



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων

Διπλωματική Εργασία

«Πολιτισμός και Ψηφιακό Περιβάλλον. Μελέτη Περίπτωσης»

Δουλγέρη Ελένη

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Ιωάννης Τσιουρής

Αθήνα, 2021



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων

Διπλωματική Εργασία

«Πολιτισμός και Ψηφιακό Περιβάλλον. Μελέτη Περίπτωσης»

Δουλγέρη Ελένη
(Α.Μ. 124970)

Επιτροπή επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων καθηγητής:

Ιωάννης Τσιουρής

Συν-Επιβλέπουσα καθηγήτρια

Σαμπανίκου Ευαγγελία

Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος

Γεώργιος Γκαντζιάς

Αθήνα, 2021

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ABSTRACT.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια	9
ΜΕΡΟΣ Α΄	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	10
1.1. Η έννοια του Πολιτισμού	10
1.2. Πολιτιστική Πολιτική.....	11
1.3. Πολιτιστική κληρονομιά	12
1.4. Ψηφιακή Πολιτιστική κληρονομιά.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ 21 ^{ου} ΑΙΩΝΑ.....	18
2.1. Το μουσείο στην σύγχρονη εποχή.....	18
2.2. Προβολή και Διαχείριση των σύγχρονων ψηφιακών μουσείων	19
2.3. Ψηφιακή τεχνολογία και εκπαίδευση.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.	23
3.1. Τα Χαρακτηριστικά των εικονικών μουσείων	23
3.2. Διαδικτυακά μουσεία	24
3.3. Η χρήση της τεχνολογίας στα διαδικτυακά και στα φυσικά μουσεία.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	30
4.1. Ψηφιακή επικοινωνία.....	30
4.2. Επικοινωνιακή πολιτική και Marketing των σύγχρονων μουσείων.....	32
4.3. Η συμβολή των Ψηφιακών Εφαρμογών στην Ψηφιακή Εμπειρία.....	34
4.4. Θρησκευτικός Τουρισμός και συνεργασίες της Εκκλησίας της Ελλάδος	37
ΜΕΡΟΣ Β΄	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΗΣ ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	41
5.1. Πληροφορίες για το έργο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών.....	41
5.2. Ψηφιακά Επιμορφωτικά Προγράμματα της Ι.Α.Α.....	43
5.3. Η δημιουργία και η παρουσίαση των ψηφιακών πλατφορμών για την πολιτιστική ανάπτυξη και την τουριστική προώθηση	44
5.4. Ο σκοπός και το θεσμικό πλαίσιο των ψηφιακών πλατφορμών	46

5.5.	Ψηφιακό Μουσείο Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών.....	47
5.6.	Εκπαιδευτικές εφαρμογές του Ψηφιακού Μουσείου.....	48
5.7.	Το ψηφιακό περιβάλλον του Ψηφιακού Μουσείου	50
5.8.	Ανάλυση του Ψηφιακού μουσείου της Ι.Α.Α	51
5.9.	Προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ		55
6.1.	Ψηφιακό Περιβάλλον των μουσείων	56
6.2.	Συγκριτική Μελέτη του ψηφιακού περιβάλλοντος των μουσείων της Ι.Α.Α, του Βυζαντινού Χριστιανικού Μουσείου και του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών	59
6.3.	Το Ψηφιακό περιβάλλον του Βατικανού	64
6.4.	Συγκριτική μελέτη του διαδικτυακού μουσείου της Ι.Α.Α και του ψηφιακού περιβάλλοντος του Βατικανού.....	65
6.5.	Σύνοψη και προτάσεις.....	69
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ		71
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ		74
Ελληνόγλωσση.....		74
Ξενόγλωσση.....		79
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ		91

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η διπλωματική εργασία αφορά το ψηφιακό περιβάλλον των εικονικών μουσείων. Αρχικά επιχειρείται μια διασαφήνιση των όρων και του αντιστοίχου περιεχομένου του Πολιτισμού, των Μουσείων, της Πολιτιστικής Κληρονομιάς και της Ψηφιακής Πολιτιστικής Κληρονομιάς, τα οποία αποτελούν βασικές έννοιες για την ανάλυση του θέματος. Η αναφορά στους διεθνείς οργανισμούς και στις διεθνείς νομικές συμβάσεις είναι απαραίτητη, καθώς έχουν την ευθύνη της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Από την διασαφήνιση αυτή των εννοιών διαφαίνεται η αλλαγή του τρόπου αντιμετώπισης των Πολιτισμικών Μονάδων στην σύγχρονη εποχή, καθώς ο θεσμός του μουσείου αν και έχει εδραιωθεί εδώ και αρκετά χρόνια, η έννοια του μουσείου έχει διαφοροποιηθεί λόγω των κοινωνικών μεταβολών και της εξέλιξης της τεχνολογίας, μέσω της οποίας έχουν δημιουργηθεί τα ψηφιακά μουσεία. Τα διαδικτυακά μουσεία αναδείχτηκαν ιδιαίτερα στην εποχή της πανδημίας, λόγω των έκτακτων περιοριστικών μέτρων τα οποία πάρθηκαν από τις κυβερνήσεις των χωρών παγκοσμίως όπου ο τουρισμός και τα ταξίδια δεχτήκαν μεγάλη πληγή. Κάνοντας το πέρασμα από τη θεωρία στην πράξη, αναλύεται το ψηφιακό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών. Η μελέτη καταλήγει στα γενικά συμπεράσματα και στο γεγονός ότι τα εικονικά μουσεία αποτελούν εφελτήριο για μελλοντικούς ταξιδιωτικούς προορισμούς. Τέλος, πραγματοποιείται συγκριτική αναφορά πολιτιστικών οργανισμών της Ελλάδος καθώς και του ψηφιακού μουσείου του Βατικανού έτσι ώστε να φάνει η θέση της Ι.Α.Α. στο γενικότερο πολιτιστικό γίγνεσθαι.

Λέξεις Κλειδιά

- Πολιτισμός
- Σύγχρονο περιβάλλον
- Ψηφιακό περιβάλλον
- Διαδικτυακά Μουσεία
- Εναλλακτικός τουρισμός
- Ψηφιακό Μουσείο Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών

ABSTRACT

This paper concerns the digital environment of virtual museums. Initially, a clarification of the terms and the corresponding content of Culture, Museums, Cultural Heritage and Digital Cultural Heritage, which are basic concepts for the analysis of the subject. Reference to international organizations and international legal conventions is essential, as they are responsible for the world cultural heritage. This clarification of the concepts shows the change in the way Cultural Units are treated in modern times, as the institution of the museum, although it has been established for several years, the concept of the museum has changed due to social changes and the evolution of technology, through which digital museums have been created. Online museums have become particularly prominent in the pandemic era, due to the extraordinary restrictive measures taken by the governments of countries around the world where tourism and travel have been hit hard. Making the transition from theory to practice, the digital museum of the Holy Archdiocese of Athens is analyzed. The study concludes with a general conclusion and the fact that virtual museums are a springboard for future travel destinations. Finally, a comparative report is made of cultural organizations of Greece as well as the digital museum of the Vatican so that the position of I.A.A. is shown in the general cultural becoming.

Keywords

- Civilization
- Modern Environment
- Digital Environment
- Online Museums
- Alternative Tourism
- Digital Museum of the Holy Archdiocese of Athens

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η προστασία του πολιτισμού από την φθορά, τους κινδύνους την παράνομη ανασκαφή και την καταστροφή οδήγησε σε διεθνείς συμφωνίες και στην δημιουργία διεθνών οργανισμών για την προστασία και την διάσωση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι Πολιτισμικές Μονάδες αποτελούν φορείς πολιτισμού και εξελίσσονται μαζί με την κοινωνία. Το σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον διέπεται από τις ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία. Τα Μουσεία επιτελούν έναν πολυσχιδή ρόλο ως οργανισμοί όπου πέρα από την αποθήκευση και διατήρηση των πολιτιστικών αγαθών, λειτουργούν και ως φορείς που μεταλαμπαδεύουν στους επισκέπτες γνώσεις και εμπειρίες. Η τεχνολογική ανάπτυξη, η εξάπλωση των πολυμέσων και οι εφαρμογές ψηφιοποίησης έχουν συντελέσει στην δημιουργία εικονικών μουσείων, καταρρίπτοντας τα σύνορα και παρέχοντας διεθνή πρόσβαση στους επισκέπτες.

Η εργασία ταξινομείται σε δύο μέρη. Το πρώτο θεωρητικό τμήμα, οικοδομείται με την αξιοποίηση βιβλιογραφικής έρευνας ελληνικών και ξένων συγγραμμάτων και άρθρων. Αρχικά διατυπώνεται η έννοια του Πολιτισμού και των πολιτιστικών αγαθών, καθώς και ο τρόπος διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας, οι οποίες χαρακτηρίζουν σήμερα όλες τις εκφάνσεις της ανθρώπινης κοινωνίας, επηρέασαν δραστικά τα μουσεία. Η εξέλιξη των μουσείων συντέλεσε στην δημιουργία των εικονικών μουσείων και στην προστασία της ψηφιακής πολιτιστικής κληρονομιάς. Η νέα μουσειακή εμπειρία επιτάσσει το πέρασμα από την παραδοσιακή επικοινωνιακή στρατηγική των μουσείων προς την διαδραστική επικοινωνία με τους επισκέπτες. Η δημιουργία εικονικών μουσείων βοήθησε όλους τους ανθρώπους να μην χάσουν την επαφή τους με τον πολιτισμό, λόγω της πανδημίας όπου οι πολιτισμικοί οργανισμοί ήταν κλειστοί για μεγάλο χρονικό διάστημα και τα ταξίδια απαγορεύτηκαν, ζημιώνοντας και τον τουρισμό. Ο πολιτισμός αποδείχθηκε απαραίτητος κατά τη διάρκεια της πανδημίας και έτσι αρκετά εικονικά μουσεία έδωσαν την επιλογή να ταξιδέψουν νοερά οι χρήστες καταρρίπτοντας τα σύνορα και τα περιοριστικά μετρά λόγω της πανδημίας.

Στο δεύτερο μέρος μελετάται η συνδρομή της Ψηφιακής Τεχνολογίας στην διάδοση της Χριστιανικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε είναι βιβλιογραφική και διαδικτυακή καθώς βασίζεται στα δεδομένα που παρέχουν οι επίσημες ιστοσελίδες των εικονικών μουσείων, με άμεση σύνδεση και συνάφεια του πρώτου θεωρητικού τμήματος. Μέσω της διαδικτυακής έρευνας δίνονται γενικές πληροφορίες της Ιεράς Αρχιεπισκοπής και αναλύεται ενδελεχώς η δομή της ιστοσελίδας του Εικονικού Μουσείου, καθώς επίσης πραγματοποιείται και αντιπαραβολή με το θεωρητικό μέρος που αφορά την βιβλιογραφική έρευνα, με άμεση συνάφεια της αντίστοιχης μελέτης περίπτωσης όπου παρουσιάζονται τα σχετικά ζητήματα αναφοράς. Το εικονικό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών, μη πραγματικός χώρος με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης, το οποίο αντιπροσωπεύει την Ορθόδοξη Χριστιανική πίστη. Επιπλέον, πραγματοποιείται συγκριτική αναφορά του ψηφιακού περιβάλλοντος των πολιτιστικών οργανισμών της Ελλάδος και του ψηφιακού μουσείου του Βατικανού στην Ιταλία.

Αυτά τα εικονικά μουσεία ανήκουν στην ίδια κατηγορία διαδικτυακών μουσείων (learning museum), χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες, αξιοποιούν τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνίας και υιοθετούν τον νέο κοινωνικοπαιδαγωγικό προσανατολισμό, ο οποίος στοχεύει στην δια βίου εκπαίδευση, μέσω των διαδραστικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρουν στις ιστοσελίδες τους. Μέσω της ψηφιοποίησης των πολιτιστικών αγαθών σε εικόνα, κείμενο ή βίντεο, της κοινοποίησης τους στο διαδίκτυο, της διαδραστικότητας και της εικονικής πραγματικότητας, τα εικονικά μουσεία δίνουν την ευκαιρία στον επισκέπτη να αλληλεπιδράσει με τα αντικείμενα και να περιηγηθεί στον χώρο. Ο θρησκευτικός τουρισμός σταμάτησε λόγω των έκτακτων περιοριστικών μέτρων και αρκετοί άνθρωποι οι οποίοι βρίσκονταν σε περιορισμό λόγω της πανδημίας, αναζήτησαν νέες θρησκευτικές και ταξιδιωτικές εμπειρίες από τα σπίτια τους. Τα εικονικά μουσεία αξιοποίησαν τις τεχνικές μάρκετινγκ για μελλοντικούς ταξιδιωτικούς προορισμούς των χρηστών. Επιπλέον, μέσα από το συγκριτικό πλαίσιο φαίνεται η θέση της Ι.Α.Α. στο γενικότερο πολιτιστικό γίγνεσθαι.

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

I.A.A: Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών

ICCROM: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property

ICOMOS: International Council on Monuments and Sites

IUCN: International Union for Conservation of Nature

ICOM: International Council of Museums

ICA: International Council on Archives

IFLA: International Federation of Library Associations and Institutions

OWHC: Organization of World Heritage Cities

UNIDROIT: International Institute for the Unification of Private Law

UNDP: United Nations Development Programme

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1.1. Η έννοια του Πολιτισμού

Όταν ο άνθρωποι άρχισαν να συγκεντρώνονται σε πόλεις ξεκίνησε και η ανάπτυξη του πολιτισμού τους. Με την εδραίωση του πολιτισμού αναπτύσσεται η πολιτιστική δράση, δηλαδή τα πνευματικά και υλικά έργα καθώς και καλλιεργείται η σκέψη και η φαντασία. Ο πολιτισμός συνδέεται με την πρόοδο και σηματοδοτεί την εξέλιξη της ανθρώπινης ζωής (Borowiecki, Forbes, Fresa, 2016, σελ.3). Ο άνθρωπος αναπτύσσει μέσα στην πολιτισμένη κοινωνία, την τέχνη, την επιστήμη, την τεχνολογία και την φιλοσοφία. Ένας σύγχρονος ορισμός λοιπόν του πολιτισμού είναι, “το σύνολο των πνευματικών αξιών και των υλικών τα οποία δημιουργήθηκαν από τον άνθρωπο” (Μπιτσάνη, 2004, σελ.29). Ο πολιτισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με το εύρος των επιστημονικών και υλικών δομών, την τεχνολογία και την τεχνογνωσία (Mormina, 2018, σελ.671-692).

