. Δεν ενημερώνονται, δεν κοιτάζουν, δεν προσέχουν, αλλά όταν έρθει η ώρα θα κριτικάρουν αρνητικά χωρίς να ενημερωθούν.

**Ερευ:** **Είναι προληπτικοί**

**Συμμ 1** και αυτό το πράγμα είναι χαρακτηριστικό για τα Μουσεία, δηλαδή οι άνθρωποι μπορεί να μην ξέρουν σε βάθος κάτι, αλλά εκφέρουν γνώμη και συνήθως αυτή η γνώμη είναι αρνητική και τούτο μας συμβαίνει συχνά. Δηλαδή χρειάζεται περισσότερη ενημέρωση του κόσμου, αλλά και κάποιο τρόπο να τους προσελκύεις, ακόμα και αν δεν θέλουν την προσοχή, γιατί είναι άδικο για τους ανθρώπους που εργάζονται για τον πολιτισμό να μην έχουν ανταπόκριση και πολλές φορές πρέπει να πω ότι και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας δεν ανταποκρίνονται πολύ εύκολα στις εκδηλώσεις μας. Δηλαδή,

προτιμούν να πάνε εκεί που θα πάνε πολιτικοί παραδείγματος χάρη, αλλά όταν θα γίνει η δική μας εκδήλωση δεν θα έρθουν. Εμείς μπορεί να δώσουμε μια γενική πρόσκληση και στέλνουμε στον τύπο όταν θα έχουμε εκδήλωση. Είναι σπάνιο να έρθει δημοσιογράφος.

***{Προληπτικότητα απέναντι στο Μουσείο}***

**Ερευ:** Άρα υπάρχει και πρόβλημα όχι από την πλευρά του Μουσείου, αλλά και από την πλευρά της προώθησης από εξωτερικούς παράγοντες.

**Συμμ 1** Ναι ναι ναι δεν τους ενδιαφέρει, νομίζουν ότι δεν είναι πιασάρικο, δεν έχει ανταπόκριση και δεν ενδιαφέρει τον κόσμο. Δεν ξέρω γιατί το κάνουν τούτο το πράγμα.

**Ερευ:** Ποιά είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει διασταγμός; Αν δεν επισκέπτονται τα Μουσεία γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;

**Συμμ 1:** Εεε πιστεύω πως είναι παιδεία το να πηγαίνεις σε ένα μουσείο, είναι κάτι που μαθαίνεις από τον καιρό που είσαι μικρός, ότι έχει σημασία στην ζωή αυτό το πράγμα και με ενδιαφέρει να πηγαίνω να το βλέπω και μου δίνει μια αξία στην ζωή μου αυτό το πράγμα. Πιστεύω πως στα σχολεία δεν καλλιεργείται εε δεν καλλιεργείτο πάρα πολύ. Βλέπω τώρα ότι έχουμε κάθε μέρα σχολεία, δηλαδή μεγάλη αύξηση στην επισκεψιμότητα. ***{Η επίσκεψη στα Μουσεία καλλιεργείτε απο μικρή ηλικία}***

**Ερευ:** Δημοτικά κυρίως ή και Λύκεια;

**Συμμ 1:** Νηπιαγωγεία και δημοτικά.

**Ερευ:** Γυμνάσια και Λύκεια είναι πιο περιορισμένες οι επισκέψεις;

**Συμμ 1:** Στα Γυμνάσια είναι πιο περιορισμένες οι επισκέψεις.

**Συμμ 2:** Αλλά τα νηπιαγωγεία αυξήθηκαν πάρα πολύ.

**Ερευ:** Ίσως μπορεί να κατάλαβαν ότι είναι από εκείνη την ηλικία που μπορείς να καλλιεργηθείς.

**Συμμ 1:** Και είναι απίστευτο πόσα μπορούν να καταλάβουν τα μωρά ακόμα και τις πιο δύσκολες έννοιες μπορείς να τους τις εξηγήσεις στο Μουσείο και να τις καταλάβουν εεε εάν ένας αρχίσει έτσι, νομίζω ότι θα αγαπά τα Μουσεία, δεν υπάρχει άλλη περίπτωση. Οι Κύπριοι σήμερα οι ενήλικες δεν έχουν περάσει αυτή την παιδεία και εαν δεν το εκάναν από μόνοι τους στην ζωή τους, εάν δεν υπήρξε αυτό το ενδιαφέρον, τότε είναι πολύ δύσκολο να τους καλέσεις να έρχονται από μόνοι τους στα Μουσεία.

**Ερευ:** Εσάς ποια είναι η άποψή σας;

**Συμμ 2:** Είναι θέμα ότι μπορεί να το κάνουν οι ενήλικες όταν πηγαίνουν εξωτερικό να το βάζουν στην ατζέντα του ταξιδιού, αλλά οι πιο πολλοί είναι για να πουν ότι θα πάνε, ενώ οι ίδιοι άνθρωποι μπορεί να μην έχουν έρθει ποτέ εδώ, άρα το θέμα είναι και λίγο ψυχολογικό ότι είναι πάντα εδώ. *{Οι Κύπριοι επισκέπτονται τα Μουσεία άλλων χωρών προγραμματισμένα}*

**Συμμ 1:** Ότι ίσως δεν έχει τόση αξία όσο έχει το Βρετανικό.

**Συμμ 2:** Και επειδή δεν προωθήθηκε μέσα στα χρόνια και δεν προωθήθηκε ως Μουσείο ποτέ, επειδή είμαστε Τμήμα Αρχαιοτήτων και αυτός ο τίτλος υπερίσχυσε, ενώ το Κυπριακό Μουσείο στις αρχές του Αιώνα μπορεί να το ήξεραν, αλλά νομίζω στον 21<sup>ο</sup> αιώνα ο κόσμος δεν συνδέει το Κυπριακό Μουσείο με ένα Μουσείο. *{Το Μουσείο δεν προβλήθηκε ποτέ σαν μοναδική οντότητα}*

**Ερευ:** Δεν αποτελεί οντότητα.

**Συμμ 1:** Είναι ξεχωριστή οντότητα, αλλά είναι μέρος του Τμήματος Αρχαιοτήτων ίσως να μην προβάλλεται ως Μουσείο. Δεν έχει κάτι που μας αποτρέπει να το κάνουμε, δηλαδή ως τώρα ήταν και η νοοτροπία τέτοια τώρα, όμως τα Μουσεία επειδή έχουν πολύ μεγαλύτερο ρόλο στην ζωή του κόσμου παγκοσμίως, παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην κοινωνία, αυτό το πράγμα θα βγει και σε μας σε κάποιο στάδιο. Εντάξει, υπήρχαν ορισμένοι περιορισμοί στο promotion μέσα στον κυβερνητικό μηχανισμό γενικά, αλλά εμείς ως Μουσείο μπορούμε να βγούμε έξω και να το υπερβούμε αυτό το πράγμα. Δεν θα μας πει κανένας γιατί το κάνετε αυτό για το Μουσείο. Δεν προωθάς το Τμήμα Αρχαιοτήτων, προωθάς το Μουσείο και το κλίμα τώρα μας βοηθά σε αυτό το πράγμα. *{Περιορισμοί προώθησης του Μουσείου από την Κυβέρνηση}*

**Ερευ:** Εσάς ποια είναι η άποψή σας σχετικά με το θέμα;

**Συμμ 3:** Βασικά παρατήρησα ότι σε πιο μεγάλες ηλικίες έχουν εντάξει το Μουσείο τα ιδιωτικά σχολεία στο πρόγραμμα τους. Είναι πολλά τα ιδιωτικά σχολεία και αφιερώνουν και πάρα πολλές ώρες, κάνουν προγράμματα, δηλαδή έρχονται οργανωμένα. Τους καθηγητές τους τους συνάντησα να έρχονται και από πριν και να ενημερώνονται, δηλαδή έρχονται και δεν τους αφήνουν ανεξέλεγκτα όπου θέλουν και υπάρχει ένα πρόγραμμα και είδα ότι ενδιαφέρονται, δηλαδή ίσως να φταίει ο τρόπος που τα ίδια τα σχολεία μας προωθούν. Ήταν πάρα πολύ ήσυχοι, μιλούμε για δεκαεξάρηδες που δεν τους

ενδιαφέρουν κάποια πράγματα, έχουν άλλες έννοιες σε αυτές τις ηλικίες. Ήταν πάρα πολύ συνεργάσιμοι, ήσυχοι, ζωγράφιζαν, σχεδίαζαν, παρατηρούσαν τα αντικείμενα, μιλούσαν μεταξύ τους. Μου έκανε εντύπωση, αλλά οφείλεται στην παιδεία και στην εκπαίδευση που τους δόθηκε πριν να έρθουν στο Μουσείο. Εγώ βρίσκω ότι παίζει ρόλο πως το προσεγγίζουν τούτο το Μουσείο, όχι απλά σαν ένα χώρο. *{Τα σχολεία προωθούν το Μουσείο μέσα από οργανωμένες επισκέψεις}*

**Ερευ:** Σίγουρα και το σχολείο από τη μια μπορεί οι μαθητές να το θεωρούν πιο ανιαρό γιατί να πάμε με το σχολείο. Το σχολείο είναι κάτι που μας επιβάλλει κάποια πράγματα και δεν θέλω να πάω, γιατί το θεωρώ αγκαρία σε εισαγωγικά να πάω στο Μουσείο και θέλουν να με υποχρεώσουν να μάθω κάτι και όχι επειδή θέλω να μάθω κάτι. Μπορεί να παίζει και αυτό ρόλο.

**Συμμ 3:** Παίζει ρόλο τι είπαν μέσα στην τάξη, πως προσέγγισαν το θέμα και τι τους είπαν να έρθουν να κάνουν εδώ, δηλαδή αν τους έφεραν απλώς μια απλή επίσκεψη, όπως θα πήγαιναν οπουδήποτε αλλού, σίγουρα έχει αποτυχία αυτή η επίσκεψη. Δεν θα καταλάβουν τίποτε, αλλά αν το προγραμματίσαν και έβαλαν συγκεκριμένο στόχο να είναι εδώ, θα είναι άλλο το αποτέλεσμα και αυτό φάνηκε με τον τρόπο που συμπεριφέρονταν τα ίδια τα παιδιά μέσα στον χώρο.