Η πορεία της ανθρωπότητας στο χρόνο γίνεται έκδηλη μέσα από το πλήθος των πολιτιστικών αγαθών και των πειστήριων που έχει αφήσει πίσω της, ένα μέρος εξ’ αυτών την κληροδότησε στις επερχόμενες γενιές. Σε αυτό το σημείο πρέπει να ορίσουμε την φράση “Πολιτιστικό αγαθό”. Σύμφωνα με το άρθρο 2 του “Ν.3028/2002” προσδιορίζεται πως “ως πολιτιστικά αγαθά νοούνται οι μαρτυρίες της ύπαρξης ατομικής και συλλογικής δραστηριότητας του ανθρώπου”. Τα πολιτιστικά αυτά αγαθά τα οποία αντικατοπτρίζουν την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου πρέπει να μεταβιβάζονται στις επόμενες γενιές. Οι Πολιτισμικές Μονάδες οι οποίες αποτελούν φορείς πολιτισμού, σύμφωνα με τον Γκαντζιά (2011), “είναι οι μονάδες των πολιτιστικών διαδικασιών οι οποίες πρέπει να λειτουργούν με τις αρχές του δημόσιου συμφέροντος και συντελούν στη δημιουργία των διαδικασιών διαχείρισης, παραγωγής, προβολής και προώθησης των πολιτιστικών αγαθών”.

Η παρακαταθήκη τεκμηρίων που αφήνουν οι γενιές τους παρελθόντος στις νεότερες, αποτελούν την “πολιτιστική ταυτότητα” του έθνους και είναι θέμα υψίστης

σημασίας καθώς πέρα του ότι συνθέτουν την ιστορία, μεταφέρουν και πληροφορίες για την ανάπτυξη του πολιτισμού, της τέχνης τους και της τεχνολογίας που επικρατούσε. Αξίζει να σημειωθεί πως με την φράση “Πολιτιστική Ταυτότητα” ορίζεται ως η «κοινή συνείδηση» που έχουν τα μέλη που ανήκουν σε ένα κοινωνικό σύνολο, ότι αποτελούν ένα ιδιαίτερο και ξεχωριστό σύνολο, περιλαμβάνοντας την πολιτιστική και επιστημονική κληρονομιά, τις ιδεολογίες, τη γλώσσα, τις αξίες και τα πρότυπα οικογενειακής συμπεριφοράς που διέπουν την κοινότητα (Paleczny, 2008, σελ.353-372). Επίσης, προσδιορίζεται και η διαλεκτική σχέση του λαού στην συγκεκριμένη κοινωνία (Μπιτσάνη 2004, σελ.37-42).

Ο πολιτισμός ως διεπιστημονική έννοια προσδιορίζεται από τις πολιτισμικές, επικοινωνιακές, πολιτικές και νομικές σπουδές, και από διαφορετικά ανθρωποκεντρικά συστήματα, κάνοντας τον σύνθετο και πολυδιάστατο ως προς το ερευνητικό πλαίσιο που εκπροσωπεί (Γκαντζιάς, 2020, σελ.69).

1.2. Πολιτιστική Πολιτική

Προκειμένου να αναπτυχτεί ο πολιτισμός της εκάστοτε χώρας θα πρέπει να υπάρχει στρατηγική η οποία θα χαράσσεται με βάση την εθνική ωφέλεια από ένα άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό. “Μία σωστή πολιτιστική πολιτική πρέπει να καθορίζεται με βάση τα κριτήρια τα οποία θα συντελούν στη διαμόρφωση και στη σύνδεση του πολιτισμού με την κοινωνική και την οικονομική ανάπτυξη” (Κόνσολα, 2006, σελ.17). Η πολιτιστική πολιτική μπορεί να προσδιοριστεί, από την πλευρά της κοινωνιολογίας, της πολιτικής επιστήμης, των πολιτιστικών μελετών, του πολεοδομικού σχεδιασμού, της οικονομίας, από την πολιτιστική ανάπτυξη της κοινότητας, από την πολιτιστική πολυμορφία, την πολιτιστική βιωσιμότητα, την πολιτιστική κληρονομιά, από τον πολιτισμό και από αμφιλεγόμενα ζητήματα που αφορούν την ευρύτερη κοινωνία (McGuigan, 2006, σελ. 203). Η ποικιλία των μορφών πολιτιστικής πολιτικής που υπάρχουν υποδηλώνει πως υπάρχουν και αρκετοί τρόποι ανάλυσης της.

Ένα στοιχείο της πολιτιστικής πολιτικής αφορά το τι κάνουν οι κυβερνήσεις αναφορικά με τις πολιτικές που ακολουθούν. Στον 21 αιώνα η πολιτιστική πολιτική, οι νέες τεχνολογίες, η δημοκρατία και η κοινωνική συνοχή προσδιορίζουν την

πολιτισμική ταυτότητα των επισκεπτών στο παγκόσμιο πολιτιστικό γίνεσθαι (Γκαντζιάς, 2020, σελ.13). Σε θέματα πολιτιστικής πολιτικής, στην πρώτη έκδοση της UNESCO αναγράφεται η “Πολιτιστική Πολιτική” με την γενική έννοια του όρου. Αναγράφεται πως είναι “ένα σύνολο κοινωνικών πρακτικών, συνειδητών και διακριβωμένων παρεμβάσεων ή μη παρεμβάσεων, που σκοπό έχουν την εκπλήρωση κάποιων πολιτιστικών αναγκών με την υπέρτατη δυνατή χρήση όλων των υλικών και ανθρωπίνων πόρων, που μια κοινωνία διαθέτει, σε μια δεδομένη στιγμή” (Sassatelli, 2007, σελ.28-41). Η αναγκαιότητα μετάπλασης της πολιτιστικής πολιτικής στον εθνικό και διεθνή τομέα προκύπτει από την συνεχόμενη και τροποποιημένη αλλαγή του πολιτικού, κοινωνικού και οικονομικού μοτίβου. Μέσα στο περιβάλλον παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και της πανδημίας η προβολή και η διαχείριση του πολιτισμού κρίνεται αναγκαία “για την διαφύλαξη και την συντήρηση της πολιτιστικής διαφορετικότητας και των πολιτιστικών αγαθών της χώρας” (Κοντοχρήστου, 2008, σελ.5-7). Οι αντικειμενικοί σκοποί για την άσκηση της πολιτιστικής πολιτικής στην Ευρώπη και στην Ελλάδα προσδιορίζονται με βάση την διεθνή εμπειρία, τον κοινωνικό, τον ιστορικό, τον πολιτικό και τον οικονομικό παράγοντα. “Οι βασικότεροι σκοποί είναι η συντήρηση, η προβολή των πολιτιστικών αγαθών, η ποιοτική βελτίωση, η αριθμητική αύξηση των πολιτιστικών αγαθών και η άνοδο της πολιτιστικής στάθμης των κοινωνιών” (Κόνσολα, 2006, σελ.37-49). Η ενεργοποίηση της πολιτισμικής πολιτικής με την βοήθεια των νέων τεχνολογιών συντελεί στην ψηφιακή διασφάλιση της πολιτισμικής ταυτότητας, των ηθικών αξιών, την ατομικής ευθύνης, του δημόσιου συμφέροντος και των συστημάτων αντιπροσωπευτικής δημοκρατίας (Γκαντζιάς, 2020, σελ.14).

1.3. Πολιτιστική κληρονομιά

Ο πολιτισμός αποτελεί την εθνική ταυτότητα ενός λαού κάθε χώρας διότι παράγει πολιτιστικά αγαθά, δηλαδή πνευματικά και υλικά επιτεύγματα, τα οποία αποτελούν την πολιτιστική κληρονομιά των λαών (Hobsbawh, 1996, σελ.1065-1080). Η πολιτιστική κληρονομιά ενσωματώνει μνημεία και κτηριακά σύνολα υπό τον όρο ότι αποτελούν παγκόσμια ιστορική, καλλιτεχνική και επιστημονική αξία. Η πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας περιλαμβάνει εκείνα τα πολιτιστικά αγαθά που συνιστούν μαρτυρίες της ύπαρξης και της δραστηριότητας του κάθε ανθρώπου

(Blake, 2002, 61-85). Η UNESCO με τον όρο “κληρονομιά” εννοεί κάτι του οποίου έχει αναγνωριστεί η αξία του, μεταφέρεται από το παρελθόν, το ζούμε σήμερα στην εποχή μας και έχουμε υποχρέωση να το μεταφέρουμε στις επερχόμενες γενιές. Η σημασία της πολιτισμικής κληρονομιάς διαδραμάτισε μείζονα ρόλο στην ανάπτυξη του πολιτισμού και στην σύνθεση της ιστορίας παγκοσμίως, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν και οι μηχανισμοί της προστασίας της (Hodder, 2010,σελ.861-882). Άλλοι παράγοντες που συντέλεσαν στην δημιουργία οργανισμών προστασίας των μνημείων πολιτισμού ήταν η αρπαγή και η καταστροφή πολιτιστικών αγαθών, ειδικότερα σε καιρούς πολέμου, καθώς και η ακούσια φθορά η οποία μπορεί να προκληθεί από κάποια αρχαιολογική ανασκαφή (UNESCO, 2016) .

Οι οργανισμοί που ασχολούνται σε παγκόσμιο επίπεδο με την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς είναι οι διακυβερνητικοί και μη διακυβερνητικοί (Bold, Pickard, 2018,σελ.99. Thomson 1946,σελ.300-303). Οι διακυβερνητικοί οργανισμοί οι οποίοι σχετίζονται με την διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι:

α) Ο οργανισμός της Unesco αποτελεί έναν διεθνή Οργανισμό του ΟΗΕ για την Επιστήμη την Εκπαίδευση και τον Πολιτισμό. Ιδρύθηκε το 1945 μετά την λήξη του Β' Παγκοσμίου πολέμου τότε που το κάθε έθνος είχε να επιλύσει ζητήματα πολιτιστικά, εκπαιδευτικά, καλλιτεχνικά, επιστημονικά και πολιτικά. Σύμφωνα με την Unesco (2003) τα πολιτιστικά αγαθά κατηγοριοποιούνται σε υλικά, άυλα και φυσικά (Foster, 2015, σελ.134-156), (Unesco, 2003), (Munjeri, 2018, σελ.12-20). Η Unesco συμβάλλει στη διατήρηση και την διάδοση του πολιτισμού, καθώς τα πολιτιστικά επιτεύγματα του κάθε έθνους περικλείουν τον πολιτισμό όλων των λαών, δημιουργώντας την Παγκόσμια Πολιτιστική Κληρονομιά (Alivizatou, 2007, σελ.34-42).

β) Ο οργανισμός ICCROM, ο οποίος ασχολείται αποκλειστικά με την προστασία των πολιτιστικών αγαθών της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το Διεθνές κέντρο για την Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης των Πολιτιστικών Αγαθών ιδρύθηκε το 1956 και είναι ένας διακυβερνητικός οργανισμός αφοσιωμένος στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε παγκόσμιο επίπεδο. Σκοπός της οργάνωσης είναι η ενίσχυση της αποκατάστασης των πολιτιστικών αγαθών και η ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς (Jokilehto, 2002, σελ.173-179).

Οι μη διακυβερνητικοί οργανισμοί (Martens, 2001,σελ.387-404) που σχετίζονται με την διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι ο οργανισμός ICOMOS ο οποίος αφορά τα αρχιτεκτονικά μνημεία με σκοπό τη διατήρηση και τη προστασία των τόπων πολιτιστικής κληρονομιάς σε ολόκληρο τον κόσμο (Cleere,2000, σελ.31-42). Ο οργανισμός ICOM ο οποίος αφορά τα μουσεία, υποστηρίζει και προωθεί το έργο των μουσείων και των εργαζομένων τους παγκοσμίως (Wood,1981,σελ.51-54). Επίσης συμβάλλει στην σωστή χρήση και εκμετάλλευση των πολιτιστικών αγαθών (ICOM, 2021). Ο οργανισμός OWHC ο οποίος ασχολείται με τις παλιές ιστορικές πόλεις και στοχεύει στην εφαρμογή της σύμβασης για την προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς που εγκρίθηκε από την UNESCO το 1972 (Unesco, 2020). Επίσης, βοηθά τα κράτη-μέλη να βελτιώσουν τις δυνατότητές τους στην προβολή μέσω διαδικτύου (Warnock, 2013,σελ.327-345).

Οι διεθνείς συμβάσεις συνθέτουν το πλαίσιο για την ρύθμιση των σχέσεων της παγκόσμιας κοινότητας. Όσον αφορά την προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς οι πιο ολοκληρωμένες συμβάσεις που σχετίζονται με την απαγόρευση της παράνομης μετακίνησης, καθώς και με την επιστροφή των παρανόμως εξαγόμενων πολιτιστικών προϊόντων, είναι η Σύμβαση της Χάγης το 1954, η Σύμβαση του Παρισιού το 1970 και η Σύμβαση της Ρώμης το 1995.