**Ερευ:** Πόσα άτομα επισκέπτονται το Μουσείο τον χρόνο, σε τι ποσοστό αντιστοιχούν οι τουρίστες και σε τι ποσοστό οι μαθητές;

**Συμμ 1:** Οι τουρίστες γιατί έρχονται και με οργανωμένα groups από ταξιδιωτικούς πράκτορες, οπότε σίγουρα υπερισχύουν οι τουρίστες και τα σχολεία σε δεύτερο βαθμό. *{Οι Τουρίστες επισκέπτονται πολύ συχνά το Μουσείο ενώ οι Κύπριοι σε δεύτερο βαθμό}*

**Ερευ:** Εκτός μαθητών και τουριστών υπάρχει επισκεψιμότητα από Κύπριους που έρχονται από μόνοι τους χωρίς μεσολάβηση ας πούμε ή να έρθει κάποιος με την οικογένειά του ή κάποιος μόνος του;

**Συμμ 1, 2, 3:** Στις διακοπές βλέπεις οικογένειες ή τα Σαββατοκυριακά. *{Οι Κύπριοι επισκέπτονται το Μουσείο όταν βρουν χρόνο}*

**Ερευ:** Είναι νεαρής ηλικίας;

**Συμμ 1:** Είναι κυρίως μικρά μωρά του Δημοτικού. *{Επισκέπτονται το Μουσείο παιδιά μικρής ηλικίας}*

**Ερευ:** Ποιες ομάδες πληθυσμού επισκέπτονται συνήθως το Κυπριακό Μουσείο;

**Συμμ 1:** Είπαμε τα μωρά της Δημοτικής εκπαίδευσης του Νηπιαγωγείου, οι τουρίστες, και οικογένειες τις γιορτές. *{Μωρά Δημοτικού, Νηπιαγωγείου, Τουρίστες, και οικογένειες τις γιορτές}*

**Ερευ:** Παρατηρείτε προσέλευση Κυπρίων πολιτών ηλικίας 18-35 ετών στο Κυπριακό Μουσείο;

**Συμμ 1:** Από μόνοι τους νομίζω ότι είναι σπάνιο. *{σπάνιο να επισκεφθούν μόνοι το Μουσείο}*

**Συμμ 2:** Στις εκδηλώσεις υπερισχύουν. *{Στις εκδηλώσεις υπερισχύει προσέλευση νέων}*

**Συμμ 1:** Στις εκδηλώσεις υπερισχύουν ή θα έρθουν με φίλους τους ξένους μετά όμως από μια εκδήλωση έρχονται μετά από καμιά δυο εβδομάδες άτομα να έρχονται αυτής της ηλικίας. *{Στις εκδηλώσεις υπερισχύουν οι νέοι}*

**Ερευ:** Αν παρατηρείτε μειωμένη προσέλευση Κυπρίων Πολιτών στο Κυπριακό Μουσείο ηλικίας 18 με 35 ετών που πιστεύετε ότι μπορεί να οφείλεται αυτό;

**Συμμ 1:** Δεν είναι μειωμένη γιατί δεν ήταν ποτέ περισσότερη. Παρατηρείται μικρή κίνηση θα έλεγα για τους λόγους που προείπαμε, δηλαδή όλα αυτά η εκπαίδευση, η παιδεία, το τι έμαθαν στο σπίτι τους το τι έμαθαν στο σχολείο, προκαταλήψεις για το αν αξίζει τον κόπο να έρθεις σε αυτό το Μουσείο ή όχι. *{Πολύ μειωμένη η προσέλευση λόγω προκατάληψης, έλλειψης διαπαιδαγώγησης από την οικογένεια}*

**Ερευ:** Ή τα ενδιαφέροντα ίσως μπορεί κάποιος να θεωρεί ότι δεν είναι μέσα στα ενδιαφέροντα του ας πούμε δεν σπουδάζω ούτε αρχαιολογία ούτε Ιστορία ούτε φιλόλογος που να υπάρχει κάποια σχέση με το Μουσείο άρα γιατί να πάω ίσως μπορεί να το θέτουν και από πλευρά ενδιαφερόντων που μπορεί να υπάρχουν;

**Συμμ 1:** Όλοι πρέπει να πηγαίνουν στα Μουσεία όχι μόνο οι αρχαιολόγοι, φυσικά η ουσία δεν είναι τόσο για τους Αρχαιολόγους, αλλά για το κοινό για να ξέρεις κάτι για τον εαυτό σου, για την χώρα σου, την όλη σου ύπαρξη. Πρέπει να ξέρεις το πλαίσιο στο οποίο ζεις, επομένως αν δεν το ξέρεις αυτό, σημαίνει ότι σου λείπει στοιχειώδης γνώση. *{Είναι καθήκον κάθε Κύπριου να γνωρίζει για την ταυτότητα του και την ιστορία του τόπου του}*

**Συμμ 2:** Εξαρτάται και για τι κατηγορίες μιλάς, γιατί μέσα σε αυτές τις ηλικίες υπάρχουν διάφορες κατηγορίες, συνήθως έχεις τους Καλλιτέχνες, αυτοί που σπουδάζουν ανθρωπιστικές επιστήμες. *{Συνήθως το επισκέπτονται άτομα που έχουν σχέση με το Μουσείο}*

**Ερευ:** Δηλαδή τα άτομα που επισκέπτονται το Μουσείο έχουν πιο στενή σχέση με το Μουσείο;

**Συμμ 1:** Ναι δεν θα βρεις άτομα που δεν έχουν κάποια στενή σχέση να έρχονται συχνά. Πρώτα απ' όλα, οι ώρες εργασίας τους είναι τέτοιες που τα Μουσεία δεν είναι ανοιχτά, το ωράριο είναι ένας λόγος, αλλά δυστυχώς ότι και αν κάναμε δεν καταφέραμε τίποτε.

**Ερευ:** Δηλαδή θα έπρεπε να λειτουργεί πιο πολλές ώρες το Μουσείο;

**Συμμ 1:** Έχει σχέση το ωράριο, διότι αν ένας μετά την δουλειά, αν είχαμε ένα ωραίο εστιατόριο καφέ εδώ στο Μουσείο και ήμασταν ανοιχτοί ως τις 8:00 η ώρα, θα μπορούσε να έρθει κάποιος εδώ πέρα να συναντηθεί με κάποιον άλλον στο καφέ του Μουσείου και να δουν και κάτι αν έχει ενδιαφέρον. Στο Βρετανικό Μουσείο γίνεται αυτό το πράγμα, στα μεγάλα Μουσεία γίνεται, αλλά υπάρχουν και πολλές ευρωπαϊκές χώρες που είναι σαν εμάς. *{Το ωράριο είναι πρόβλημα για την επισκεψιμότητα}*

**Ερευ:** Άρα πρέπει να γίνει δουλειά και από πλευράς Μουσείου δηλαδή όχι μόνο από πλευράς του κράτους.

**Συμμ 1:** Από την στιγμή που είμαστε κυβερνητικός οργανισμός, εμείς δεν μπορούμε να ανατρέψουμε μερικά πράγματα για την οικονομική οργάνωση του κράτους και αυτό είναι τεράστιο εμπόδιο, γιατί εμείς προσπαθήσαμε και με εισηγήσεις να αλλάξουμε το θέμα, τους παρακινούμε συνέχεια, αλλά αν δεν υπάρξει αυτό που λέμε συνέχεια μια απαίτηση της κοινωνίας να γίνει αυτή η αλλαγή, είτε είναι η δημιουργία του νέου Κυπριακού Μουσείου, είτε τα Μουσεία να παίζουν πιο σημαντικό ρόλο στην κοινωνική οργάνωση, αυτό πρέπει να το φέρει η πολιτεία. Πρέπει να αλλάξει θεσμούς, να δώσει περισσότερα χρήματα, να δώσει περισσότερη έμφαση, προσωπικό, να πει ας πούμε δεν θα κάμουμε τόσα λιμάνια, δεν θα κάμουμε τόσες μαρίνες. Θα κάνουμε το Αρχαιολογικό Μουσείο, θα κάνουμε τα Μουσεία μας. Όμως, για να γίνουν αυτά πρέπει να ξοδέψεις πολλά. Δεν μπορείς να κάνεις ένα ωραίο Μουσείο αν δεν ξοδέψεις, είναι ακριβά τα πράγματα που έχουν σχέση με το Μουσείο, είτε είναι φωτισμός, είτε είναι προθήκες, είτε

είναι κτήρια είναι εξειδικευμένα. *{Το Μουσείο χρειάζεται βοήθεια από τους αρμόδιους φορείς λόγω του ότι είναι Κυβερνητικός οργανισμός}*

**Ερευ:** Εσάς ποια είναι η άποψή σας σχετικά με το θέμα;

**Συμμ 2:** Είναι θέμα παιδείας ειδικά η γενιά τώρα οι 30ρηδες ας πούμε δεν μας έπαιρναν στο Μουσείο με το σχολείο δεν θυμάμαι κάτι τέτοιο, *{η γενιά των 30ρηδων δεν είχαν διαπαιδαγώγηση για τα Μουσεία, έτσι δεν καλλιεργήθηκε η συνείδηση αυτή}* άρα δεν έχεις ανάμνηση. Άλλος λόγος είναι ότι τώρα άρχισε να προβάλλεται σαν αυτόνομος οργανισμός για να μπορεί ο άλλος να το βάλει μέσα στο μυαλό του το Κυπριακό Μουσείο σαν εικόνα και να έρθει, έτσι βλέπουμε αύξηση τούτης της ομάδας. Το άλλο είναι το ωράριο πάρα πολύ βασικό. *{Τώρα ξεκινά η προβολή του Μουσείου σαν αυτόνομος οργανισμός}*

**Συμμ 3:** Και εγώ πιστεύω ότι το ωράριο είναι πολύ σημαντικό, μεν βλέπουμε τώρα που έχει πολλούς άνεργους, δουλεύει τούτες τις ώρες ο κόσμος ιδιαίτερα σε ιδιωτικές εταιρίες αργούν να φύγουν, οπότε είναι πολλά δύσκολο να το εντάξουν μέσα σε ένα πρόγραμμα. *{Μειωμένη επίσκεψη λόγω ωραρίου εργασίας}*

**Συμμ 2:** Και το ότι η περιοχή τώρα αρχίζει να αναβαθμίζεται του τελευταίου μήνες. Είναι μια περιοχή με νεκρά δημόσια κτήρια, το ΘΟΚ που έπεσε, το Νοσοκομείο το οποίο έφυγε, το απέναντι καφέ κλειστό, δεν είναι διαδρομή του κόσμου της Λευκωσίας ή να δώσουν εδώ ραντεβού και να πάνε πάρα κάτω. *{Το Μουσείο βρίσκεται σε μια περιοχή που δεν είναι αναβαθμισμένη}*

**Ερευ:** Δεν υπάρχει ένα σήμα κατατεθέν δηλαδή.

**Συμμ 1:** Όχι και γι' αυτό πρέπει να δημιουργηθεί ένα πολιτιστικό ορόσημο και να δημιουργήσει ζωή εδώ. Πρέπει να υπάρχει μια συντονισμένη προσπάθεια. Δεν μπορούμε από μόνοι μας και τον Δήμο συμβαίνουν πολλές φορές διάφορα. *{Να καταστεί το Μουσείο ως σημείο συνάντησης}*

**Ερευ:** Έχετε αναφέρει προηγουμένως για την δημιουργία ενός νέου Μουσείου, υπάρχει μέσα στα σχέδιά σας αυτό;

**Συμμ 1:** Υπάρχει στόχος εδώ και πολλά χρόνια να δημιουργηθεί ένα νέο Κυπριακό Μουσείο, υπάρχει μια δυναμική τώρα, αλλά πάλι είναι πάρα πολύ δύσκολο.

**Ερευ:** Θα μπορούσε να τραβήξει αρκετό πληθυσμό η δημιουργία ενός νέου Μουσείου.

**Συμμ 1:** Τόσα χρόνια αν γινόταν η αναβάθμιση του θα μπορούσε όλο το τετράγωνο να είναι...

**Συμμ 3:** Ναι, αλλά πρέπει να αναπτυχθεί και μέσα στον κόσμο. Το θέμα δεν είναι μόνο κτηριακό, οι αρχαιότητες που θα μπουν στο νέο Μουσείο είναι αυτές που έχουμε εδώ, αλλά πρέπει να αναπτυχθεί η αγάπη του κόσμου για την πολιτιστική του κληρονομιά και ότι κρύβεται παντού, δεν είναι ανάγκη να την βάλεις σε ένα ωραίο περιτύλιγμα. *{Δεν είναι θέμα μόνο να γίνει το νέο Μουσείο, αλλά να καλλιεργηθεί συνείδηση στον κόσμο}*

**Συμμ 1:** Ή μπορεί να είμαστε σε ένα ωραιότατο νέο κτήριο, να περάσουν και να το δουν απ'έξω, να ξέρουν ότι είναι το Κυπριακό Μουσείο και να μην λειτουργήσει.

**Συμμ 3:** Εγώ θα ήθελα πάρα πολύ να γινόταν μια έρευνα για να δούμε αυτοί που υποστηρίζουν το Νέο Μουσείο, πόσες φορές ήρθαν και αν έχουν έστω τις βασικές γνώσεις για το τι είναι αρχαίο, δηλαδή αρέσει πάρα πολύ στους Κύπριους το καινούριο.

**Συμμ 2:** Οι ξένοι, οι Άγγλοι, οι Ευρωπαίοι πάντα αναγνωρίζουν ότι είναι λίγο παλιάς εποχής το στήσιμο, αλλά ενθουσιάζονται με την ατμόσφαιρα του κτιρίου. Οι Κύπριοι έχουν ακριβώς την αντίθετη άποψη, λένε ότι είναι απαρχαιωμένο, νιώθουν κατάθλιψη. Οι ξένοι μπαίνουν σε ένα ονειρικό κόσμο και οι δικοί μας μπαίνουν σε κατάθλιψη. *{Οι Τουρίστες ενθουσιάζονται με την παλαιά αρχιτεκτονική του κτιρίου, ενώ οι Κύπριοι όχι}*

**Συμμ 3:** Οι Κύπριοι δεν καταφέρνουν να συνδεσουν το παρελθον με το παρον τους και το μελλον τους. *{Οι Κύπριοι δεν συνδιάζουν το νέο με το παλαιό}*

**Συμμ 1:** Αυτη η αλλαγη χρησης είναι κατι που είναι εμπεδωμενο μες τη συνειδηση του Ευρωπαιου, δεν τους αρεσει να κατεδαφιζουν η να φευγουν από το παλιο και να προσφενγουν σε ενα καινουριο. Τους αρεσει η μοντερνα εκδοχη του παλιου. Σε μας αυτο το πραγμα δεν υπαρχει. *{Οι Ευρωπαίοι προτιμούν την μοντέρνα εκδοχή του παλαιού ενώ σε εμάς δεν υπάρχει}*

**Ερευ:** Δεν είναι πρωτοποριακοί

**Συμμ 1:** Όχι δεν είναι πρωτοποριακοι, τους αρεσει να κρατουν την παραδοση τους, αλλα να την εκσυγχρονιζουν. Εμείς θελουμε και το καινουριο και το νεο, διοτι δεν

καταλαβαίνουμε την αξία του παλιού, δηλαδή εμείς θα ήμασταν ευτυχείς αν μπορούσαμε ολόκληρο αυτό το κτίριο να το ενσωματώσουμε. Και αν βλέπεις παρά πολλά μουσεία του κόσμου όπως στο Τορόντο, στο Λουβρό, σκεφτήκαν ποτέ ότι θα το φυγούν; Όχι, έβαλαν την πυραμίδα έξω, στο Τορόντο έκαναν κάτι το ίδιο. Όλα τα μουσεία τα παλιά ενσωματώθηκαν μέσα στα καινούρια και στην Αθήνα το ίδιο γίνεται, στο Μπενάκη, στο Βουλανδρί, στο μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, εκεί το παλιό και το νέο κτίριο εφαπτεται το ένα με το άλλο. Θέλω να πω και εδώ θα μπορούσαμε να κάνουμε το ίδιο, αλλά και να το πεις δεν έχει απήχηση, δεν το καταλαβαίνουν. *{Οι Κύπριοι δεν αναγνωρίζουν την αξία του παλαιού}*

**Συμμ 3:** Τους αρέσει το καινούριο, νομίζω ότι είναι κι ένας λόγος που κατεδαφίστηκαν τόσα κτήρια. Δεν έμειναν παλιά κτήρια και όχι μόνο στη Λευκωσία. *{Στους κύπριους αρέσει το καινούργιο}*

**Ερευ:** **Υπάρχει κάποια στρατηγική διαφήμισης για το μουσείο; Εάν ναι σε ποιους απευθύνεται;**

**Συμμ 1:** Όπως είπαμε, η διαφήμιση για εμάς, επειδή είμαστε κυβερνητικό τμήμα, δεν είναι μέσα σε εκείνα στα οποία ασχολουμαστε τόσο πολύ. Όμως ως Μουσείο εμείς το βλέπουμε διαφορετικά και θέλουμε να προσελκύουμε κόσμο για τις εκδηλώσεις μας και έτσι κάναμε ιστοσελίδα η οποία δεν είναι ασχημη, αλλά χρειάζεται αρκετή αναβάθμιση, προσπαθούμε αρκετά. Νομίζω είναι καλύτερη από πολλές κυβερνητικές ιστοσελίδες όσο αφορά την αισθητική, αλλά θέλουμε βοήθεια για την προβολή τουλάχιστον των δραστηριοτήτων μας. *{Ανάγκη για την προβολή δραστηριοτήτων}* Να μαθαίνει ο κόσμος ότι είμαστε δραστηριοί, ότι κάνουμε πράγματα, ότι ανακαινίζουμε αιθούσες, ότι έχουμε περιοδικές εκθεσεις, έχουμε νέα προϊόντα προς πώληση. Έχει κάτι το Μουσείο μας να προσφέρει. Επομένως αυτό το πράγμα πρέπει να προωθηθεί περισσότερο. *{Χρειάζεται αναβάθμιση η ιστοσελίδα του Μουσείου}*

**Ερευ:** **Αρα δεν υπάρχει κάποιος φορέας που να μπορεί να σας δημιουργήσει τις καμπάνιες;**

**Συμμ 1:** Όχι δεν έχουμε κάποιο φορέα, ο ΚΟΤ συνεργάζεται ως ένα σημείο, αλλά έχει άλλες προτεραιότητες. Είναι διαφορετικό το σκεπτικό του ΚΟΤ απ'ότι εμάς και το πως προωθεί την Κύπρο, είναι διαφορετικό. Εμείς προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε facebook. *{Ανάγκη για δημιουργία σελίδας στο facebook}*

**Ερευ:** Λογω της νεολαιας, οι περισσότεροι νεαροι μβαινουν.

**Συμμ 2:** Facebook και youtube, να αρχισουμε να βαζουμε τα films που κανουμε. Όμως ο τυπος δεν είναι δεκτικός, συνηθως μπορεί να βαλει ακριβως μια φωτογραφια, χωρις μια κριτικη, χωρις να ερθουν δημοσιογραφοι. Πιανουν απλα τα ανακοινωθεντα και συνηθως παρα πολλα περιοδικα καποιες φορες δεν βαζουν καν κατι. *{Ο τύπος δεν προβάλει το Μουσείο σωστά}*

**Συμμ 1:** Επισης, παντα αν υπαρχει μια κριτικη η οποια είναι αρνητικη, την βαζουν πρωτη σελιδα χωρις να ερθουν να καμουν την παραμικρη ερευνα, χωρις καν να μας ρωτησουν εαν είναι αληθεια αυτο το πραγμα.

**Συμμ 3:** Είναι επιπολαιοι.

**Συμμ 1:** Και επειδη τους αρεσει, νομιζουν οτι είναι εποικοδομητικο να κριτικαρεις. Είναι το πιο ευκολο χωρις να εχεις γνωση του θεματος.