Επίσης σύμφωνα με την σύμβαση της Χάγης (UNESCO, 1954) σε περίπτωση πολέμου θεσπίζεται η προστασία των πολιτιστικών αγαθών από βανδαλισμούς και η διαφύλαξη των εδαφών (Hague convention, 1954). Στην σύμβαση αυτή επισημαίνεται η οικουμενικότητα των έργων τέχνης και η αναγνώριση ότι ένα έργο τέχνης δεν ανήκει μόνο στον άνθρωπο, στην εποχή του, στον τόπο τον οποίο δημιουργήθηκε αλλά σε ολόκληρη την ανθρωπότητα¹. Με την σύμβαση των Παρισίων (UNESCO 1972) κατοχυρώνεται η προστασία της παγκόσμιας πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς. Τα κράτη μέλη οφείλουν να προστατέψουν τα πολιτιστικά αγαθά και να τα κληροδοτήσουν στις επόμενες γενιές. Επιπρόσθετα, η σύμβαση θεωρεί αναγκαίο κάθε κράτος να έχει ορίσει με σχετική νομοθεσία την παράνομη εξαγωγή των πολιτιστικών αγαθών, αναθέτοντας την ευθύνη στο κάθε

¹ Η χορήγηση ειδικής προστασίας αφορά κάποια κριτήρια τα οποία πρέπει να πληρούν τα μνημεία και όσον αφορά την γενική προστασία νοείται η μικρότερη προστασία αλλά αναγκαία για όλα τα πολιτιστικά αγαθά με σκοπό την διαφύλαξη τους (άρθρο 2).

κράτος για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενώ η σύμβαση απλώς απαγορεύει την εξαγωγή των πολιτιστικών αγαθών από την χώρα (Veres, 2012, σελ.98). Η σύμβαση που υπογράφηκε στην Ρώμη το 1995 αφορά τα Κλαπέντα ή Παρανόμως Εξαχθέντα Πολιτιστικά Αγαθά και δίνεται βαρύτητα στην καταπολέμηση του εμπορίου των κλεμμένων πολιτιστικών αγαθών (Unidroit, 1995).

1.4. Ψηφιακή Πολιτιστική κληρονομιά

Όπως συνέβη με τον διαχωρισμό της άυλης και φυσικής κληρονομιάς, έτσι ανέκυψε και η ανάγκη για τον διαχωρισμό της ψηφιακής πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής κληρονομιάς, προκειμένου να κατοχυρωθούν τα ψηφιακά πολιτιστικά αγαθά (Ρούσσου, 2006, σελ.56-61). Ο πραγματικός κόσμος και το εικονικό περιβάλλον συνδέονται με τη βοήθεια της ψηφιακής τεχνολογίας και έτσι τα πολιτιστικά αγαθά προσφέρουν μια νέα πολιτιστική εμπειρία (Kotler Kotler,& Kotler, 2008, σελ.6). Όλη η νέα αυτή εποχή, με την νέα τεχνολογία, τα σύγχρονα πολυμέσα, τις νέες εφαρμογές και εφευρέσεις, η οποία έχει εδραιωθεί έως σήμερα αποτελούν την ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά (Zorich, 2003, σελ.5). Η ψηφιοποίηση είναι η διαδικασία μεταβολής αναλογικών εγγράφων, κειμένων, εικόνων ή ήχων σε ψηφιακή μορφή, έτσι ώστε να είναι εφικτή από τους χρήστες η επεξεργασία και η αποθήκευση στους υπολογιστές (Μπέρδος, 2017). Για τα ψηφιακά κείμενα χρησιμοποιούνται αρχεία XML ή HTML, για τις ψηφιακές εικόνες αρχεία όπως το JPEG ενώ για τους ψηφιακούς ήχους αρχεία WAV, MP3 ή MP4 (Μπέρδος, 2017).

Η περιήγηση σε έναν ψηφιακό ή εικονικό πολιτιστικό χώρο προσφέρει μια εμπειρία διαφορετική από αυτήν που θα πρόσφερε η συμβατική περιήγηση σε έναν πολιτιστικό χώρο. Η UNESCO έχοντας ερευνήσει το εύρος των πολιτιστικών αγαθών που υπάρχουν στην σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία αντιλήφθηκε την ανάγκη διασφάλισης των ψηφιακών πολιτιστικών αγαθών και έτσι το 2003 δημιούργησε τη Χάρτα για τη Διατήρηση της Ψηφιακής Κληρονομιάς. Η διασφάλιση των ψηφιακών πολιτιστικών αγαθών αφορά τα πολιτιστικά αγαθά αλλά και τα λογισμικά και προγράμματα που τα υποστηρίζουν (Unesco, 2003). Τα ψηφιακά πολιτιστικά προϊόντα χωρίζονται σε τρεις κύριες κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά τα πολιτιστικά αγαθά που δημιουργούνται σε ψηφιακό περιβάλλον, η δεύτερη κατηγορία

τις ψηφιοποιημένες πληροφορίες που συνοδεύουν τα φυσικά πολιτιστικά αγαθά και η τρίτη κατηγορία αφορά τα σύγχρονα έργα τέχνης που δημιουργούνται με την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών (Navarrete, 2013, σελ.251-271). Τα πλεονεκτήματα της ψηφιοποιημένης πολιτιστικής κληρονομιάς είναι η προστασία των πολιτιστικών αγαθών από φυσικές φθορές, δεν περιορίζεται χρονικά και γεωγραφικά αλλά είναι διαθέσιμη σε όλο τον κόσμο συμβάλλοντας στην προβολή στο διεθνές πολιτιστικό γίγνεσθαι (Κωνσταντάκης, 2017).

Η ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά αποκτά μια νέα ζωή με τις ψηφιακές τεχνολογίες και τη χρήση του διαδικτύου. Η Ελλάδα με το Ν.4727/2020 που αφορά την Ψηφιακή Διακυβέρνηση και τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες, εισάγει τις ψηφιακές θυρίδες, τα ανοιχτά δεδομένα, την ηλεκτρονική διακίνηση εγγράφων ενδυναμώνοντας θεσμικά τον ψηφιακό μετασχηματισμό (Γκαντζιάς, 2020, σελ.29). Όλοι οι πολίτες έχουν την ευκαιρία πρόσβασης στα πολιτιστικά αγαθά, ενώ παράλληλα οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να επεκταθούν στο ευρύτερο κοινό, ακόμη και σε νέους χρήστες έτσι ώστε να αναπτύξουν ένα δημιουργικό περιεχόμενο για ψυχαγωγία και εκπαίδευση (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2). Η ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς βοηθά επίσης, στην διάδοσή των πολιτιστικών αγαθών στο χρόνο ενώ παράλληλα συντελεί στην ανάπτυξη των διεθνών σχέσεων και συνεργασιών (Brynjolfsson, McAfee, Spence, 2014, σελ.44-48).

Ο Jonathan Bowen ίδρυσε το “Virtual Library museums” (Lepouras & Vassilakis, 2004, σελ.96-106), το οποίο είναι ένας κατάλογος για εικονικά μουσεία στο διαδίκτυο (Virtual Library museums, 2017). Η ενέργεια αυτή ενισχύεται και από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, μέσα στο οποίο περιλαμβάνονται σύνδεσμοι για περισσότερα από χίλια τέτοια μουσεία. Το 2002 σε συνέδριο της UNESCO ορίστηκε “Η ανοιχτή παροχή εκπαιδευτικών πόρων, που κατέστησαν δυνατή τις νέες τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνίας, για διαβούλευση, χρήση και προσαρμογή από μια κοινότητα χρηστών για μη εμπορικούς σκοπούς” (Unesco, 2002). Οι πόροι αυτοί μπορεί να είναι ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις, ηλεκτρονικά βιβλία και ιστοσελίδες.

Το 2008 δημιουργήθηκε η ευρωπαϊκή ψηφιακή βιβλιοθήκη Europeana, η οποία περιέχει ψηφιοποιημένα βιβλία, ταινίες, ηχογραφήσεις, φωτογραφίες, χάρτες, έγγραφα και πίνακες, τα οποία προήλθαν από πολιτιστικούς οργανισμούς των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Europeana, 2010). Όλα τα ψηφιοποιημένα

πολιτιστικά αγαθά τα προβάλλει δημόσια στο κοινό και είναι διαθέσιμα στην γλώσσα του κάθε χρήστη. Τα ψηφιοποιημένα αρχεία τα έχει ομαδοποιήσει σε εκθέσεις προκειμένου να είναι εύκολα στην πρόσβαση και στην αναζήτηση από τους χρήστες (Europeana, 2021). Η ενσωμάτωση των πολιτιστικών αγαθών στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη έγινε μέσω της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών της ψηφιοποίησης και των πολυμέσων. Η Europeana διευθύνεται από το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα Ψηφιακών Βιβλιοθηκών, στο οποίο συμμετέχουν οι ευρωπαϊκές ενώσεις μουσείων, πολιτιστικών ιδρυμάτων και βιβλιοθηκών. Η ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την προστασία και την προώθησή της στο διεθνές πολιτιστικό γίγνεσθαι.

Προγράμματα που επιδιώκουν να ενώσουν τον πολιτιστικό, τον ψηφιακό και τον εκπαιδευτικό κόσμο ανάμεσα στα ανεπτυγμένα και στα αναπτυσσόμενα κράτη και να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο για το εκπαιδευτικό και το επιστημονικό περιβάλλον, διότι αποτελούν πηγή πληροφοριών, ενημέρωσης και γνώσης είναι: το Open Culture συγκεντρώνει πολιτιστικά και εκπαιδευτικά μέσα για την παγκόσμια κοινότητα δια βίου μάθησης (Open Culture, 2021), το SearchCulture.gr είναι ο συσσωρευτής ψηφιακού περιεχομένου της πολιτιστικής κληρονομιάς (Search Culture, 2021), το ευρωπαϊκό πρόγραμμα Europeana (Europeana, 2021) και το Project DIAMM είναι παραδείγματα ψηφιοποίησης αρχείων (University of Oxford, 2011), η Παγκόσμια Ψηφιακή Βιβλιοθήκη η οποία έχει σκοπό την ψηφιοποίηση σπάνιων αρχείων από βιβλιοθήκες και οργανισμούς όλων των κρατών του κόσμου (World Digital Library, 2021).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΤΟΥ 21^{ου} ΑΙΩΝΑ

2.1. Το μουσείο στην σύγχρονη εποχή

Ο θεσμός του μουσείου έχει καθιερωθεί εδώ και πολλά χρόνια, αν και η έννοια του μουσείου έχει διαφοροποιηθεί ως προς την σημασία του ανά τους αιώνες εξαιτίας των κοινωνικών και πολιτικών αλλαγών (Woods, 1991, σελ. 1.111-1.115). Τον 20^ο αιώνα τα μουσεία εξελίσσονται σημαντικά διότι ξεκινούν να δημιουργούνται καινούργιοι τύποι μουσείων οι οποίοι στρέφουν την προσοχή τους στην επικοινωνία του επισκέπτη με το μουσείο (Calderon, 1990, σελ. 137-140). Το μουσείο δηλαδή αρχίζει να αποκτά εκπαιδευτική αλλά και κοινωνική αποστολή. Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο τα μουσεία γίνονται πιο μοντέρνα ακολουθώντας το ρεύμα της εποχής αλλά και πολλά μουσεία αναδιοργανώνονται προκειμένου να δώσουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να εμπλακούν στην γνώση και να αποκτήσουν τις πληροφορίες ως προς τα εκθέματα που παρακολουθούν με έναν βιωματικό τρόπο (Pearson, Keene 2017, σελ. 57).

Ένας ορισμός για τα σύγχρονα μουσεία είναι ο εξής: “Μουσείο είναι ένα ίδρυμα το οποίο έχει μόνιμο χαρακτήρα, είναι μη κερδοσκοπικό, βρίσκεται στην υπηρεσία της κοινωνίας και επιδιώκει την ανάπτυξή του, είναι ανοικτό προς το κοινό, και η συλλογή του διατηρείται και γνωστοποιείται στο κοινό με σκοπό τη μελέτη, την ψυχαγωγία και την εκπαίδευση” (ICOM, 2007). Τα μουσεία ανάλογα με τα τεκμήρια των πολιτισμών τα οποία εκθέτουν διαχωρίζονται σε λαογραφικά, αρχαιολογικά, μουσεία τεχνολογίας, ιστορικά και τέχνης (Suay, 2017, σελ. 63). Πρωταρχικοί στόχοι του σύγχρονου μουσείου είναι: η συντήρηση των εκθεμάτων, η συλλογή και η έρευνα, ενώ παράλληλα επιχειρεί να αναδειχθεί σε χώρος δια βίου μάθησης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας (Γλύτση, 2002, σελ. 27). Βασικός στόχος είναι να διασφαλιστεί ένα νέο μουσείο χωρίς αποκλεισμούς όπου όλοι οι άνθρωποι θα μπορούν να αισθανθούν μέρος των σύγχρονων μουσείων, ακόμη και αν βρίσκονται σε άλλη ήπειρο ή ακόμη και αν δεν μπόρεσαν για διάφορους λόγους να βιώσουν δια ζώσης την εμπειρία του μουσείου (Vermeeren, Calvi, Sabiescu, Trocchianesi, Stuedahl, Giaccardi, 2016, σελ. 4). Προτεραιότητα του σύγχρονου μουσείου είναι η ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών.

2.2. Προβολή και Διαχείριση των σύγχρονων ψηφιακών μουσείων

Τους δυο τελευταίους αιώνες του 20^{ου} και του 21^{ου} παρατηρούμε έντονες κοινωνικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών, των τηλεπικοινωνιών, η χρήση του διαδικτύου στο δημόσιο και ιδιωτικό βίο συντέλεσαν στο να αλλάξει ο τρόπος λειτουργίας των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και διαδικασιών. Ο πολιτισμός ως πυλώνας της αειφόρου ανάπτυξης διατυπώθηκε στα μέσα του 21ο αιώνα. Η πολιτισμική αειφορία ορίζεται “απαραίτητος παράγοντας σε μια υγιή και βιώσιμη κοινωνία. Έτσι, οι κυβερνήσεις των χωρών ξεκίνησαν να αφουγκράζονται την ανάγκη επιδίωξης μιας πολυδιάστατης ανάπτυξης, καθώς η τεχνολογία έχει διεισδύσει αναπόφευκτα και στον χώρο του πολιτισμού (Hoof, Boell, 2019,σελ.641). Η πολιτική ως σύστημα λήψης αποφάσεων κάνει πράξη το δημόσιο συμφέρον αλλά και ο πολιτισμός λόγω του “ολιστικού” του περιεχομένου λειτουργεί ως μέσο που ασκεί επίδραση και καλλιεργεί τις πολιτικές κρίσεις και τελικές αποφάσεις (Navarrete, 2013, σελ.261). Η τοποθέτηση του πολιτισμού στο επίκεντρο της αναπτυξιακής πολιτικής αποτελεί ουσιαστική επένδυση στο μέλλον του κόσμου και αποτελεί προϋπόθεση για επιτυχημένες διαδικασίες παγκοσμιοποίησης που λαμβάνουν υπόψη τις αρχές της πολιτιστικής πολυμορφίας (Granato, Inglehart, Leblang, 1996, σελ.607-631). Υπό αυτό το πρίσμα, ο ψηφιακός πολιτισμός συνίσταται από την ψηφιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών και την πρόσβαση στην ψηφιακή κουλτούρα, αποτελώντας ένα μέρος ενός γενικότερου σύγχρονου πολιτισμού και κουλτούρας (Owens, 2013, σελ.123). Μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας το πολιτιστικό μήνυμα μπορεί να μεταδίδεται με ταχείς ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο ενώ παράλληλα έχει την δυνατότητα να συνδυάζει εικόνα, ήχο και κείμενο.