**Συμμ 1:** Και οι διαφημησεις χρειαζονται εξω στους δημοσιους χωρους. Προσπαθησαμε να βαλουμε διαφημησεις οταν ειχαμε την προεδρια. Συνεργαστηκαμε με το ΡΙΚ και εμπαινε διαφημιση για τις τεσσερις μεγαλες εκθεσεις οργανωσεις στο εξωτερικο περσι. *{Υπήρξε προσπάθεια διαφήμισης του Μουσείου σε εξωτερικούς χώρους και στην τηλεόραση}*

**Ερευ:** Αρα υπαρχει μειωμενη προβολη.

**Συμμ 1:** Ξερεις επρεπε να γραψουμε επιστολη στο ΡΙΚ, είναι εθνικο, πρεπει οι Κυπριοι που πανε στο εξωτερικο να τα δουν, οι Κυπριοι ομογενεις πρεπει να τα δουν και τελικα τα αφησαμε.

**Ερευ:** Ο λογος που δεν επισκεπτονται τοσο πολυ οι Κυπριοι κυριως είναι οτι δεν υπαρχει αρκετη προβολη προς τα εξω, αρα το προβλημα είναι διπλο.

**Συμμ 1:** Δεν υπαρχει αυτο το προβλημα, οχι, εκεινος που δεν κοιταζει να δει αυτες τις εκδηλωσεις δεν θα το δει.

**Ερευ:** Ποιες τακτικες χρησιμοποια το μουσειο για να προσελκυσει τουριστες και ποια τακτικη για να προσελκυσει τους Κύπριους;

**Συμμ 1:** Οι τακτικες μας είναι να εχουμε το Μουσείο σε μια λειτουργια ομαλη, να αναβαθμιζουμε τις εκθεσεις μας. Αναβαθμιζουμε τωρα το πληροφοριακο υλικο της ιστοσελιδας, κανουμε αυτες τις εκδηλωσεις που είναι στοχευμενες και για τουριστες. Οι

εκθεσεις μας προσελκυσουν αρκετο κοσμο. Λυσαμε προβληματα λειτουργικοτητας όπως θερμανση, κλιματισμό, τουαλετες, λυσαμε καποια για να προχωρουμε, διοτι είναι βασικα. *{Το Μουσείο προσπαθεί να αναβαθμίζεται και να ενισχύει το υλικό του}*

**Συμμ 2:** Οι Κυπριοι πιο πολυ στοχευουν στις εκδηλώσεις, οταν εχουμε εκδηλώσεις εχουμε αφισες. Σκορπιζουμε αφισες, τις βαζουμε γυρω στις πολεις και σε καφετεριες, σε πανεπιστημια. *{Οι Κύπριοι στοχεύουν τις εκδηλώσεις ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν αφίσες σε διάφορα σημεία}*

**Ερευ:** Δηλαδή είναι διαφορετικός ο τροπος προσελκυσης των τουριστων από τους Κυπριους πολιτες, ισως επειδη οι τουριστες θελουν να δουν κατι, επειδη δεν είναι η κουλτουρα τους.

**Συμμ 2:** Θελουν να δουν την μονιμη εκθεση του Μουσείου. Συνηθως οι τουριστες μια μερα διαθετουν η λιγες ωρες, μπορει να ερθουν από Λεμεσο και φευγουν, ενω οι Κυπριοι πρεπει να ερχονται στις στοχευμενες εκδηλώσεις. *{Οι Κύπριοι έρχονται για στοχευμένες εκδηλώσεις ενώ οι τουρίστες για να δουν τα κύρια εκθέματα}*

**Ερευ:** Πως θα μπορούσαμε να προσελκυσουμε τους νεους ηλικιας 18 με 35 ετων στο Μουσείο; Με ποιους τροπους θα μπορούσαμε;

**Συμμ 1:** Τουτα που ειπαμε, αν ειχαμε πιο συχνα εκδηλώσεις, αν μπορούσαμε να δημιουργησουμε αυτη την αμφιδρομη σχεση που λει η Ευθυμια, οτι ας πουμε θα ερθουν θα φερουν και τους φιλους τους. Θα πρεπει να τους δωσουμε και την υποδομη για να το κανουν αυτο τοπραγμα, δηλαδή εμεις τωρα οπως ειμαστε οργανωμενοι, μπορούμε να το κανουμε μονο σε αυτες τις καθορισμενες περιπτωσης, λογω προυπολογισμων είναι πολυς κοπος για μια φορα τον χρονο. Το κανουμε από μονοι μας, δηλαδή δεν εχουμε καν το καταλληλο προσωπικο να οργανωσει αυτο τοπραγμα. Εμεις θα κανουμε τα παντα από την επιστημονικη πλευρα της οργανωσης της εκθεσης, μεχρι την μουσειολογικη πλευρα, ποιες καρεκλες να βαλουμε στην αυλη. *{Ανάγκη για δημιουργία πιο συχνών εκδηλώσεων και εκθέσεων}*

**Ερευ:** Αναλαμβάνετε καθηκοντα στα οποια δεν εισαστε υπευθυνοι να διαδραματισετε.

**Συμμ 1:** Με πολυ κοπο τα κανουμε και ξερεις, δηλαδή το επιστημονικο μερος πολλες φορες θα μπορουσε να ηταν πιο εντονο, το εκπαιδευτικο, διοτι θα ειχαμε περισσοτερο χρονο εαν δεν τα ειχαμε ολα αυτα τα οργανωτικα να τα κανουμε από μονοι μας. Θα

μπορούσαμε να αφιερώσουμε πολύ περισσότερο χρόνο για τα εκπαιδευτικά προγράμματα για την κάθε εκθεση μας, παραδειγματος χάριν για όλες τις ηλικίες. Θα μπορούσαμε να τα στείλουμε και στα πανεπιστήμια, γιατί από επιστημονικής απόψης θα είχε ενδιαφέρον ή θα μπορούσαμε να κάνουμε και για την μεση εκπαίδευση και για τα νηπιαγωγεία. Δηλαδή, όλα αυτά τα πράγματα υποφέρουν λόγω έλλειψης χρόνου, διότι αναγκαζόμαστε να κάνουμε τα πάντα εμείς. *{Αναλαμβάνουμε πολλές ευθύνες και δεν υπάρχει η οργάνωση στοχευμένων προγραμμάτων στην παιδεία}*

**Ερευ:** Όσο αφορά την προώθηση δηλαδή υπάρχουν διαφορα μέσα να προβάλεις το Μουσείο. Ποια θα ήταν τα καταλληλά πιστεύετε εσείς για να μπορέσει να προωθηθεί το Μουσείο για τις συγκεκριμένες ηλικίες. Υπάρχουν διαφορα μέσα, μπορεί να είναι διαφημίσεις στους δρόμους, μπορεί να είναι ένα site στο facebook.

**Συμμ 1:** Είναι όλα μαζί, είναι συνδυασμός, διότι η κάθε ηλικιακή ομάδα προσελκύεται με διαφορετικό τρόπο.

**Ερευ:** Συμφωνώ στην συγκεκριμένη περίπτωση που μιλούμε για πολύ νεαρά άτομα 18 με 35 δηλαδή τα social networks κυριαρχούν στις συγκεκριμένες ηλικίες.

**Συμμ 1,2,3:** Πάρα πολύ και emails το ίδιο.

**Ερευ:** Δηλαδή έτσι παρατηρείται μια μείωση στις αφίσες του δρόμου, δηλαδή μπορεί να περνάς και να μην δίνεις σημασία.

**Συμμ 1,2,3:** Και όχι μόνο για τις δικές μας εκδηλώσεις, για όλα. Στα φώτα βλέπουν το και λένε α έχει κάτι. Εγώ παρατηρώ τις ταμπέλες, στην Λεμεσό είναι παντού τις βλέπεις και σε σημεία που μπορεί να μην είναι κεντρικά.

**Συμμ 2:** Όταν βάζαμε αφίσες για τον Άνθρωπο στις καφετερίες κυρίως ρωτούσαν πάρα πολλά. *{Οι αφίσες λειτουργούν πάρα πολύ}*

**Ερευ:** Τηλεοπτικές ραδιοφωνικές βοηθούν;

**Συμμ 1:** Βοηθούν αλλά είναι δύσκολο λόγω κόστους. *{Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις κοστίζουν πάρα πολλά}*

**Ερευ:** Επομένως στο διαδίκτυο οι περισσότεροι άνθρωποι περνούν περισσότερες ώρες ή διαβάζοντας εφημερίδες ή παίζοντας στο facebook μπορούν με την ησυχία τους να το δουν.

**Ερευ:** Υπάρχουν άλλα προβλήματα στο Μουσείο που δεν αναφερθηκαν εδώ με σκοπο να προωθηθει το Μουσείο καλύτερα προς τα έξω που δεν τα εχουμε αναφερει;

**Συμμ 1:** Υπάρχουν παρα πολλά, είναι ένας φαυλος κυκλος, το ενα πρόβλημα είναι αλληλενδετο με το αλλο.

**Συμμ 2:** Το αλλο που δεν ειπαμε για τις ηλικιες που αναφερεις είναι ο συνδυασμος των τεχνων, δηλαδη νομιζω λειτουργει παρα πολυ ωραιο το να συνδυαζεις τη μουσικη, το χορό. Αρχίζει και αποκτα αλλη διασταση ο χωρος του Μουσείου να φερεις ολες τις τεχνες μαζί ποιηση οτιδηποτε. *{Το σμήξιμο των τεχνών στο Μουσείο συνδυάζεται πολύ ωραία}*

**Συμμ 1:** Και τουτο προσελκυει και αλλους διοτι θα ακουσουν και τους φιλους τους που μπορει να μην ασχολουνται η να εχουν σχεση και ο ενας φερνει τον αλλο. *{Η διάδοση είναι πολύ σημαντική από στόμα σε στόμα}*

**Ερευ:** Ωραιο σας ευχαριστω παρα πολυ για την ωρα που διαθεσατε για την συνεντευξη.

**Συμμ:** Και εμεις ευχαριστουμε.

## **6.2 Παράρτημα 2 - Αποκωδικοποιημένη συνέντευξη από το κοινό ηλικίας 18 με 35 ετών για την επισκεψιμότητα του Μουσείου**

### **Στάσεις και αντιλήψεις**

- 1) Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;
- 2) Ποιά είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα Μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει δισταγμός; Εάν δεν επισκέπτονται Μουσεία, γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;

### **Επισκεψιμότητα**

- 1) Έχετε επισκεφθεί το Κυπριακό Μουσείο;
- 2) Εάν όχι, γιατί; Παρακαλώ εξηγήστε πιο αναλυτικά τους λόγους.
- 3) Εάν έχετε επισκεφθεί το Μουσείο, πότε ήταν η τελευταία φορά που το επισκεφθήκατε; Πόσο συχνά το επισκέπτεστε;
- 4) Πώς σας φάνηκε η τελευταία επίσκεψή σας στο Κυπριακό Μουσείο; Τι σας έκανε περισσότερη εντύπωση στο Μουσείο και τι είναι αυτό που σας έκανε λιγότερη εντύπωση;
- 5) Θα θέλατε να ξαναεπισκεφθείτε το Μουσείο; Εάν ναι, γιατί; Εάν όχι, γιατί;
- 6) Πιστεύετε ότι οι νέοι Κύπριοι πολίτες επισκέπτονται το Κυπριακό Μουσείο; Εάν ναι, γιατί; Εάν όχι, γιατί;
- 7) Με ποιο τρόπο πιστεύετε πως θα μπορούσε το Μουσείο να προσελκύσει άτομα ηλικίας 18 με 35 ετών;

### **Διαφήμιση**

- 1) Πώς ενημερώνεστε για τα διάφορα events που γίνονται;
- 2) Τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό Μουσείο για να σας κινήσει το ενδιαφέρον;
- 3) Ποια είδη διαφημίσεων σας προσελκύουν;

**Πίνακας 1** Καταγραφή κωδικών- Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;

1	Έλλειψη παιδείας των νέων για τα Μουσεία	Σ1
2	Αναζήτηση του μοντέρνου και σύγχρονου	Σ2, Σ4
3	Εθισμός από την Τεχνολογία	Σ2
4	Ασχολούνται περισσότερο με την ψυχαγωγία	Σ3

**Πίνακας 2** Καταγραφή κωδικών- Ποια είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα Μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει δισταγμός; Εάν δεν επισκέπτονται μουσεία, γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;

1	Επισκέψεις σε χώρους ψυχαγωγίας	Σ1
2	Άμεση και εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο που είναι πηγή πληροφοριών	Σ2
3	Επιρροή από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Σ3
4	Αποφυγή διαφήμισης εκθεμάτων μουσείου στο διαδίκτυο (θετικό)	Σ4

**Πίνακας 3-** Είπατε προηγουμένως ότι υπάρχει μια ομοφωνία ότι υπάρχει άρνηση της επισκεψιμότητας λόγω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πιστεύετε ότι υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες οι οποίοι δεν έχουν σχέση μόνο με το θέμα της τεχνολογίας; Ίσως η διαπαιδαγώγηση;

1	Οι νέοι χρειάζονται καθοδήγηση	Σ1
2	Ευθύνονται οι γονείς για λάθος διαπαιδαγώγηση	Σ2
3	Τα σχολεία διαπαιδαγωγούν σωστά τα παιδιά για το Μουσείο	Σ3
4	Οι γονείς έχουν ευθύνη για την έλλειψη διαπαιδαγώγησης για τα Μουσεία	Σ3
5	Το μουσείο φέρει ευθύνη για την έλλειψη επισκεψιμότητας	Σ4

**Πίνακας 4-** Το επισκέπτεστε συχνά το Μουσείο εσείς;

1	Μειωμένη επίσκεψη λόγω του ότι δεν τραβά την προσοχή	Σ1
2	Μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων υποχρεώσεων	Σ2
3	Μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων ενδιαφερόντων και μειωμένης προβολής	Σ3, Σ4

**Πίνακας 5-** Έχετε πάει σε άλλα Μουσεία του Εξωτερικού;

1	Πιο μεγάλα τα μουσεία του εξωτερικού	Σ1
2	Λίγα Μουσεία και μικρού μεγέθους στην Κύπρο	Σ2
3	Περισσότερη προώθηση στα Μουσεία του εξωτερικού παρά της Κύπρου	Σ3
4	Το Κυπριακό Μουσείο να φέρει εκθέματα και από άλλους πολιτισμούς και νέες τεχνολογίες	Σ4

**Πίνακας 6-** Πώς σας φάνηκε η τελευταία επίσκεψη σας στο Κυπριακό Μουσείο; Τι είναι αυτό που σας έκανε την μεγαλύτερη εντύπωση στο Μουσείο και τι σας έκανε την λιγότερη εντύπωση στο Μουσείο;

1	Πολύ ενδιαφέρον τα αγγεία	Σ1
2	Τα αγάλματα δεν αντιπροσωπεύουν την Κυπριακή Ιστορία	Σ1
3	Υπάρχουν τα σημαντικά αλλά δεν υπάρχουν νέα εκθέματα	Σ2
4	Τα αγάλματα εντυπωσιάζουν στον χώρο	Σ2
5	Τα αγάλματα, τα αγγεία, τα κοσμήματα και τα ειδώλια εντυπωσιάζουν σε σχέση με τις πέτρες από τους τάφους	Σ3
6	Ίδια εντύπωση από προηγούμενη επίσκεψη γιατί προβάλλονται τα ίδια εκθέματα	Σ4

7	Τα αγάλματα και τα αγαλματίδια ενυπωσιάζουν γιατί είναι αποκλειστικά κυπριακά	Σ4
---	---	----

**Πίνακας 7-** Πιστεύετε ότι οι νεαροί Κύπριοι πολίτες επισκέπτονται το Κυπριακό Μουσείο; Αν ναι γιατί, αν όχι γιατί;

1	Μειωμένη επισκεψιμότητα από τους νέους	Σ1
2	Δεν το επισκέπτονται όσο οι άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας λόγω διαδικτύου	Σ2, Σ4
3	Επίσκεψη από τουρίστες παρά Κύπριους νεαρής ηλικίας	Σ3

**Πίνακας 8-** Με ποιο τρόπο θα μπορούσε το Μουσείο να προσελκύσει άτομα ηλικίας 18 με 35 ετών;

1	Πιο πρωτότυπα εκθέματα	Σ1
2	Πρέπει να γίνει η προβολή του Μουσείου	Σ3, Σ1
3	Εκτός από διαφημίσεις πρέπει να γίνουν και events	Σ4, Σ1
4	Διαφήμιση του Μουσείου και εκσυγχρονισμός του	Σ2

**Πίνακας 9-** Εσείς τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό μουσείο για να σας τραβήξει το ενδιαφέρον

1	Διαμόρφωση του χώρου και νέα εκθέματα	Σ2
2	Διαφήμιση που να προβάλλει κοσμήματα άλλων χρονολογιών και εργαλεία παλαιά	Σ3
3	Διαφήμιση για νέα τεχνολογία στο Μουσείο	Σ3, Σ4
4	Διαφήμιση νέων εκδηλώσεων	Σ4
5	Πιο πρωτότυπα εκθέματα	Σ1

**Πίνακας 10-** Θέλετε να προσθέσετε κάτι πάνω σε κάτι συγκεκριμένο;

1	Πρέπει να αυξηθεί η προβολή του Μουσείου	Σ3, Σ1
2	Νέα εκθέματα και πιο εντυπωσιακά	Σ2, Σ1

**Ερευ** Ονομάζομαι Ανδρέας Δημητρίου, είμαι φοιτητής του Τμήματος Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου και σκοπός της έρευνας αυτής είναι η μελέτη γύρω από την επισκεψιμότητα των Κυπρίων πολιτών νεαρής ηλικίας στο Κυπριακό Μουσείο καθώς και πώς μπορούμε να προσελκύσουμε αυτά τα άτομα στο Μουσείο. Η συνέντευξη θα είναι μαγνητοσκοπημένη και τα όσα ακουστούν και λεχθούν θα παραμείνουν ανώνυμα. Μπορούμε να συνεχίσουμε;

**Συμμ1,2,3,4** Ναι

**Ερευ** Πώς κρίνετε την στάση των Κυπρίων πολιτών όσο αφορά την κουλτούρα και την πολιτιστική κληρονομιά;

**Συμμ 1:** Πιστεύω ότι οι Κύπριοι δεν έχουν τόσο ανεπτυγμένη νοοτροπία, παρόλο που στο σχολείο έμαθαν κάποια πράγματα και επισκευτήκανε το Μουσείο, αλλά δεν αναπτύχθηκε η νοοτροπία τους όσο θα έπρεπε, γιατί τους ενδιαφέρει παραπάνω η ψυχαγωγία τους παρά το πολιτιστικό στο συγκεκριμένο θέμα *{έλλειψη παιδείας των νέων για τα Μουσεία}*

**Ερευ:** Ωραία εσάς ποια είναι η άποψη σας για το θέμα;

**Συμμ 2:** Εμένα η άποψή μου είναι ότι ο Κύπριος δεν ασχολείται με τα Μουσεία, λόγω του ότι θέλουν να περνούν την ζωή τους στην διασκέδαση και δεν τους ενδιαφέρει δυστυχώς η πολιτιστική κληρονομιά τους, όπως είπε και η προηγούμενη συνάδερφος, παρόλο που τους τα μάθαν στα σχολεία, δεν τους ενδιαφέρει, θέλουνε κάτι πιο σύγχρονο, κάτι πιο μοντέρνο. *{αναζήτηση του μοντέρνου}*

**Ερευ:** Άρα με λίγα λόγια δεν είναι τόσο ανεπτυγμένη η κουλτούρα στην κοινωνία λόγω της τεχνολογίας των νέων μέσω των επικοινωνιών της κοινωνικής δικτύωσης με λίγα λόγια όπως είπε και η προηγούμενη συμμετέχοντας;

**Συμμ 2:** Σωστά τους ενδιαφέρει περισσότερο η νέα τεχνολογία *{εθισμός απο την Τεχνολογία}*

**Ερευ: Εσάς ποια είναι η άποψή σας;**

**Συμμ 3:** Οι Κύπριοι πολίτες είναι απομακρυσμένοι από την κουλτούρα και την πολιτιστική ζωή του τόπου μας, γιατί όπως είπαν και οι προηγούμενοι δεν επισκέπτονται τα Μουσεία κατά την άποψή μου, γιατί θεωρούν ότι είναι κάτι βαρετό και προτιμούν να πηγαίνουν σε τόπους για διασκέδαση και ψυχαγωγία *{ασχολούνται περισσότερο με την ψυχαγωγία}*