Τα μουσεία επειδή υπάρχουν μέσα στην σύγχρονη κοινωνία των πληροφοριών και της γνώσης, έχουν αξιοποιήσει τα νέα τεχνολογικά μέσα με αποτέλεσμα να διευκολύνεται η άμεση, η γρήγορη και η εύκολη πρόσβαση σε πολιτιστικούς χώρους και πολιτιστικά αγαθά (Anderson, 1999, σελ.130-160). Σύμφωνα με τον Δάλλα “ο πολίτης μπορεί μέσω της διαδραστικής επικοινωνίας που δημιουργείται στο πολιτιστικό ψηφιακό περιβάλλον να μην είναι απλά ένας παρατηρητής αλλά να συμμετέχει σε αυτήν”. Με τη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας

δίνεται η ευκαιρία διάδοσης του πολιτισμού αλλά και της προβολής και μετάδοσης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων τους (Γκαντζιάς, 2007, σελ.2-10).

Ο εκσυγχρονισμός της νομοθεσίας και των πολιτικών ψηφιοποίησης στο πολιτισμικό γίνεσθαι οδηγούν σε νέα διάσταση την παραγωγή και την διαχείριση του πολιτισμού μέσα στην πανδημία (Γκαντζιάς, 2020, σελ.20). Οι σύγχρονοι πολιτιστικοί διαχειριστές χρησιμοποιούν νέα καινοτόμα τεχνολογικά εργαλεία και εφαρμογές για τις πολιτισμικές μονάδες, προκειμένου οι επισκέπτες-χρήστες να βιώσουν την εμπειρία που προσφέρεται μέσα από το ζωντάνεμα άλλων εποχών και πολιτισμών (Οικονόμου, 2004, σελ.3). Επιπλέον οι επισκέπτες ακόμη και αν βρίσκονται σε απομακρυσμένο τόπο, μπορούν να επισκεφτούν ένα φυσικό μουσείο μέσω του διαδικτύου και να αποκτήσουν γνώσεις, αλλά και να έχουν την δυνατότητα διάδρασης με τα εκθέματα του μουσείου (Οικονόμου, 2004, σελ.2), χωρίς να υπάρξει κίνδυνος να επέλθει φυσική φθορά, μέσω των εξελιγμένων υπολογιστών αφής και των περιπτέρων πληροφοριών που προσφέρονται στην μουσειακή ξενάγηση. Επίσης, μέσω της ψηφιακής τους απεικόνισης τα πολιτιστικά αγαθά αποκτούν διαχρονικότητα (Binkley,1997, σελ.107-116). Οι ευκαιρίες που δίνουν οι νέες τεχνολογίες στους επισκέπτες των μουσείων είναι (Μπούνια, 2004, σελ.20):

- Ικανοποιούν όλες τις απαιτήσεις του κοινού, καθώς προσφέρουν την ευκαιρία επιλογής των εφαρμογών και των πληροφοριών.
- Δίνουν την δυνατότητα προβολής εκθεμάτων τα οποία μπορεί να μην εκτίθενται σε κάποια έκθεση.
- Άνθρωποι οι οποίοι λόγω κάποια σωματικής αδυναμίας δεν μπορούν να επισκεφτούν το φυσικό χώρο του μουσείου, έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στο “ψηφιακό μουσείο”.
- Συμβάλλουν στην μετάδοση της γνώσης με έναν εμπλουτισμένο τρόπο απεικόνισης του μουσειακού χώρου, προσθέτοντας επιπλέον αξία στην γνώση.

2.3. Ψηφιακή τεχνολογία και εκπαίδευση

Στις αρχές του 21^{ου} αιώνα οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο άρχισαν να εμφανίζονται και να χρησιμοποιούνται σε παγκόσμια κλίμακα κάτι το οποίο σηματοδοτούσε μια νέα εποχή (Schroeder, 2018, σελ 18-27). Η ψηφιακή επικοινωνία στο σύγχρονο περιβάλλον διευκολύνει την γρήγορη πρόσβαση στην πληροφορία και τη γνώση (Spring, 2008, σελ.335). Χαρακτηριστικό της σύγχρονης παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας είναι η ανάπτυξη του Διαδικτύου που έχει επικρατήσει στην καθημερινότητα των ανθρώπων και αποτελεί μέσο επικοινωνίας, καταρρίπτοντας τις αποστάσεις και τα σύνορα (Drezner, 2004, σελ.480). Στην σύγχρονη εποχή οι άνθρωποι είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως κύρια πηγή πληροφόρησης, εκπαίδευσης και διασκέδασης (Medic, Pavlovic, 2014, σελ.4). Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της καθημερινής ζωής των πολιτών διαμορφώνει μια νέα πραγματικότητα στο διεθνές πολιτισμικό γίγνεσθαι, μάλιστα η πανδημία του κορωνοϊού διαμόρφωσε μια νέα πολιτισμική και κοινωνική καθημερινότητα (Γκαντζιάς, 2020, σελ.11). Συγκεκριμένα, το διαδίκτυο και η εξέλιξη των πολυμέσων κατέστησαν δυνατή την εργασία των ανθρώπων από το σπίτι (τηλ-εργασία), την εκπαίδευση των ενηλίκων για την συμμετοχή τους σε εκπαιδευτικά προγράμματα, και των ανήλικων μαθητών οι οποίοι παρακολουθούν τα μαθήματα της υποχρεωτικής θεσμοθετημένης εκπαίδευσης (μέσω διαδικτυακών πλατφόρμων), λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που επικρατούν τον τελευταίο κυρίως χρόνο σε παγκόσμιο επίπεδο εξαιτίας της πανδημίας (Lan, Gupta, Huang, Chelliah, Spector, 2021 σελ.64-74. Williamson, Eynon, Potter, 2020, σελ.3).

Τα ψηφιακά μουσεία είναι ωφέλιμα για την εκπαίδευση διότι είναι κατάλληλα για διαδραστικούς σκοπούς και για την ενεργή συμμετοχή των παιδιών, επιτυγχάνοντας μέσω του ψυχαγωγικού τους χαρακτήρα, την μάθηση (Friedman, 1989, σελ.12-14) και το ενδιαφέρον για τα τις ψηφιακές εκθέσεις. Σημαντική παράμετρος αποτελεί το γεγονός ότι τα μουσεία προσφέρουν ένα μοναδικό προϊόν σε ένα ανομοιογενές εύρος επισκεπτών, κυρίως ως προς την ηλικία, και αποτελούν έναν χώρο εκπαίδευσης, όπου ο καθένας τον επιλεγεί με την βούληση του να το επισκεφτεί, καθώς δεν περιλαμβάνεται στο υποχρεωτικό θεσμοθετημένο εκπαιδευτικό σύστημα (Rosa, 2015, σελ.281-191).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ο σύγχρονος κοινωνικοπαιδαγωγικός προσανατολισμός, ο οποίος εστιάζει στην μάθηση μέσω της βιωματικής εμπειρίας (Kolb A., Kolb D., 2005, σελ.194). Όταν αναφερόμαστε στην εκπαίδευση του 21ου αιώνα πρέπει να έχουμε υπόψη το κείμενο αρχών της Unesco, το οποίο προτείνει τους τέσσερις βασικούς πυλώνες για την εκπαίδευση στη νέα χιλιετία. Στα τέλη του 1991 με εντολή του Γενικού Διευθυντή της UNESCO συγκροτήθηκε μια Διεθνής Επιτροπή υπό την προεδρία του Jacques Dellors η οποία πραγματοποίησε μια μελέτη η οποία εστιάζει στην δια βίου μάθηση, στην συνεργασία, στην αναγνώριση των αξιών του πλουραλισμού, της αμοιβαίας κατανόησης και της ειρήνης όλων των λαών και στην ανάπτυξη της προσωπικότητας του κάθε ατόμου (Rao,2001, σελ.51). Έτσι λοιπόν έχοντας ως γνώμονα την δια βίου μάθηση και το γεγονός ότι η εκπαίδευση αφορά ανεξαιρέτως όλους τους ανθρώπους, πρέπει να κατοχυρώνεται η ελεύθερη πρόσβαση όλων των ανθρώπων σε αυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΑ ΕΙΚΟΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.

3.1. Τα Χαρακτηριστικά των εικονικών μουσείων

Ο André Malraux το 1974, εμπνεύστηκε τη δημιουργία του φανταστικού μουσείου (Musée imaginaire) το οποίο είναι χωρίς τοίχους (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521) και παρουσιάζονται όλα τα έργα της καλλιτεχνικής δημιουργίας (Schweibenz, 1998, σελ.191). Το μουσείο αυτό δεν υπάρχει σαν παρουσία στον πραγματικό κόσμο αλλά θα είναι προσβάσιμο από όλους τους ανθρώπους. Στην συνέχεια οι Tsiehritzi και Gibbs κάνουν αναφορά στα εικονικά μουσεία εννοώντας τα μουσεία που δημιουργήθηκαν μέσω τεχνολογικών προγραμμάτων του υπολογιστή και οι χρήστες θα μπορούν να ζήσουν την εμπειρία της επίσκεψης σαν να βρίσκονται σε ένα πραγματικό μουσείο, ενώ στην ουσία βρίσκονται σε έναν ψηφιακό χώρο μουσείου, το οποίο κατασκευάστηκε από προγράμματα υπολογιστών (Tsiehritzis, Gibbs, 1991, σελ.17-25). Επίσης, τα εικονικά μουσεία παρέχουν την ευκαιρία “ένταξης των συλλογών που εκθέτουν στην «αύξηση» του χώρου και τη σύνδεση τους με άλλα μνημεία του χώρου αυτού, στις αλλαγές που έχουν υποστεί στις διάφορες φάσεις της ιστορικής τους πορείας” (Νικονάνου, Μπούνια, Φιλιπποπολίτη, Χουρμουζιάδη, Γιαννούτσου, 2015, σελ.39).

Τα εικονικά μουσεία μέσω της τεχνολογίας έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν μουσειακές εκθέσεις με πολιτιστικά αντικείμενα τα οποία βρίσκονται στις αποθήκες των φυσικών μουσείων και δεν εκτίθενται σε κάποια έκθεση μουσείου είτε γιατί οι φυσικοί χώροι των μουσείων κριθήκαν ανεπαρκείς είτε δεν πληρούσαν τα κριτήρια ασφαλείας (McKenzie, 1997, σελ.87-94). Όσον αφορά τα θέματα συντήρησης των εικονικών μουσείων βασικός στόχος είναι να διατηρηθεί η συλλογή και μελλοντικά. Συνήθως τα εικονικά μουσεία χρηματοδοτούνται από τα φυσικά μουσεία και εξαρτώνται από τις υπάρχουσες συλλογές.

Μέσω των εικονικών μουσείων, καταρρίπτονται τα σύνορα και δίνεται η δυνατότητα στους “επισκέπτες” να μορφωθούν και να αποκτήσουν γνώση για τα πολιτιστικά αγαθά, να αλληλεπιδράσουν και να επικοινωνήσουν σε πραγματικό

χρόνο μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον (Δασκαλοπούλου & Μπούνια, 2008, σελ.30). Ένας βασικός στόχος του εικονικού μουσείου είναι να μορφώσει και να ψυχαγωγήσει τους επισκέπτες του, ξεπερνώντας τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης.

3.2. Διαδικτυακά μουσεία

Όλα τα μουσεία αξιοποιώντας τις δυνατότητες του διαδικτύου έφτιαξαν δική τους ιστοσελίδα, για να βοηθούν τους επισκέπτες που δεν έχουν την δυνατότητα λόγω γεωγραφικής απόστασης να το επισκεφτούν και να έχουν εύκολη πρόσβαση να παραμείνουν στο χώρο του μουσείου για όσο το επιθυμούν (Ρούσσου, 2006, σελ.56-61. Οικονόμου, 2004, σελ.3). Επιπλέον, οι συλλογές των μουσείων γίνονται “ανοιχτές” και σε ανθρώπους με σωματική αναπηρία αλλά και σε ανθρώπους με προβλήματα μάθησης, καθώς μπορεί και συνδυάζει την εικόνα, το βίντεο και τον ήχο. Χαρακτηριστική είναι η χρήση των διαδραστικών εφαρμογών στο εικονικό περιβάλλον. Η διαδραστικότητα του μουσειακού χώρου ορίζεται ως η εμπειρία του επισκέπτη που εμπεριέχει την κοινωνική, την νοητική και την συναισθηματική συμμετοχή (Adams, Mousouri, 2002, σελ5-6) και συμβάλει στην καλύτερη μάθηση, καθώς ο επισκέπτης συμμετέχει φυσικά και συναισθηματικά απέναντι σε ένα έκθεμα, κάνοντας χρήση των διαδραστικών εφαρμογών.