**Ερευ: Εσάς ποια είναι η άποψή σας;**

**Συμμ 4:** Σε θέμα κουλτούρας και πολιτιστικής κληρονομιάς σε ένα βαθμό έχουν πολιτιστική κληρονομιά και κουλτούρα, εντάξει δεν τους ενδιαφέρει τόσο το Μουσείο και η αρχαία κουλτούρα όσο τα σύγχρονα πράγματα, αλλά σε ένα βαθμό υπάρχει ενδιαφέρον για κουλτούρα και πολιτιστική κληρονομιά *{αναζήτηση του σύγχρονου}*

**Ερευ: Ποια είναι η άποψή σας για την στάση των Κυπρίων όσο αφορά τα Μουσεία; Πιστεύετε ότι τα επισκέπτονται ή υπάρχει δισταγμός; Εάν δεν επισκέπτονται μουσεία, γιατί νομίζετε πως συμβαίνει αυτό;**

**Συμμ 1:** Πιστεύω πως δεν τα επισκέπτονται, γιατί όπως είπα και προηγουμένως, ψάχνουν για χώρους ψυχαγωγίας παραπάνω, γιατί το να επισκεπτούν το Μουσείο τους φαίνεται κάπως βαρετό παρά ένα κέντρο διασκέδασης ας πούμε. *{επισκέψεις σε χώρους ψυχαγωγίας}*

**Ερευ: Εσάς;**

**Συμμ 2:** Δυστυχώς συμφωνώ, γιατί οι σημερινοί Κύπριοι ασχολούνται παραπάνω με την ψυχαγωγική τους ζωή και δεν τους ενδιαφέρει η πολιτιστική τους κληρονομιά, τους ενδιαφέρει μόνο το διαδύκτιο και όχι να πηγαίνουν στα Μουσεία και αν τους ενδιαφέρει κάτι, το ψάχνουν από το δυαδίκτιο. Δυστυχώς ή ευτυχώς είναι το κύριο μέσο για όλα τα πράγματα που θέλουμε να ψάχνουμε. *{άμεση και εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτιο που είναι πηγή πληροφοριών}*

**Ερευ: Εσάς ποια είναι η άποψή σας;**

**Συμμ 3:** Η άποψή μου όσο αφορά την στάση των Κυπρίων για το Μουσείο είναι ότι μπορεί να μην ξέρουν καν που είναι το Μουσείο, έστω και αν έχουν πάει κάποτε με το σχολείο όταν ήταν μικροί και αυτό γιατί είναι καθηλωμένοι με την τεχνολογία με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δεν ενδιαφέρονται να κάνουν μια βόλτα στο Μουσείο

και να δουν τα εκθέματα και να μάθουν περισσότερα πράγματα για την ιστορία του τόπου τους/ *{επιρροή απο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης }*

**Ερευ: Ωραία εσάς;**

**Συμμ 4:** Θα συμφωνήσω με τους υπόλοιπους οι Κύπριοι δεν επισκέπτονται τα Μουσεία και αν τα επισκέπτονται πάρα πολύ σπάνια, λόγω του διαδικτύου, της τεχνολογίας. Ένα καλό της Κύπρου όμως είναι ότι τα εκθέματα δεν υπάρχουν στο διαδίκτυο, έτσι δεν το αμελούν τόσο πολύ. Αν υπήρχαν τα εκθέματα στο διαδίκτυο δεν θα πήγαινε κανείς στο Μουσείο, ούτε καν για βόλτα. *{αποφυγή διαφήμισης εκθεμάτων Μουσείου στο διαδίκτυο}*

**Ερευ Αναδ 1:** Είπατε προηγουμένος ότι υπάρχει μια ομοφωνία ότι υπάρχει άρνηση της επισκεψιμότητας λόγω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πιστεύετε ότι υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες οι οποίοι δεν θα έχουν σχέση μόνο με το θέμα της τεχνολογίας; Ίσως η διαπαιδαγώγηση;

**Συμμ 1:** Ίσως μπορεί να είναι η διαπαιδαγώγηση, ίσως δεν τους είπαν σημαντικά πράγματα για το Μουσείο για να τους τραβήξουν την προσοχή.

**Ερευ: Από ποιους να διαπαιδαγωγηθούν δηλαδή;**

**Συμμ 1:** Από τους καθηγητές, τους δασκάλους, τους γονείς *{οι νέοι χρειάζονται καθοδήγηση}*

**Ερευ: Εσάς;**

**Συμμ 2:** Δυστυχώς από μικροί οι γονείς δεν τους μαθαίνανε για τα Μουσεία και την πολιτιστική κληρονομιά, τους μάθανε για την διασκέδαση και οι καθηγητές δυστυχώς δεν τους παίρνανε συχνά σε Μουσεία για να δούνε τι υπάρχει, τι πρόσφερε ο τόπος τους όλα αυτά τα χρόνια. *{ευθύνονται οι γονείς για λάθος διαπαιδαγώγηση}*

**Ερευ: Άρα η ευθύνη δεν πάει μόνο από τη πλευρά των νεαρών, αλλά και από την πλευρά των καθηγητών και τους γονείς.**

**Ερευ: Ωραία εσάς ποια είναι η άποψή σας;**

**Συμμ 3:** Εγώ αντιθέτως πιστεύω ότι τα σχολεία ενθαρρύνουν την επίσκεψη στα Μουσεία, γιατί έχω πάει αρκετές φορές με το σχολείο σε διάφορα Μουσεία *{Τα σχολεία διαπαιδαγωγούν σωστά τα παιδιά για το Μουσείο}* και το πρόβλημα εντοπίζεται στους γονείς γιατί προτιμούν να πάρουν τα παιδιά τους στο πάρκο ή σε μια εκδρομή, παρά να

τους πάρουν στο Μουσείο για να δουν τα εκθέματα και να μάθουν περισσότερα πράγματα για την ιστορία μας. *{Οι γονείς έχουν ευθύνη για την έλλειψη διαπαιδαγώγησης για τα Μουσεία}*

**Συμμ 4:** Διαπαιδαγώγηση υπάρχει ως ένα σημείο, αλλά ένας λόγος που δεν επισκέπτονται το Μουσείο οι Κύπριοι είναι και ο χώρος του Μουσείου και γενικά πως είναι διαμορφωμένο μέσα το Μουσείο. *{Το μουσείο φέρει ευθύνη για την έλλειψη επισκεψιμότητας}*

**Ερευ:** Δηλαδή εσείς πιστεύετε ότι άρνηση υπάρχει και από την πλευρά του Μουσείου;

**Συμμ 4:** Ένα μέρος της ευθύνης φέρει και το Μουσείο για την μη επισκεψιμότητα τουλάχιστον των νέων.

**Ερευ:** Καταρχήν έχετε επισκεφθεί το Κυπριακό Μουσείο; Πότε;

**Συμμ 1,2,3,4:** Ναι.

**Συμμ 2:** Και με το σχολείο και πρόσφατα.

**Ερευ:** Αν έχετε επισκεφθεί το Μουσείο ποια ήταν η τελευταία φορά που το επισκεφτήκατε και πόσο συχνά το επισκέπτεστε;

**Συμμ 1:** Η τελευταία φορά που το είδα ήταν πρόσφατα, πριν λίγες μέρες.

**Συμμ 2:** Εγώ έχει και ένα χρόνο.

**Συμμ 3:** Εγώ έχω πάει πριν δυο-τρεις μήνες.

**Συμμ 4:** Εγώ πριν κανένα χρόνο περίπου.

**Ερευ:** Το επισκέπτεστε συχνά το Μουσείο εσείς;

**Συμμ 1:** Όχι τόσο συχνά λόγω άλλων υποχρεώσεων, δεν μου τραβά την προσοχή ιδιαίτερα. *{μειωμένη επίσκεψη λόγω του ότι δεν τραβά την προσοχή}*

**Ερευ:** Εσείς;

**Συμμ 2:** Κι εγώ το ίδιο λόγω μαθημάτων των σπουδών και εξάλλου τα είδαμε, δεν έφεραν κάτι καινούργιο. *{μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων υποχρεώσεων}*

**Συμμ 3:** Ούτε εγώ δεν επισκέπτομαι συχνά το Κυπριακό Μουσείο διότι η παρέα μου προτιμά να πηγαίνει σε άλλα μέρη, αλλά και επειδή το Μουσείο δεν φέρνει καινούργια

εκθέματα και ούτε κάνει διαφημίσεις για να δω ότι πραγματοποιούνται εκδηλώσεις και να πάω να το επισκεφτώ. *{μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων ενδιαφερόντων και μειωμένης προβολής}*

**Συμμ 4:** Πολύ σπάνια το επισκέπτομαι το Μουσείο λόγω άλλων υποχρεώσεων και λόγω του ότι και το ότι το Μουσείο δεν προβάλλει εκδηλώσεις και events που μπορούν να γίνουν σε ένα Μουσείο για να τραβήξουν την προσοχή *{μειωμένη επίσκεψη λόγω άλλων υποχρεώσεων και μειωμένη προβολή}*

**Ερευ Αναδ:** *Εχετε πάει σε άλλα Μουσεία του Εξωτερικού;*

**Συμμ 1,2,3,4:** Ναι έχουμε πάει

**Ερευ:** Πείτε μου τότε πώς σας φαίνεται το δικό μας Μουσείο αφού εχετε πάει σε Μουσεία του εξωτερικού σε σχέση με εκείνα τα Μουσεία, βλέπετε ότι υπάρχει διαφορά μεγάλη, όχι μόνο όσο αφορά τα Μουσεία σαν χώροι, αλλά τα Μουσεία και σαν προβολή, πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά; Σχολιάστε μου λίγο το συγκεκριμένο θέμα.