Στο διαδίκτυο υπάρχουν διάφορες κατηγορίες μουσείων. Μια από αυτές είναι η “Εικονική Πραγματικότητα” (Virtual Museum), όπου είναι ένας διαδικτυακός τόπος ή ένα διαδικτυακό λογισμικό προσομοίωσης ενός φυσικού χώρου ή φανταστικού μουσείου. Στον συγκεκριμένο τύπο του εικονικού μουσείου ο επισκέπτης αλληλεπιδρά με το μουσειακό περιβάλλον (Tsichritzis, Gibbs, 1991, σελ.17-25. Schweibenz, 2004, σελ.1). Δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να βιώσει τα ερεθίσματα και να ταξιδέψει νοερά μέσα από την εμπειρία της εικονικής ξενάγησης, παρέχοντας την επιλογή στον επισκέπτη να διαλέξει τον μαθησιακό χώρο και τον τρόπο πλοήγησης στο χώρο του (Deligiannis & Papaioannou, 2014, σελ. 1-10). Τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί virtual museums τα οποία δίνουν την δυνατότητα στον εικονικό επισκέπτη να αλλάξει τα χρώματα των αντικειμένων και να προσθέσει αντικείμενα στο χώρο. Χαρακτηριστικό πρόσφατο παράδειγμα

αποτελεί το διαδικτυακό εικονικό Μουσείο της Μύρτιδος στον εικονικό κόσμο Second Life, το οποίο παρουσιάζει μία ερευνητική προσπάθεια, αξιοποιώντας τις μοναδικές ευκαιρίες που δίνει η σύγχρονη τεχνολογία. Είναι ένα από τα πιο πρόσφατα ψηφιακά μουσεία στην Ελλάδα, δεν είναι πραγματικό και παρουσιάστηκε στο διαδικτυακά στο κοινό στις 15 Απριλίου 2021. Ο καθηγητής Μουσειολογίας Μιχάλης Δουλγερίδης (Ανώτατη Σχολή Καλών Τεχνών) δήλωσε πως “στον διαδικτυακό εικονικό κόσμο μπορεί να υπάρξει δωρεάν πρόσβαση στο κοινό, οι χρήστες του Second Life μπορούν να δημιουργήσουν εικονικές αναπαραστάσεις που ονομάζονται άβαταρ, να αλληλεπιδράσουν με μέρη, με αντικείμενα καθώς και με άλλα άβαταρ. Επίσης μπορούν να εξερευνήσουν τον κόσμο, να συναντήσουν άλλους «κατοίκους» και να κοινωνικοποιηθούν καθώς και να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες όπως να ψωνίσουν και να εμπορευθούν εικονικές ιδιοκτησίες και υπηρεσίες μεταξύ τους” (Myrtis Virtual Museum webinar, 2021). Ένα άλλο παράδειγμα εικονικού μουσείου είναι το Μουσείο Καλών Τεχνών VR στο Steam (The VR Museum of Fine Art μέσω της εφαρμογής HTC Vive) το οποίο δεν είναι πραγματικό μουσείο. Η εφαρμογή διατίθεται δωρεάν στο κοινό και συγκεντρώνει μερικά από τα πιο διάσημα έργα τέχνης του κόσμου σε έναν εντυπωσιακό χώρο (HTC Hive, 2016).

Επόμενη κατηγορία διαδικτυακού μουσείου είναι “το Μουσείο Εκμάθησης” (ICOM, 2004, σελ.1. Sylaiou, Liarakis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521), όπου είναι ένας ιστότοπος με ένα διαδραστικό περιβάλλον μάθησης εύχρηστο στους ψηφιακούς επισκέπτες (Schweibenz, 2004, σελ.1. ICOM, 2004). Το μουσείο αυτού του τύπου μπορεί να είναι μία προσομοίωση ενός πραγματικού μουσείου ή μια δημιουργία ενός φανταστικού χώρου με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης. Αποτελεί μια προσπάθεια δημιουργίας μιας αλληλεπιδραστικής σχέσης με τον επισκέπτη έτσι ώστε να λειτουργήσει ως κίνητρο για μία νέα επίσκεψη στο μέλλον (Sylaiou, Liarakis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521). Ο ιστότοπος είναι εκπαιδευτικά βελτιωμένος και συνδέεται με πληροφορίες που προορίζονται για να δώσουν κίνητρο στον εικονικό επισκέπτη να πληροφορηθεί για ένα θέμα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.2). Παρέχοντας τα μουσεία ελεύθερη πρόσβαση στους επισκέπτες από την άνεση του σπιτιού τους σε ένα ανοιχτό περιεχόμενο για την τέχνη, τον πολιτισμό και την ιστορία και παράλληλα προωθώντας την εκπαιδευτική ηλεκτρονική μάθηση, έχει ως αποτέλεσμα τα μουσεία

να γίνουν ιδιαίτερα δημοφιλή σε όλες τις ηλικίες. Ο συγκεκριμένος τύπος διαδικτυακού μουσείου άνθησε ιδιαίτερα στην εποχή της πανδημίας λόγω της κοινωνικής απομάκρυνσης και της καραντίνας. Παράδειγμα αποτελεί το Μακεδονικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης το οποίο αξιοποιεί την τεχνολογία Web3D (διαδραστικές εφαρμογές) και περιέχει εκτενείς πληροφορίες αναφορικά με τα εκθέματα αλλά και εκπαιδευτικά παιχνίδια (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.3).

Καταλήγοντας, υπάρχει η κατηγορία διαδικτυακού μουσείου “Marketing” όπου είναι ιστοσελίδες οι οποίες λειτουργούν ως μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης για τις συλλογές και τις εκδηλώσεις του μουσείου, με βασικό στόχο την αύξηση της επισκεψιμότητας των χρηστών (Mckenzie, 1997, σελ.16-19). Για παράδειγμα το 2015 όταν το μουσείο Tate Britain στόχευε να αλληλεπιδράσει περισσότερο με το κοινό μέσω των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, δημιούργησαν μια καμπάνια που έφερε στη ζωή διάσημα έργα τέχνης. Η καμπάνια “GIF της δεκαετίας του 1840” δημιουργήθηκε για να διαφημίσει τη γκαλερί της Tate Britain του 1840. Η πρόκληση για τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν να μετατρέψουν τα αριστουργήματα της δεκαετίας του 1840 σε κινούμενα GIF (Museums and the Web, 2015). Το 2020 στην εποχή της πανδημίας δημιουργήθηκε ένα κοινό έργο μεταξύ της Europeana και του Πολιτισμού²⁴ με στόχο να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να ασχοληθούν με έργα τέχνης. Ο τίτλος του έργου είναι “VanGoYourself” και προσκαλεί τους ανθρώπους να μιμηθούν μια σειρά από πίνακες και στη συνέχεια να ανεβάσουν τις φωτογραφίες τους στον επίσημο ιστότοπο της καμπάνιας. Το υψηλό στοιχείο σε συνδυασμό με μια οπτική και διασκεδαστική ερμηνεία της τέχνης στην σύγχρονη εποχή, λειτούργησε ως ένα ισχυρό εργαλείο για να προσελκύσει τους ανθρώπους (VanGoYourself, 2021).

3.3. Η χρήση της τεχνολογίας στα διαδικτυακά και στα φυσικά μουσεία

Οι πολιτισμικοί οργανισμοί ενσωμάτωσαν τις νέες τεχνολογίες καθώς προχώρησαν στην ψηφιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών σε εικόνα, κείμενο ή βίντεο και αξιοποίησαν τα συστήματα διαχείρισης ψηφιακών πόρων για να διαχειρίζονται την πνευματική τους ιδιοκτησία και να σχεδιάζουν την στρατηγική του

πολιτιστικού οργανισμού. Η τεχνολογία η οποία χρησιμοποιείται στα διαδικτυακά μουσεία είναι αντίστοιχη με αυτήν της δημιουργίας ιστοσελίδων. Συγκεκριμένα χρησιμοποιούνται: οι γλώσσες σήμανσης, οι γλώσσες φύλλων, οι τεχνολογίες βάσεων δεδομένων, Virtual tour όπου χρειάζονται την γλώσσα Virtual Reality Modeling Language (Anton, Nicolae, Moldoveanu, Balan, 2018, σελ.130-134). Μέσω των **σύγχρονων ψηφιακών εφαρμογών ενισχύεται η διανοητική και η διαδραστική εμπειρία της επίσκεψης στο εικονικό μουσείο καθώς παρέχεται η δυνατότητα ακουστικής ξενάγησης και οπτικής εμπειρίας** μέσω των ψηφιακών “βοηθών” και εφαρμογών εικονικής πραγματικότητας (Lisney, Bowen, Hearn, Zada, 2013,σελ.3-6). Το 2013, το Μουσείο του Λούβρου στη Γαλλία αποφάσισε να αναπτύξει ένα πρόγραμμα με τη δυνατότητα λήψης, που επιτρέπει στους επισκέπτες να ακούνε έναν ηχητικό οδηγό πριν επισκεφτούν το μουσείο. Χρησιμοποιώντας μια κονσόλα παιχνιδιών Nintendo 3DS, μπορούν να κάνουν μια εικονική βόλτα στη γκαλερί του Παρισιού και να απολαύσουν περισσότερες από 600 φωτογραφίες έργων τέχνης, 400 εικόνες δωματίων του μουσείου και 30 ώρες σχολιασμού (IGN, 2013).

Μέσω της τεχνολογίας οι εικονικοί επισκέπτες έχουν από παντού πρόσβαση στο διαδικτυακό μουσείο αρκεί να συνδεθούν στο διαδίκτυο, συμβάλλοντας έτσι στην πολιτιστική επικοινωνία και στην αξιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών (Γκαντζιάς, Κορρές, 2011, σελ.18). Η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την οπτικοποίηση περιλαμβάνει το Web3D το οποίο προσφέρει τα εργαλεία VRML και X3D, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ενός διαδραστικού εικονικού μουσείου (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.522). Τα διαδικτυακά μουσεία διαθέτουν επίσης, την τεχνολογία Extensible 3D η οποία προσφέρει επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο. Η τεχνική του ψευδοτριδιάστατου QuickTime VR είναι αποτέλεσμα της θέασης των 360 μοιρών η οποία προσφέρει ευκρινή και πανοραμική θέαση από φωτογραφία που έχει τραβηχτεί στον χώρο, δίνοντας την δυνατότητα διάδρασης των αντικειμένων από τον χρήστη (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56). Τα διαδικτυακά μουσεία πρέπει να έχουν εικόνες υψηλής ανάλυσης έτσι ώστε να δώσουν στους επισκέπτες ευκρινείς πληροφορίες για τα εικονικά εκθέματα τους (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521). Η τεχνολογίας “Russian Doll” δίνει την δυνατότητα στον εικονικό επισκέπτη, της επέκτασης και της διάδρασης, αφού οι αναλύσεις μιας εικόνας αποθηκεύονται σε ένα αρχείο και εγκαθιστούν δυνατή τη σταδιακή μετάδοση της (Sylaiou, Liarokapis,

Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521-522). Οι εφαρμογές FlashPix και JPEG2000 εισήγαγαν μια νέα ιδέα για την απεικόνιση αρχιτεκτονικών μνημείων (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.522).

Το έργο της Google Cultural Institute το οποίο δημιουργήθηκε με τους χάρτες της Google σε συνδυασμό με την πλατφόρμα Google Street View 360 μοιρών, δίνει την δυνατότητα στο κοινό από την άνεση του σπιτιού του να “επισκεφτεί” διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως: η όπερα Palais Garnier στο Παρίσι, η όπερα Teatro Real στη Μαδρίτη η αίθουσα συναυλιών του Βερολίνου Philharmonie και την Ελληνική Ακρόπολη. Το Google Street View (iOS, Android) είναι μια πλατφόρμα που προσφέρει πολλές περιηγήσεις σε εικονικά μουσεία (Arts and culture, 2021).

Το Google Arts and Culture αναδημιουργεί την ιστορία μέσω των 3D εκτυπωτών Stratasys J750 (Arts and Culture, 2021). Τα μουσεία χρησιμοποιούν 3D εκτυπωτές Stratasys J750, για να δημιουργήσουν ένα φυσικό τρισδιάστατο αντικείμενο από ένα ψηφιακό μοντέλο. Με αυτόν τον τρόπο οι συλλογές των μουσείων γίνονται πιο προσιτές καθώς προσφέρουν απτή εμπειρία στους επισκέπτες του μουσείου, αλλά βοηθούν εξίσου και τους ανθρώπους με ειδικές ικανότητες να βιώσουν μια νέα εμπειρία στο μουσείο. Το Μουσείο Victoria and Albert στο Λονδίνο σε συνεργασία με το Great Ormand Street Hospital for Children, χρησιμοποίησαν τρισδιάστατη εκτύπωση για να βγάλουν μερικά γλυπτά από το μουσείο για το νοσοκομείο όπου νοσηλεύονται παιδιά τα οποία βρίσκονταν σε θάλαμο απομόνωσης και περίμεναν μεταμόσχευση μυελού των οστών. Εξαιτίας της φύσης της θεραπείας η επαφή με άλλους ανθρώπους ήταν περιορισμένη και έτσι υλοποιήθηκε η ιδέα αυτή προκειμένου να μειώσουν το άγχος της απομόνωσης (NHS Foundation Trust, 2021).

Η εικονική ψηφιοποίηση με την χρήση του αξονικού τομογράφου CT-scanning συντέλεσε στην δημιουργία υψηλής ανάλυσης εικόνων, συμβάλλοντας στην εξωτερική και εσωτερική δομή των εκθεμάτων της πολιτιστικής κληρονομιάς (Payne, 2013, σελ 17-29). Το 2015 το Βρετανικό Μουσείο στο Λονδίνο ανακοίνωσε συνεργασία με το Samsung Digital Discovery Center, με σκοπό να προσφέρει στο κοινό την εμπειρία της εικονικής πραγματικότητας. Συγκεκριμένο παράδειγμα είναι οι τρισδιάστατες σαρώσεις εκθεμάτων που βρίσκονται στις συλλογές του Βρετανικού Μουσείου, προσκαλώντας τους επισκέπτες σε ένα ταξίδι πίσω στην εποχή του Χαλκού (The British Museum, 2021).

Μέσω της εφαρμογής της επαυξημένης πραγματικότητας “Augmented Reality-AR” και συγκεκριμένα μέσω της χρήσης διαδραστικών οθονών ή οθονών αφής οι οποίες τοποθετούνται σταθερά χωρίς να μετακινούνται, γύρω από τα εκθέματα των φυσικών μουσείων, παρέχονται πληροφορίες για την ιστορία των εκθεμάτων στο κοινό (Oyelude, 2018, σελ.1-4). Οι ατομικές αυτές οθόνες PDAs δίνονται στους επισκέπτες κατά την περιήγηση τους στον χώρο του μουσείου (Ghiani, Paterno, Santoro, Spano, 2008, σελ.4-5). Επίσης υπάρχει και η δυνατότητα να κατεβάσει ο επισκέπτης στο κινητό του τηλέφωνο μια εφαρμογή, την οποία έχει δημιουργήσει το εκάστοτε μουσείο μέσω της οποίας παρέχει πληροφορίες για όλη την συλλογή των εκθεμάτων του μουσείου (Οικονόμου, 2004). Το μουσείο αφιερωμένο στον συγγραφέα Roald Dahl των παιδικών βιβλίων “Charlie and the Chocolate Factory”, “Matilda” δημιούργησε την εφαρμογή Signly (Roald Dahl, 2015). Η εφαρμογή αυτή διευκολύνει τις επισκέψεις των ατόμων με προβλήματα ακοής, έτσι ώστε να μπορούν να χρησιμοποιούν τη νοηματική γλώσσα στο κινητό τους τηλέφωνο (Signly, 2021).

Η εφαρμογή «ξεναγός ρομπότ» προσφέρεται και για τους φυσικούς επισκέπτες, δίνοντας την δυνατότητα ξενάγησης στον πραγματικό χώρο του μουσείου, αλλά και για τους διαδικτυακούς επισκέπτες των μουσείων προσφέροντας μια εικονική ξενάγηση (Οικονόμου, 2004). Επίσης, τα “ρομπότ τηλεπαρουσίασης” επιτρέπουν στα άτομα με ειδικές ικανότητες να επισκέπτονται μουσεία με ασφάλεια (Van Abbemuseum, 2015). “Η ανάπτυξη της αγοράς των ρομπότ και η τεχνητή νοημοσύνη προσδίδουν νέα δυναμική στην παγκόσμια ανάπτυξη” (Γκαντζιάς, 2020, σελ.27). Το Μουσείο de Young στο Σαν Φρανσίσκο χρησιμοποίησε ρομπότ παρουσίασης για τους ανθρώπους με σωματική αναπηρία ή τετραπληγία. (Robots Give Virtual Tours of the de Young Museum, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΝΕΑ ΛΕΔΟΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1. Ψηφιακή επικοινωνία

Η επικοινωνία αφορά τη παραγωγή, την μετάδοση και την λήψη γλωσσικών μηνυμάτων μεταξύ των ανθρώπων στο πολιτιστικό περιβάλλον (Fiske, 2010, σελ.8). Ο πομπός δημιουργεί το κωδικοποιημένο μήνυμα, το οποίο προωθείται μέσω ενός διαύλου επικοινωνίας στον δέκτη, ο οποίος θα το αποκωδικοποιήσει (Μαγουλά, 2016, σελ.51). Η πολιτιστική επικοινωνία των χωρών πραγματοποιείται με διαδικασίες που αφορούν την προώθηση της κουλτούρας και με ενέργειες που αφορούν την ανάδειξη του πολιτισμού (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.15-16). Η ψηφιακή επικοινωνία χαρακτηρίζεται από την αποστολή μηνυμάτων από την πηγή προς τους δέκτες με στόχο να επηρεάσει την συμπεριφορά τους (Καστόρας, 2002, σελ.37-40). Στο νέο ψηφιακό και επικοινωνιακό οικοσύστημα καθιερώνονται οι ψηφίο-επικοινωνιακές συσκευές, το ψηφίο-επικοινωνιακό περιεχόμενο, οι ψηφίο-επικοινωνιακές υπηρεσίες, τα ψηφίο-επικοινωνιακά δίκτυα και η ψηφίο-επικοινωνιακή ασφάλεια (Γκανζιάς, 2020, σελ.23).

Τα μουσεία μέσα στην νέα εποχή αποκτούν έναν πολυσχιδή χαρακτήρα αντανakλώντας την σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της πληροφορίας, η οποία ενσωματώνει στον πυρήνα της την υψηλή νέα τεχνολογία. Τα μουσεία την τελευταία δεκαετία εκτός από την παρουσία τους στα Μ.Μ.Ε έχουν προχωρήσει την επικοινωνία τους προς τις ψηφιακές πλατφόρμες και στην ενσωμάτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία τους. Ειδικότερα, η πρόσφατη πανδημία του κορωνοϊού προκάλεσε μια υγειονομική κρίση, δημιούργησε ριζική αβεβαιότητα αλλά και νέες ευκαιρίες για την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στη παραγωγή πολιτισμού (Γκανζιάς, 2020, σελ.13). Το ψηφιακό περιβάλλον αποτελεί πηγή πληροφοριών και δίνει τη ευκαιρία στον πομπό να δημιουργήσει το μήνυμα όπως επιθυμεί και να το αποστείλει στους δέκτες από διαφορετικά μέσα (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.115). Μέσα από το διαδίκτυο αποκτούν πρόσθετες ευκαιρίες, καθώς με την δημιουργία διαδικτυακών κοινοτήτων, τόσο στους δικούς τους ιστότοπους όσο και σε δημοφιλή διεθνή δίκτυα όπως είναι Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, επεκτείνουν την

πολιτιστική τους προσέγγιση και επικοινωνία πέρα από τα εθνικά σύνορα (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.3).

Οι νέες τεχνολογίες του Διαδικτύου περιέχουν κείμενα, εικόνες με μοντέρνα γραφικά, κίνηση και ήχο, τα οποία ενώνονται μεταξύ τους διάμεσου συνδέσμων σε κάποια εφαρμογή. Η σύγχρονη επικοινωνιακή πολιτική στο ψηφιακό περιβάλλον επιτάσσει την συμμετοχή των πολιτισμικών μονάδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς δίνουν την ευκαιρία παρουσίας στις διαδικτυακές κοινωνικές ομάδες και επιτρέπουν την επικοινωνία, την ανατροφοδότηση και την ανταλλαγή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο (Κάβουρα, 2016, σελ.115). Η ορολογία «νέες τεχνολογίες της πληροφορίας» δηλώνει τον τομέα όπου γίνεται πιο έντονα αισθητή η πρωτοπορία και η τεχνολογική εξέλιξη (Holtgrewe, 2014, σελ.20). Τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας και κοινωνικής δικτύωσης είναι τα Blogs (ηλεκτρονικά περιοδικά όπου ιεραρχούνται χρονολογικά με βάση το περιεχόμενο), το Wiki (ιστότοποι που δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες να επεξεργάζονται το περιεχόμενο), τα Podcast (αρχεία ήχου και video), τα Forums (ιστότοποι ανταλλαγής ιδεών), οι κοινότητες περιεχομένου (ιστοσελίδες που οργανώνουν και μοιράζονται διάφορα θέματα περιεχομένου), οι συσσωρευτές περιεχομένου (εφαρμογές που παρέχουν στους χρήστες την δυνατότητα να συνδέονται στο περιεχόμενο του ιστού που θέλουν), τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ιστότοποι και εφαρμογές που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν προσωπικές ιστοσελίδες και λογαριασμούς και να αλληλεπιδρούν με άλλους χρήστες) και τα Microblogging (μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με blogging), (Mayfield, 2008,σελ.6). Προσφέρουν στο κοινό έναν καινούριο τρόπο συμμετοχής και φιλοξενίας μέσω των διαδικτυακών κοινοτήτων, προάγοντας τη δημιουργικότητα και τη πληροφορία (Bartolome, 2008, σελ.7). Οι πληροφορίες με τη χρήση των ψηφιακών επικοινωνιακών μέσων παρέχονται με μεγάλη ταχύτητα και άμεσα στο κοινό, το οποίο από την πλευρά του μπορεί να αλληλεπιδράσει μαζί τους. “Τα μουσεία χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο όχι μόνο για την παροχή πρόσβασης σε πληροφορίες, αλλά και για να αλληλεπιδρά με τους επισκέπτες λαμβάνοντας σχόλια, ιδέες και συνεισφορές” (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2).

4.2. Επικοινωνιακή πολιτική και Marketing των σύγχρονων μουσείων

Ως μάρκετινγκ ορίζεται το σύνολο των ενεργειών με καθορισμένη τάξη που αφορούν κάποιο σκοπό, κατά τον οποίο οι άνθρωποι εντοπίζουν αυτά που έχουν ανάγκη και επιθυμούν, μέσω της ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών προσδίδοντας αξία (Kotler, 2008, σελ.25). Η έννοια του μάρκετινγκ αναφορικά με τις πολιτισμικές μονάδες ορίζεται ως η διαδικασία διαχείρισης που πιστοποιεί την αποστολή ενός μουσείου και στην συνέχεια έχει την αρμοδιότητα για την ευαρέσκεια των χρηστών (Lewis, 1998,σελ.158). Ο συγκεκριμένος ορισμός δίνει έμφαση στην ικανοποίηση του κοινού. Ένας άλλος ορισμός του μάρκετινγκ των μουσείων δίνει βαρύτητα στους επισκέπτες των μουσείων και στους ανθρώπους οι οποίοι το χρηματοδοτούν (McLean, 1993, σελ.15). Αυτός ο ορισμός πέρα από τους επισκέπτες, λαμβάνει υπόψη και άλλη μια συνιστώσα που αφορά τους χρηματοδότες, εγκαινιάζοντας μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, το Πολιτιστικό μάρκετινγκ. Με τα χρόνια η έννοια του μουσειακού μάρκετινγκ διευρύνθηκε και πλέον καθιερώθηκε ως η επικοινωνία με το σύνολο των ομάδων που ασκούν επιρροή στο μουσείο, τα μέσα επικοινωνίας, τους επισκέπτες, τους τοπικούς αρμόδιους φορείς, τις πηγές χρηματοδότησης, τους χορηγούς, το προσωπικό του μουσείου και τα μέλη του διοικητικού Συμβουλίου (Μπούρα, 2008, σελ.20), αλλά και τα μουσεία που αποτελούν ανταγωνιστές (Kotleretal, 2008, σελ.89).

Η ψηφιακή τεχνολογία στο σύγχρονο πολιτισμικό μάρκετινγκ έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην βιωσιμότητα και στην ανάπτυξη του πολιτισμού. Σύμφωνα με το Γκαντζιά (2007, σελ.3) “οι πολιτιστικές δραστηριότητες συντελούν στην ανάπτυξη του πολιτισμού, τόσο στο πραγματικό όσο και στο ψηφιακό τοπίο”. Το σύνολο της ολοκληρωμένης επικοινωνίας μάρκετινγκ των μη κερδοσκοπικών οργανισμών περιλαμβάνει την δημοσιότητα, τις δημόσιες σχέσεις, την προώθηση με διαφημιστικά έντυπα, το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τηλεμάρκετινγκ), το διαδίκτυο και την διαδικτυακή διαδραστική επικοινωνία (McLean, 1993, σελ 13). Ο έλεγχος είναι σημαντικός γιατί φέρνει στην επιφάνεια τα προβληματικά σημεία των μουσείων, αποκαλύπτει τις καινούριες ευκαιρίες, έτσι ώστε να υιοθετηθεί νέα στρατηγική πορεία (Kotleretal, 2008, σελ.93). Παραδείγματα επικοινωνιακής πολιτικής στον ψηφιακό κόσμο είναι οι ιστοσελίδες των μουσείων, οι

ψηφιακές εκθέσεις, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι εικονικές περιηγήσεις, οι ηλεκτρονικές εκδόσεις, τα newsletters, τα πολυμέσα και τα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Επίσης, μέσω των εκπαιδευτικών προγραμμάτων οι πολιτισμικές μονάδες κεντρίζουν το ενδιαφέρον των μαθητών αλλά και των ενηλίκων και εξασφαλίζουν την ενεργό συμμετοχή και την εμπλοκή των συμμετεχόντων, μεταμορφώνοντας το μουσείο σε ένα εκπαιδευτικό οργανισμό, (Γλύτση, 2002, σελ.31). Τα εκπαιδευτικά προγράμματα καλό θα ήταν να βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με το περιεχόμενο των συλλογών του μουσείου αλλά και με τις ανάγκες του κοινού (Huber, Johnson, 2005, σελ.97). Η ευχάριστη εμπειρία που βιώνουν όλοι όσοι συμμετέχουν στα εκπαιδευτικά προγράμματα, συντελεί στη διαμόρφωση μιας θετικής εντύπωσης για τους πολιτιστικούς οργανισμούς γεγονός που ίσως οδηγήσει σε μια μελλοντική επίσκεψη (Τζιαφέρη, 2005, σελ.58-61). Ειδικότερα το μαθητικό κοινό λόγω της ηλικίας του διαμορφώνει τις καταναλωτικές του παραμέτρους, οι οποίες θα καθορίσουν τις ακόλουθες επιλογές τους σαν ενήλικες στην ζωή (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154). Βασικός σκοπός είναι η συμμετοχή του κοινού σε αυτά, η αλληλεπίδραση και κατ' επέκταση η δημιουργία μιας ουσιαστικής σχέσης κοινού και πολιτιστικών μονάδων. Με αυτόν τον τροπή επιτυγχάνεται το μελλοντικό κοινό των οργανισμών αλλά και η βιωσιμότητά του (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154). Οι πολιτιστικοί οργανισμοί οφείλουν να αναγνωρίζουν το κοινό στο οποίο απευθύνονται και ανάλογα να κατευθύνουν τις δραστηριότητες τους, προκειμένου να είναι ευχαριστημένοι οι επισκέπτες, οι οποίοι θα «διαφημίσουν» τον πολιτισμικό οργανισμό στο κοινό (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.21). Στα εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν τους μαθητές οι εκπαιδευτικοί έχουν τον ρόλο του συνοδού που παρακολουθεί το πρόγραμμα, χωρίς συνήθως να έχουν ενεργή συμμετοχή (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.154).