**Συμμ 1:** Του εξωτερικού είναι πιο μεγάλα, έχουν περισσότερα εκθέματα κάτι πρωτότυπο *{πιο μεγάλα τα μουσεία του εξωτερικού}*

**Συμμ 2:** Συμφωνώ με την προλαλήσαντα, γιατί λόγω του χώρου μέσα που είναι διαμορφωμένος του εξωτερικού τα Μουσεία και έχουνε και άλλα Μουσεία, όπως Φυσικής Ιστορίας και κέρινων ομοιομάτων, ενώ εμείς έχουμε μόνο ένα και είναι μικρό και γι αυτό δεν τραβά την προσοχή των ανθρώπων του τόπου. *{λίγα Μουσεία και μικρού μεγέθους στην Κύπρο}*

**Συμμ 3:** Εγώ πιστεύω ότι δεν είναι το μέγεθος του Μουσείου που παίζει ρόλο, γιατί το μέγεθος της Κύπρου είναι μικρό, όμως έχουμε πλούσια ιστορία και τα εκθέματα είναι πολλά. Αυτό που παίζει ρόλο στην διαφορά ανάμεσα στο Κυπριακό Μουσείο και στα Μουσεία του εξωτερικού είναι ότι έβλεπα παντού σε στάσεις λεωφορείων, σε σταθμούς τρένων, παντού έβλεπα διαφημίσεις για το Μουσείο της κάθε χώρας, ενώ στην Κύπρο δεν έχω δει τίποτα για το Κυπριακό Μουσείο, έχω δει μόνο για το Μουσείο του Λεβέντη *{Περισσότερη προώθηση στα Μουσεία του εξωτερικού παρά της Κύπρου}*

**Συμμ 4:** Τα Μουσεία του εξωτερικού είναι σαφώς μεγαλύτερα και η διαφορά με την Κύπρο που έχουνε είναι ότι τα εκθέματα που έχουν είναι από διάφορες χώρες όχι μόνο από την δική τους χώρα τα Μουσεία του εξωτερικού. Στο Κυπριακό Μουσείο υπάρχουν μόνο εκθέματα της χώρας γιατί το Μουσείο είναι φτιαγμένο για την χώρα και δεν μπορεί

να προβάλλει τόσο άλλους πολιτισμούς, αλλά πρέπει να υπάρχει κάτι από άλλους πολιτισμούς, έτσι ώστε να τραβήξει την προσοχή. Επίσης, τα Μουσεία του εξωτερικού υπάρχουν διαδραστικά πολυμέσα και αντικείμενα στο Μουσείο που τραβάνε το ενδιαφέρον *{Το Κυπριακό Μουσείο να φέρει εκθέματα και απο άλλους πολιτισμούς και νέες τεχνολογίες}*

**Ερευ:** Με λίγα λόγια δηλαδή οι χώροι είναι διαμορφωμένοι για να υπάρχει μια πιο ευχάριστη προσέγγιση

**Συμμ 4:** Πιο ψυχαγωγική θα έλεγα προσέγγιση και πιο ενδιαφέρουσα

**Ερευ:** Πώς σας φάνηκε η τελευταία επίσκεψη σας στο Κυπριακό Μουσείο, τι είναι αυτό που σας έκανε την μεγαλύτερη εντύπωση στο Μουσείο και τι σας έκανε την λιγότερη εντύπωση στο Μουσείο;

**Συμμ 1:** Δεν έχει κάτι που μου έκανε περισσότερο εντύπωση ή λιγότερο όλα τα ίδια ήτανε, αλλά μου άρεσαν τα αγγεία, γιατί πιστεύω ότι είναι η πολιτιστική κληρονομιά της Κύπρου τα αγγεία στα παλιά χρόνια *{πολύ ενδιαφέρον τα αγγεία}*

**Ερευ:** Κάτι που σου έκανε λιγότερη εντύπωση;

**Συμμ 1:** Καποια αγάλματα που δεν έδειχναν την πολιτιστική κληρονομιά της Κύπρου *{Τα αγάλματα δεν αντιπροσωπεύουν την Κυπριακή Ιστρία}*

**Συμμ 2:** Όταν πήγα για τελευταία φορά στο Μουσείο αυτό που μου έκανε εντύπωση ήταν ότι είχαμε τα πιο σημαντικά πράγματα και αντικείμενα στον χώρο και αυτό που μου έκανε λιγότερη εντύπωση ήταν ότι δεν είδα κάτι νέο κάτι καινούργιο *{Υπάρχουν τα σημαντικά αλλά δεν υπάρχουν νέα εκθέματα}*

**Ερευ:** υπάρχει κάτι συγκεκριμένο που σου άρεσε στο Μουσείο;

**Συμμ 2:** Είχαμε αγάλματα από Ιστορικούς ανθρώπους τους παλιούς που περάσαν από την Κύπρο, αλλά δεν φέρανε κάτι καινούργιο να δούμε, ίσως φταίει και ο χώρος επειδή είναι μικρό Μουσείο να μην υπάρχει η κατάλληλη θέση *{Τα αγάλματα εντυπωσιάζουν στον χώρο}*

**Ερευ:** Εσάς πώς σας φάνηκε το Μουσείο κατά την τελευταία σας επίσκεψη;

**Συμμ3:** Εμένα μου άρεσε το Μουσείο κατά την τελευταία μου επίσκεψη αυτό που μου τράβηξε περισσότερο την προσοχή ήταν τα μεγάλα αγάλματα στο μέγεθος του σώματος μας τα οποία δείχνουν την λεπτομέρεια της ομορφιάς και της ανδρείας, αλλά και τα

ωραία σχήματα των καμπύλων των γυναικών. Μου άρεσαν τα αγγεία τα οποία ήταν ωραία διακοσμημένα με διάφορα σχήματα και μοτίβα, μου άρεσαν τα κοσμήματα, τα σταυρόσχημα ειδώλια και το τάλαντο. Αυτό που μου άρεσε λιγότερο είναι οι πέτρες από τους αρχαίους τάφους. *{τα αγάλματα, τα αγγεία, τα κοσμήματα και τα ειδώλια εντυπωσιάζουν σε σχέση με τις πέτρες από τους τάφους}*

**Συμμ 4:** Την τελευταία φορά που το επισκέφτηκα το Μουσείο δεν μου έκανε κάτι περισσότερη ή λιγότερη εντύπωση από άλλες φορές που το επισκέφτηκα, γιατί δεν άλλαξε κάτι και πολύ έντονα στο Μουσείο της Κύπρου *{ίδια εντύπωση από προηγούμενη επίσκεψη γιατί προβάλλονται τα ίδια εκθέματα}*

**Ερευ:** Κάτι που σου άρεσε παραπάνω η λιγότερο η κάτι που σου τράβηξε το ενδιαφέρον από πλευρας εκθεμάτων

**Συμμ 4:** Εντάξει από πλευράς εκθεμάτων δεν υπήρξε κάτι άλλο από τα μόνιμα εκθέματα, αλλά αυτό που μου κίνησε την περιέργια ήταν μια έκθεση από θραύσματα που ήταν από διάφορες περιοχές και ήταν κάτι διαφορετικό από τα κοινά εκθέματα του Μουσείου. *{Η έκθεση Θραύσματα που φιλοξενεί το Μουσείο είναι ενδιαφέρουσα}*

**Ερευ:** Άρα το έχεις επισκεφτεί και πιο πρόσφατα το Μουσείο.

**Συμμ 4:** Ναι πήγα πριν λίγες μέρες που ήταν αυτή η έκθεση

**Ερευ:** Γενικά όμως από τα κύρια εκθέματα του Μουσείου τι σας έκανε περισσότερη εντύπωση εκτός από την έκθεση

**Συμμ 4:** Περισσότερη εντύπωση μου έκαναν τα αγάλματα τα μεγάλα και κάποια μικρά αγαλματίδια που δεν υπάρχουν σε άλλες χώρες και είναι αποκλειστικά Κυπριακά από διάφορες περιοχές της Κύπρου *{Τα αγάλματα και τα αγαλματίδια εντυπωσιάζουν, γιατί είναι αποκλειστικά κυπριακά}*

**Ερευ:** Πιστεύετε ότι οι νεαροί Κύπριοι πολίτες επισκέπτονται το Κυπριακό Μουσείο; Αν ναι γιατί, αν όχι γιατί;

**Συμμ 1:** Δεν το επισκέπτονται τόσο συχνά το επισκέπτονται κάποτε *{μειωμένη επισκεψιμότητα από τους νέους}*

**Συμμ 2:** Οι Κύπριοι της νέας γενιάς όχι οι πιο παλαιοί ναι γιατί οι παλαιοί ζούσαν σε μια εποχή που ο Κύπριος αγαπούσε τον τόπο του, ενδιαφερόταν για τα ήθη και την πολιτιστική κληρονομιά, ενώ η σημερινή γενιά των Κυπρίων είναι προσκολλημένοι στο

διαδίκτυο και δεν πηγαίνουν στο Μουσείο για να τα δουν τα εκθέματα και προτιμούν να τα δουν από το διαδίκτυο. *{Δεν το επισκέπτονται όσο οι παλαιοί λόγω διαδικτύου}*

**Συμμ 3:** Εγώ πιστεύω ότι οι νεαροί Κύπριοι πολίτες επισκέπτονται σπάνια το Κυπριακό Μουσείο, διότι που μιλώ με φίλους μου δεν κανονίζουν επισκέψεις στο Κυπριακό Μουσείο, παραπάνω το επισκέπτονται τουρίστες που έρχονται να επισκεπτούν το νησί μας. Πιστεύω ότι δεν το επισκέπτονται πολύ συχνά το Μουσείο οι νέοι Κύπριοι πολίτες, διότι έχουν άλλα ενδιαφέροντα *{επίσκεψη από τουρίστες παρά Κύπριους νεαρής ηλικίας}*

**Ερευ:** Άρα υπάρχει μεγαλύτερη επισκεψιμότητα από πλευράς τουριστών παρά από νεαρούς Κύπριους στην ουσία

**Συμμ 4:** Ναι γιατί όπως είπαμε και πριν ασχολούναί περισσότερο με την τεχνολογία, κλείνονται περισσότερο στο σπίτι στο διαδίκτυο ή πάνε σε άλλα μέρη πιο σύγχρονα, αυτά που πιστεύουν ότι τους ενδιαφέρουν περισσότερο *{μειωμένη επισκεψιμότητα λόγω άλλων ενδιαφερόντων και για το διαδίκτυο}*

**Ερευ:** Με ποιο τρόπο θα μπορούσε το Μουσείο να προσελκύσει άτομα ηλικίας 18 με 35 ετών;

**Συμμ 1:** Αν έβαζε κάτι πιο πρωτότυπο πιο πρωτότυπα εκθέματα *{πιο πρωτότυπα εκθέματα}*

**Συμμ 3:** Εγώ πιστεύω ότι ο καλύτερος τρόπος που θα μπορούσε το Μουσείο να προσελκύσει άτομα ηλικίας 18 με 35 ετών είναι η προβολή του Μουσείου, γιατί είναι το πιο σημαντικό από όλα πρέπει να το προβάλουν στο facebook όπου περνούν τις περισσότερες ώρες τους στις αφίσες στους δρόμους, σε στάσεις των λεοφωρείων, σε διαφήμιση στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, σαν οδηγούμε γιατί ακούμε πολλές διαφημίσεις στο ράδιο και παντού γενικά γιατί αυτό που στοιχίζει την επισκεψιμότητα του Μουσείου είναι η μειωμένη προβολή *{Πρέπει να γίνει η προβολή του Μουσείου}*

**Ερευ:** Εσείς τι πιστεύετε;

**Συμμ 4:** Οι νεαροί μπορούν να πάνε στο Μουσείο αν το μουσείο αποφασίσει να κάνει εκδηλώσεις και events στον χώρο του Μουσείου ή να φέρει νέα τεχνολογία στο Μουσείο ούτως ώστε να προβάλλονται τα εκθέματα του επίσης συμφωνώ με την προηγούμενη για τις διαφημίσεις στο facebook, στους δρόμους, στην τηλεόραση *{εκτός από διαφημίσεις πρέπει να γίνουν και events}*

**Συμμ 1:** Και εγώ συμφωνώ με τους δύο προλαλήσαντες ότι πρέπει να προβάλουν το Μουσείο για τους λόγους που είπαν οι προηγούμενοι *{ισχύουν οι πιο πάνω απαντήσεις}*

**Ερευ:** Άρα υπάρχει μια ομοφωνία ότι πρέπει να διαφημιστεί σωστά το Μουσείο για να μπορεί να προσελκύσει το αναμενόμενο του κοινό

**Συμμ 1,2,3,4:** Ναι

**Ερευ:** εσάς ποια είναι η άποψή σας;

**Συμμ 2:** Εμένα η άποψή μου είναι ότι συμφωνώ με τα events στο facebook και τις διαφημίσεις στην τηλεόραση επίσης στο Μουσείο να φέρει νέα σύγχρονα αντικείμενα για να τους τραβήξει την προσοχή και να διαμορφώσουν τον χώρο και να τον κάνουν πιο μοντέρνο να κάνουν τον νέο να νιώθει άνετα *{διαφήμιση του Μουσείου και εκσυγχρονισμός του}*

**Ερευ:** Πώς ενημερώνεστε εσείς για τα διάφορα event που γίνονται;

**Συμμ 1:** Περισσότερο από το διαδίκτυο από εφημερίδα, περιοδικό, από το facebook

**Συμμ 2:** Από το facebook, από την τηλεόραση, το ράδιο και από τις αφίσες στους δρόμους

**Συμμ 3:** Εγώ ενημερώνομαι από το facebook από τις αφίσες στους δρόμους και τις διαφημίσεις, τα περιοδικά περισσότερο και από την τηλεόραση

**Συμμ 4:** Εγώ γενικά από το διαδίκτυο, το facebook, την τηλεόραση και αφίσες στους δρόμους που υπάρχουν γενικά

**Ερευ:** Τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό Μουσείο για να σας κινήσει το ενδιαφέρον;

**Συμμ 1:** Θα προτιμούσα να δω κάποια εκθέματα πιο πρωτότυπα όπως είπε και ο συνάδερφος *{Πιο πρωτότυπα εκθέματα}*

**Ερευ:** Εσείς τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό μουσείο για τα σας τραβήξει το ενδιαφέρον

**Συμμ 2:** Θα ήθελα να διαμορφώσουν τον χώρο να μην είναι τόσο βαρετός και να φέρουν νέα εκθέματα πιο σύγχρονα που να τραβήξουν την προσοχή του νέου, όπως ας πούμε νέα αντικείμενα ανάλογα με τα γούστα των νέων, ας πούμε να φέρουν κανένα κέρινο ομοίωμα κάποιας παλιάς προσωπικότητας *{διαμόρφωση του χώρου και νέα εκθέματα}*

**Συμμ 3:** Εγώ θα ήθελα να δω σε μια διαφήμιση για το Κυπριακό Μουσείο νέα εκθέματα που θα φέρουν που να αφορούν την χειροτεχνία, τα παλαιά εργαλεία που χρησιμοποιούσαν οι Κύπριοι αγρότες, κοσμήματα άλλων χρονολογιών *{Διαφήμιση που να προβάλλει κοσμήματα άλλων χρονολογιών και εργαλεία παλαιά}*

**Ερευ:** Δηλαδή να προβληθούν αυτά μέσω της διαφήμισης να αναφέρεται ότι γίνεται νέα έκθεση; Να προβληθούν δηλαδή νέα αντικείμενα;

**Συμμ 3:** Ναι και ότι προσθέθηκαν καινούργια μέσα όπως δείχνει ας πούμε βίντεο για καλύτερη επεξήγηση των εκθεμάτων *{διαφήμιση για νέα τεχνολογία στο Μουσείο}*

**Ερευ:** Εσείς τι θα θέλατε να δείτε σε μια διαφήμιση για το Μουσείο;

**Συμμ 4:** Ενδιαφέρον θα ήταν ένας γρήγορος γύρος του Μουσείου, επίσης κάποια από τα σημαντικά εκθέματα και αν μπορεί το Μουσείο μέσα από την διαφήμιση του να προβάλλει διάφορα events και διάφορες νέες τεχνολογίες ούτως ώστε να τραβήξει περισσότερο τους νέους *{Διαφήμιση νέων εκδηλώσεων και για νέα τεχνολογία στο Μουσείο}*

**Ερευ:** δηλαδή να υπάρχει η προβολή κάποιων εκθεμάτων με λίγα λόγια;

**Συμμ 4:** Εκθεμάτων

**Συμμ 3:** Και ότι έχουν εισαχθεί καινούργιες τεχνολογίες στο Μουσείο

**Ερευ:** Ποια είδη διαφημίσεων σας προσελκύουν εσάς;

**Συμμ 1:** Τηλεόραση, διαδύκτιο, εφημερίδα, περιοδικά και οι αφίσες στον δρόμο

**Συμμ 2:** Αφίσες στον δρόμο, facebook, τηλεόραση, περιοδικά, εφημερίδες

**Συμμ 3:** Εεε βασικά ευραίου φάσματος όπως είπαν και οι προηγούμενοι διαδίκτυο, αφίσες, facebook, βίντεο στο youtube, ράδιο και τηλεόραση

**Συμμ 4:** Εμένα με ελκύουν περισσότερο οι τηλεοπτικές διαφημίσεις και οι αφίσες στους δρόμους και επειδή περνάμε περισσότερες ώρες στο σπίτι στο διαδίκτυο ένα βίντεο στο youtube μπορεί να προσελκύσει και εμένα και τους νέους.

**Ερευ:** Θέλετε να προσθέσετε κάτι πάνω σε κάτι συγκεκριμένο;

**Συμμ3:** Το ότι πρέπει να αυξήσει την προβολή του το Κυπριακό Μουσείο είναι το πιο σημαντικό. *{Πρέπει να αυξηθεί η προβολή του Μουσείου}*

**Συμμ 2:** το Ότι πρέπει να φέρει και κάποια άλλα εκθέματα εκτός από αυτά που έχει, όπως κέρινα ομοιώματα από ανθρώπους που υπήρξαν στον τόπο, κάτι που να τραβά την προσοχή του νέου καλύτερα, γιατί τα αγάλματα δεν αρέσουν στους νέους και θέλουν κάτι πιο εντυπωσιακό. *{Νέα εκθέματα και πιο εντυπωσιακά}*

**Συμμ 1:** Εγώ δεν έχω κάτι να προσθέσω συμφωνώ με τους προλαλήσαντες

**Ερευ:** Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο που διαθέσατε για την συνέντευξη.

**Δημογραφικά χαρακτηριστικά:**

**Ηλικία:** 18, 22, 23, 25

**Εκπαίδευση:** Λυκειακή, Πανεπιστημιακή και κολlegιακή εκπαίδευση

**Φύλο:** Δύο άνδρες, και δύο γυναίκες

**Επαρχία:** Λευκωσίας

### 6.3 Παράρτημα 3 – Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1	Saatchi & Saatchi, <i>Discover the full story</i> , 2013, Αφίσα
Εικόνα 2	Διαφημιστικό γραφείο, <i>it's time we met</i> , 2009, Αφίσα
Εικόνα 3	Διαφημιστικό γραφείο, <i>it's time we met</i> , 2009
Εικόνα 4	Διαφημιστικό γραφείο, <i>it's time we met</i> , 2009, Αφίσα
Εικόνα 5	Lara Alphas, <i>AnThrOPOS</i> , 2012, Αφίσα
Εικόνα 6	Lara Alphas, <i>AnThrOPOS</i> , 2012, Αφίσα
Εικόνα 7	Χαράλαμπος Αρτέμης, <i>Έκθεση: anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες</i> , 2012, φωτογραφία
Εικόνα 8	Χαράλαμπος Αρτέμης, <i>Έκθεση: anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες</i> , 2012, φωτογραφία
Εικόνα 9	Χαράλαμπος Αρτέμης, <i>Έκθεση: anThrOPOS: Πρόσωπα της Κύπρου ανά τους Αιώνες</i> , 2012, φωτογραφία

## 7. Εποπτικά μέσα

### 7.1 Σελίδα του Κυπριακού Μουσείου στο facebook (αδημοσίευτη)

<https://www.facebook.com/cyprus.museum?ref=hl>