Αρκετά μουσεία διαθέτουν ψηφιακά διαδραστικά εκπαιδευτικά παιχνίδια. Το εκπαιδευτικό παιχνίδι μπορεί να συμβάλλει επικουρικά στο βασικό διδακτικό υλικό. Σύμφωνα με τον καθηγητή Βοσινάκη «Το gaming μπορεί να αποτελέσει εργαλείο εκπαίδευσης και μάθησης όχι μόνο για την τυπική θεσμοθετημένη εκπαίδευση, αλλά και για τη μη τυπική εκπαίδευση, ακόμη και για τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας» (Λακασάς, Καθημερινή, 2017,). Επιπλέον, στα πλαίσια της μεταρρύθμισης του νέου

σχολείου, το Υπουργείο παιδείας ενθαρρύνει την εκμάθηση των μέσων μαζικής επικοινωνίας σε όλες τις ιεραρχημένες βαθμίδες του σχολείου μέσω της εκπαιδευτικής ζώνης (Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Νέο σχολείο χωρίς τοίχους, 2021). Η εκμάθηση των μέσων μαζικής επικοινωνίας στα σχολεία στοχεύει στην εκπαίδευση των μαθητών στις ψηφιακές τεχνολογίες, καθώς καλλιεργεί και τις δεξιότητες που απαιτούνται σε έναν κόσμο όπου κυριαρχούν στην επικοινωνία (Papadimitriou, 2015, σελ.120).

Βασικό χαρακτηριστικό των μουσείων είναι η επικοινωνία, η πληροφόρηση και η εμπειρία που παίρνουν οι επισκέπτες. Μέσω της επικοινωνίας προωθείται η ταυτότητα του μουσείου και η δημόσια εικόνα (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2). Η επικοινωνιακή στρατηγική υλοποιείται μέσα στον φυσικό χώρο με τις μόνιμες εκθέσεις αλλά και εκτός του φυσικού χώρου με συμμετοχή στα πολιτιστικά δρώμενα, οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε πολιτιστικά κέντρα ή σε σχολεία, με σεμινάρια και με συνεργασίες με άλλους φορείς. Η σύγχρονη επικοινωνιακή πολιτική των μουσείων μετατρέπει την “πραγματική κοινωνία” σε ψηφιακή, δίνοντας την ευκαιρία πρόσβασης σε όλους, διαφυλάττοντας την πολιτισμική κληρονομιά και προωθώντας το δημόσιο συμφέρον (Ψύλλα, 1992, σελ.210). Τα σύγχρονα μουσεία χρησιμοποιούν τις σύγχρονες τεχνικές του μάρκετινγκ, αξιοποιώντας τα νέα τεχνολογικά μέσα, προκειμένου να μπορέσουν να επιβιώσουν στην νέα πελατοκεντρική πραγματικότητα.

4.3. Η συμβολή των Ψηφιακών Εφαρμογών στην Ψηφιακή Εμπειρία

Η χρήση νέων τεχνολογιών και ψηφιακών εφαρμογών στα μουσεία είναι σημαντική, διότι πρόκειται για έναν ανέξοδο τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων σε ένα ευρύ κοινό που μπορεί να κατοικεί ακόμη και σε άλλη ήπειρο. Υπάρχει δηλαδή η εξοικονόμηση του χώρου, του χρόνου και των χρημάτων (Scamantzari & Georgopoulos, 2015, σελ.25). Ο εναλλακτικός τουρισμός στην σύγχρονη εποχή αξιοποιείται στο ψηφιακό περιβάλλον, μέσω του διαδικτύου, αποτελώντας ένα χρήσιμο εργαλείο για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Η ψηφιακή τεχνολογία στην τέχνη επισημαίνεται με τη χρήση των ψηφιακών εργαλείων και

εφαρμογών, για την άμεση πρόσβαση, για την αξιοποίηση του πολιτιστικής κληρονομιάς, και για την προσέγγιση των νέων. Οι σύγχρονες πολιτισμικές μονάδες αξιοποιούν την τεχνολογία στους εξής τομείς (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.123-125):

- Τεχνολογία ως έκθεμα και εμπειρία. Η χρήση της τεχνολογίας δεν έχει ως μοναδικό στόχο τον σχεδιασμό και την προώθηση των πολιτισμικών οργανισμών, αλλά επιδιώκει να προκαλέσει το ενδιαφέρον του κοινού.
- Η τεχνολογία ως προϊόν κατανάλωσης. Τα μουσεία εκτός από πολιτισμικές μονάδες, είναι και οικονομικοί οργανισμοί οι οποίοι έχουν ανάγκη την τεχνολογία για να προωθήσουν τα πολιτισμικά αγαθά στο παγκόσμιο και ανομοιογενές κοινό.
- Η τεχνολογία ως μέσo διαχείρισης. Τα μουσεία με την χρήση της τεχνολογίας εξασφαλίζουν την ποιότητα σχεδιασμού, την αποδοτικότητα και την προσαρμοστικότητα στα νέα δεδομένα της σύγχρονης κοινωνίας.
- Η τεχνολογία ως εκπαιδευτικό εργαλείο. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να υποστηρίξουν τον εκπαιδευτικό τους χαρακτήρα, παρέχοντας στο κοινό καλύτερη ερμηνεία των εκθεμάτων συνδυαστικά με την ευχάριστη εμπειρία.

Η Eurostat ανέδειξε τον ρόλο που καταλαμβάνει το διαδίκτυο για την προώθηση του τουρισμού (Saluveer, Raun, Tiru, Altin, Kroon, Snitsarenko, Aasa, Silm, 2020, σελ.3). Τους πρώτους τέσσερις μήνες του 2020, εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού, περίπου το 85% των μουσείων στις περισσότερες χώρες του κόσμου, έκλεισαν για τους επισκέπτες, δημιουργώντας μια πρωτόγνωρη κατάσταση διαχείρισης κρίσεων στους πολιτιστικούς διαχειριστές (Γκανζιάς, 2020, σελ 56). Ο πολιτισμός έχει αποδειχθεί απαραίτητος κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου και η ζήτηση για εικονική πρόσβαση σε μουσεία, σε μνημεία κληρονομιάς, σε θέατρα και παραστάσεις έχει φτάσει σε πρωτοφανή επίπεδα. Η πρόσφατη πανδημία του κορωνοϊού προκάλεσε μια υγειονομική κρίση δημιούργησε ριζική αβεβαιότητα αλλά και νέες ευκαιρίες για την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στη παραγωγή πολιτισμού (Γκανζιάς, 2020, σελ.13). Η πανδημία έδωσε την δυνατότητα στους πολιτισμικούς οργανισμούς να προωθήσουν τον ψηφιακό πολιτισμό αλλά και τον ψηφιακό θρησκευτικό πολιτισμό, καθώς μοιράζουν τις συλλογές τους στο διαδίκτυο (Williamson, Eynon, Potter, 2020, σελ.107-114). Σύμφωνα με την UNWTO, η

τουριστική βιομηχανία σημείωσε απώλεια 1,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων μόνο το 2020 (World Tourism Organization, 2020) λόγω της πανδημίας η οποία επέδρασε αρνητικά και στην βιομηχανία πολιτισμού. Ενώ τα φυσικά μουσεία έκλεισαν, προώθησαν ένα ευρύ φάσμα ψηφιακών έργων και δραστηριοτήτων για να συνεχίσουν να υποστηρίζουν την πρόσβαση στην πολιτιστική κληρονομιά και να διατηρούν μια σχέση με το κοινό τους. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας τα μουσεία συνέχισαν να χτίζουν μια σχέση με το κοινό τους μέσω μιας σειράς ψηφιακών δραστηριοτήτων (Clerkin, Taylor, 2021, σελ.165-175). Το διαδίκτυο καθώς και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν σύγχρονες ψηφιακές πλατφόρμες για την ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων. (Γκαντζιάς, 2020, σελ.61)

Το Google Arts & Culture έσπευσε να προσφέρει εικονικές περιηγήσεις στο κοινό με φωτογραφίες και βίντεο 360° για περισσότερα από 2.500 αξιοθέατα. Η ιστοσελίδα καταχώρησης, εύρεσης και ενοικίασης καταλυμάτων “Airbnb” προσαρμόστηκε στην νέα πραγματικότητα, ταξιδεύοντας τους χρήστες μέσω της ψηφιακής εφαρμογής “Airbnb Experience” (Airbnb, 2021). Η αεροπορική εταιρεία “Hawaiian Airlines” ξεκίνησε μια σειρά από εκπαιδευτικά βίντεο, στα οποία διδάσκουν την μητρική γλώσσα των νησιών (Hawaiian Airlines, 2021).

Η εφαρμογή Clio Muse Tours είναι ένα πρόγραμμα περιήγησης που προσφέρει οργανωμένες περιηγήσεις ήχου και εμπειρίες εικονικής περιήγησης υψηλής ποιότητας συνδυάζοντας εικόνες και δορυφορική θέα 360°. (Clio Muse Tours, 2021). Η διαδικασία αυτοματοποίησης του συστήματος κρατήσεων ξεκίνησε το 2018 και το 2021 “εκμεταλλεύτηκε” τις συνθήκες περιορισμού που επικρατήσαν παγκοσμίως λόγω του Covid-19, που είχε ως απόρροια το κλείσιμο των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων. Οι εικονικές εμπειρίες του Clio Muse Tours συνδυάζουν εικονικές περιηγήσεις και λεπτομερείς αφηγήσεις μέσα από μια μεγάλη συλλογή από πραγματικές δορυφορικές και οδικές εικόνες (δορυφορική θέα 360°) των μνημείων παγκοσμίως. Δεν απαιτείται ειδικός εξοπλισμός ή εφαρμογές, παρά μόνο σύνδεση στο διαδίκτυο. Κάθε εικονική εμπειρία χωρίζεται σε πολλές στάσεις και κάθε μία από αυτές συμπληρώνεται με μια επιλογή από ιστορίες που ξεδιπλώνουν τη μοναδική ιστορία κάθε τόπου, αξιοθέατου ή μνημείου. Ο εικονικός επισκέπτης μπορεί να παραλείψει μια τοποθεσία ή να επιστρέψει σε αυτήν, να θέσει σε παύση την εφαρμογή και να ακούσει ξανά κάθε ιστορία. Η εφαρμογή αυτή είναι διαθέσιμη στο

διαδίκτυο αλλά και στις μεγαλύτερες online ταξιδιωτικές πλατφόρμες παγκοσμίως, όπως Booking.com, του TripAdvisor, Viator, Musement και KLOOK.

Τα σύγχρονα μουσεία διαθέτουν ιστότοπους στο διαδίκτυο τα οποία προσφέρουν εικονική ξενάγηση (virtual tour), καθώς επίσης δίνουν την δυνατότητα στους επισκέπτες μέσω υπερσυνδέσμων που έχουν τοποθετήσει να έχουν πρόσβαση σε ένα εύρος υπηρεσιών και πληροφοριών. Οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν εικονικές περιηγήσεις σε πολλά μουσεία σε ολόκληρο τον κόσμο, να πάρουν πληροφορίες για έργα τέχνης, να αναζητήσουν εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις που προσφέρονται στα ψηφιακά μουσεία αποκτώντας μαθησιακή εμπειρία χωρίς περιορισμούς, να παρακολουθήσουν διαλέξεις και να παρεβρεθούν σε εικονικές συναντήσεις. Κάποια από τα μουσεία τα οποία προσφέρουν εικονική περιήγηση στο κοινό όπως το Εθνικό Μουσείο Ανθρωπολογίας στο Μεξικού όπου εκθέτει στο κοινό την προ-ισπανική ιστορία του Μεξικού σε 23 εκθεσιακούς χώρους (Arts and Culture, 2021). Το Βατικανό έχει διαθέσιμες για το κοινό εικονικές περιηγήσεις στα μουσεία του (Vatican Museum, 2021).

Τα διαδικτυακά μουσεία ενισχύουν και υποστηρίζουν τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό. Οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να μελετήσουν σε βάθος την ιστορία του τόπου που θα επισκεφτούν μέσα από τις εικονικές μουσειακές συλλογές και να “δοκιμάσουν” να κάνουν μια περιήγηση στον ιστορικό τόπο, αναδεικνύοντας κατ’ αυτόν το τρόπο την πολιτισμική ιστορία και κληρονομιά (Guerra, Pinto, Beato, 2015, σελ.53).

4.4. Θρησκευτικός Τουρισμός και συνεργασίες της Εκκλησίας της Ελλάδος

Ο εναλλακτικός τουρισμός ή όπως εμφανίζεται στην διεθνή βιβλιογραφία “οικοτουρισμός” ή “πράσινος τουρισμός” είναι μια νέα φιλοσοφία τουρισμού η οποία εναντιώνεται στις παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης του εποχιακού τουρισμού, υιοθετώντας μορφές τουρισμού οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (Κιλπίρης, 2006, σελ.63). Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την δυνατότητα στην κάθε χώρα να αναπτύξει την δική της

υποδομή αντί να παραχωρήσει τα ινία σε ξένους θεσμικούς παράγοντες ή επιχειρηματίες (Fennell, 1999, σελ.40). Σύμφωνα με τον Benson (2005) “ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας γενικός όρος ο οποίος περικλείει τις εξειδικευμένες μορφές του τουρισμού”.

Μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι ο θρησκευτικός τουρισμός ο οποίος περικλείει επισκέψεις πιστών και τουριστών σε θρησκευτικές εορτές, σε μονές, κτίρια, μοναστήρια καθώς και σε εκκλησίες οι οποίες βρίσκονται σε όμορφες τοποθεσίες, σε ασκητήρια, σε θρησκευτικές σχολές, σε βιβλιοθήκες, σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε τόπους που βρίσκονται τάφοι Αγίων. Οι επισκέπτες των θρησκευτικών μνημείων μπορεί να έχουν θρησκευτικό κίνητρο λόγω των πεποιθήσεων που πρεσβεύουν ή μπορεί απλώς να είναι τουρίστες οι οποίοι συνδυάζουν τις τουριστικές τους δραστηριότητες, καθώς οι θρησκευτικές περιοχές και οι θρησκευτικές εορτές κεντρίζουν το ενδιαφέρον των ανθρώπων που έχουν ενδιαφέροντα γενικού περιεχομένου αλλά επιδιώκουν νέες εμπειρίες και γνώσεις. Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του πολιτιστικού τουρισμού και της πολιτιστικής ανάπτυξης, καθώς σχετίζεται με μνημεία και θρησκευτικές τοποθεσίες τα οποία αποτελούν μέρος της εθνικής κληρονομιάς, της ιστορίας και της παράδοσης της κάθε χώρας. Στην Ελλάδα έξι θρησκευτικά μνημεία ανήκουν στην UNESCO (Μοίρα-Μυλωνωπούλου, 2009, σελ.198). Τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελούν έναν από τους βασικούς παράγοντες ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα, στηρίζοντας τις δραστηριότητες παραγωγής του Ελληνικού πολιτισμού (Γκαντζιάς, 2020, σελ.143). Ο θρησκευτικός τουρισμός συντελεί στην βιώσιμη ανάπτυξη των θρησκευτικών τόπων, συμβάλλοντας παράλληλα στην ανάπτυξη της τοπικής και της εγχώριας οικονομίας. Οι προσκυνηματικοί προορισμοί, τα θρησκευτικά ταξίδια και οι μονές της Ελλάδος είναι μέρος της Ορθόδοξης Ελληνικής πραγματικότητας. Οι μεγαλύτεροι Tour Operators της Πολωνίας και της Σουηδίας προωθούν τους δημοφιλέστερους ελληνικούς προορισμούς της Ελλάδος στην έκθεση Grekland Panorama Med Cypem (Καθημερινή, Newsroom, 2015).

Η Εκκλησία της Ελλάδος πραγματοποίησε δράσεις και συνεργασίες για την ανάδειξη των θρησκευτικών προορισμών. Το 2005 η Εκκλησία της Ελλάδος έγινε μέλος του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού μέσω του Συνοδικού Γραφείου

Προσχηματικών Περιηγήσεων (Δόγμα, Πρακτορείο Εκκλησιαστικών ειδήσεων, 2013). Τον Μάιο του 2013 συμμετείχε στο Ευρωπαϊκό Συνέδριο με θέμα την πολιτιστική σταδιοδρομία της Ευρώπης για την προβολή των πολιτιστικών διαδρομών που ενώνουν τους λαούς της Ευρώπης (Ευρωπαϊκό Συνέδριο, 2013), όπου γνωστοποιήθηκε πως το 50% του Τουρισμού στην Ε.Ε. έχει άμεση σχέση με τον Πολιτισμό. Το Υπουργείο Τουρισμού και η Εκκλησία της Ελλάδος συνεργάστηκαν για την ανάδειξη των θρησκευτικών μνημείων και περιοχών (Πρωτόκολλο Συνεργασίας στον τομέα του Προσκυνηματικού Τουρισμού μεταξύ του Υπουργείου Τουρισμού και της Εκκλησίας της Ελλάδος, 2013). Επίσης το 2015, με απόφαση του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος και κατόπιν έγκρισης της Ι. Συνόδου, δημιουργήθηκε η «Κοινή Επιτροπή Μελέτης και Δράσεων» του Συνοδικού Γραφείου και του Διοικητικού Συμβουλίου του Συνδέσμου των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ) της Χώρας (Συνεργασία Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων με ΗΑΤΤΑ, 2015). Βασικός στόχος της συνεργασίας είναι η προβολή των μονών, των μνημείων και των προσκυνηματικών τόπων στην Ελλάδα, για την αύξηση της επισκεψιμότητας. Αξίζει να σημειωθεί πως εκεί συζητήθηκε και η συνεργασία του Συνοδικού Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος για την συμμετοχή στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού WTM 2015, στο Λονδίνο (Greece @WTM 2015, 2021). Το 2020 η Ελλάδα πραγματοποίησε την προβολή και την ανάδειξη των θρησκευτικών μνημείων, μονών και προσκυνημάτων με την έκδοση ενός τρίγλωσσου εντύπου, με τίτλο "2.000 χρόνια ταξίδι στο φως της Χριστιανοσύνης" αλλά και του πρώτου προσκυνηματικού χάρτη. Το Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων της Εκκλησίας της Ελλάδος και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού δημιούργησαν τον πρώτο προσκυνηματικό χάρτη της Εκκλησίας της Ελλάδος (αρ. πρωτ. 2163/920/20.05.2020), (Διεθνές πρακτορείο εκκλησιαστικών ειδήσεων, 2020) με την καταλογράφηση των ιερών μονών και των προσκυνηματικών προορισμών στην ελληνική επικράτεια, αποτελώντας εφαλτήριο για τη διοργάνωση προσκυνηματικών επισκέψεων.

Κάθε χρόνο επισκέπτονταν την Ελλάδα περισσότεροι από 300 εκατομμύρια άνθρωποι, καθώς ταξίδευαν προς προορισμούς θρησκευτικού και προσκυνηματικού ενδιαφέροντος. Λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που επικρατούν τον τελευταίο χρόνο σε παγκόσμιο επίπεδο εξαιτίας της πανδημίας αυτό έχει αλλάξει (Lan, Gupta, Huang,

Chelliah, Spector, 2021 σελ.64-74). Ο αρχιμανδρίτης Σπυρίδων Κατραμάδος στο πλαίσιο της συνεργασίας με την κυβέρνηση δήλωσε “περιμένουμε το πράσινο φως της επαναλειτουργίας του θρησκευτικού τουρισμού με επισκέπτες από το εξωτερικό” (Αρχιμανδρίτης Σπ. Κατραμάδος-youtube, 2020). Αρνητικά έχει επηρεάσει η πανδημία και τον θρησκευτικό τουρισμό φέρνοντας αρνητικές επιπτώσεις στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα (Μρόζ,2021, 625-645). Ο υπουργός Τουρισμού κ. Θεοχάρης επισημαίνει στο Αθηναϊκό-Μακεδονικό πρακτορείο ειδήσεων, ότι “η Ελλάδα ανοίγει τις πύλες εισόδου της με ασφάλεια και τη σύμφωνη γνώμη των ιατρών και των διεθνών προδιαγραφών για την προστασία της υγείας, εφαρμόζοντας τις οδηγίες των ιατρών” (ΑΠΕ-ΜΠΕ,2020).

Οι μαζικές συγκεντρώσεις για προσκυνηματικούς λόγους έχουν απαγορευτεί. Σύμφωνα με το “Διεθνές περιοδικό θρησκευτικού τουρισμού και προσκυνήματος” το κενό μεταξύ φυσικής παρουσίας και θρησκευτικών ταξιδιών αντιμετωπίζεται με το εικονικό προσκύνημα (Yasin, Jauhar, Rahim, Namoco, 2020, σελ.1-9). Στην σημερινή εποχή, το διαδίκτυο δημιουργεί τις προϋποθέσεις ώστε να διαμορφωθούν οι κατάλληλες συνθήκες καθιέρωσης του ψηφιακού μετασχηματισμού (Γκαντζιας, 2020, σελ.17). Οι πιστοί μπορούν μέσω του Διαδικτύου να επισκεφτούν ιστότοπους εκκλησιών, να περιηγηθούν στον χώρο, να προσευχηθούν και να ακούσουν την Θεία λειτουργία, σαν να συμμετείχαν σε “πραγματικό προσκύνημα”. Καινοτόμα παραδείγματα διαδικτυακής προσευχής και προσκυνήματος τα οποία πραγματοποιήθηκαν χάρη στην ψηφιακή τεχνολογία είναι: η Βασιλική του Αγίου Πέτρου στην πόλη του Βατικανού (Vatican News, 2021), ο ναός του Κάσι Βισουάνθ στο Βαρανάσι (Shri Kashi Vishwanath Temple Trust, 2021), ο Χρυσός Ναός στο Αμριτσάρ (Golden Temple of Amritsar, 2021), το Μοναστήρι του Βουδισμού της Σάκιας στο Θιβέτ, ο ναός Μπαχάι στο Σύδνεϋ (Sydney Bahai Temple, 2021), ο ναός Knock Catholic Shrine στην Ιρλανδία (Knock Shrine, 2021) και ο ναός Ishiyama-dera Shingon στην Ιαπωνία (Ishiyama-dera Temple, 2021).

ΜΕΡΟΣ Β'

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΗΣ ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

5.1. Πληροφορίες για το έργο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών

Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών είναι η έδρα της Χριστιανικής Ορθόδοξης Εκκλησίας της Ελλάδος και βρίσκεται στην Οδό Αγίας Φιλοθέης, στην Πλάκα Αθηνών. Η περιφέρειά της καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της Αθήνας και των δήμων της πόλης. Στο κέντρο της Αθήνας υπάρχουν πολλές Ορθόδοξες εκκλησίες και έτσι εύκολα καταλαβαίνει κανείς την επικρατούσα θρησκευτική πίστη (Sakellariou, Athens Social atlas, 2017). Πάνω από το 90% του πληθυσμού της Ελλάδος είναι Ορθόδοξοι Χριστιανοί και ως εκ' τούτου ο ρόλος της θρησκείας στη σύγχρονη Ελλάδα είναι ταυτόσημος με το ρόλο του Ορθόδοξου Χριστιανισμού στη δημόσια ζωή της χώρας (Roudometof, 2011, σελ.114). Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών (ΙΑΑ), σύμφωνα με τον Καταστατικό Χάρτη της Εκκλησίας της Ελλάδος (ν. 590/1977, ΦΕΚ 146/Α') είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και συνιστά την πρώτη Ιερά Μητρόπολη της Εκκλησίας της Ελλάδος. Ο Μητροπολίτης λαμβάνει τον τίτλο του "Αρχιεπίσκοπου Αθηνών και πάσης Ελλάδος". Η Ι.Α.Α κατανέμεται σε 21 αρχιεπισκοπικές περιφέρειες. Το βασικό έργο της Ι.Α.Α. είναι θρησκευτικού περιεχομένου, παρ' όλα αυτά διεξάγουν και πλήθος πολιτιστικών, φιλανθρωπικών, κοινωνικών, ποιμαντικών, και καθοδηγητικών δράσεων (Ι.Α.Α., 2021). Επίσης ασχολείται και με δραστηριότητες που αφορούν διοικητικό και διαχειριστικό περιεχόμενο (Ι.Α.Α., 2021).

Η ποιμαντική Λειτουργία της Ι.Α.Α. δίνει έμφαση στη στήριξη της νεολαίας, στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση ενηλίκων, στη μεθοδολογία της διά βίου μάθησης, με στόχο την ενίσχυση των γνώσεων. Η δια βίου μάθηση και η εκπαίδευση αφορά ανεξαιρέτως όλους τους ανθρώπους καθώς πρέπει να κατοχυρώνεται η ελεύθερη πρόσβαση όλων των ανθρώπων ανεξαιρέτως σε αυτή (Rao, 2001, σελ.51). Σκοπός της δράσης της είναι η ενίσχυση της Ανθρωπιστικής και Κοινωνικής

Λειτουργίας εντός της οποίας εντάσσονται οι δομές και οι δράσεις φιλάνθρωπικού χαρακτήρα και ψυχοκοινωνικής στήριξης. Σε αυτό το πλαίσιο, η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών διαχειρίζεται ένα δίκτυο από φορείς και ιδρύματα, κυρίως προνοϊακού, εκπαιδευτικού, ποιμαντικού χαρακτήρα και δομές κοινωνικού και ανθρωπιστικού χαρακτήρα² όπως: δομές παροχής αρωγής και στήριξης ψυχοκοινωνικού χαρακτήρα, δομές στήριξης ατόμων με αναπηρίες, βρεφονηπιακούς σταθμούς, επιμορφωτικά σεμινάρια καττήσεως, αθλητικές δραστηριότητες, πολιτιστικές δράσεις και εθελοντικά προγράμματα. Ο πολιτιστικός χαρακτήρας της Ι.Α.Α. γίνεται έκδηλος με την δημιουργία του Ιδρύματος Βυζαντινής και Παραδοσιακής Μουσικής, το οποίο έχει σκοπό την εκμάθηση της παραδοσιακής Μουσικής και των παραδοσιακών Οργάνων σε όλους όσους επιθυμούν. Επιπλέον οι πολιτιστικές δραστηριότητες αφορούν την δημιουργία τμημάτων παραδοσιακών χορών και αγιογραφίας, αλλά και πολιτιστικές εκδηλώσεις οι οποίες πραγματοποιούνται στο Πολιτιστικό Κέντρο της Ι.Α.Α.³ Η Βιβλιοθήκη της Ι.Α.Α.⁴ προσφέρει ένα μεγάλο κατάλογο ηλεκτρονικών βιβλίων αλλά και διαθέτει δωρεάν εκπαιδευτικό φροντιστήριο για τους μαθητές της θεσμοθετημένης εκπαίδευσης⁵, ενισχύοντας τον σύγχρονο κοινωνικόπαιδαγωγικό προσανατολισμό (Rao,2001, σελ.51). Το Πολιτισμικό έργο της Ι.Α.Α επεκτείνεται στην επίσημη ιστοσελίδα της, με την δημιουργία των Ψηφιακών Πλατφορμών τις ενότητες “Θρησκευτικοί προορισμοί” και “Διαδικτυακό Εικονικό Μουσείο”.

Η Διοικητική και Διαχειριστική λειτουργία της Ι.Α.Α.. συγκροτείται από την “Κεντρική οργάνωση” όπου το κοινό πληροφορείται για τις ιεραρχικές θέσεις της αρχιεπισκοπής και την “Περιφερειακή οργάνωση” όπου αναγράφονται οι Αρχιεπισκοπικές Περιφέρειες, οι Ναοί, τα παρεκκλήσια και οι Μονές. Η κεντρική οργάνωση της Ι.Α.Α. ταξινομείται σε: Α΄ Γενική Διεύθυνσης Διοικητικής Μερίμνης η οποία περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών που έχουν σχέση με την διοίκηση και την παροχή υπηρεσιών και επικοινωνίας, όπως είναι η Υπηρεσία Πληροφορικής, Ψηφιακών Εφαρμογών και Διαχείρισης Έργων, η Τεχνική Υπηρεσία και η Γραμματεία-Διεκπεραίωσης. Η Β΄ Γενική Διεύθυνσης Ποιμαντικής Μερίμνης Πολιτισμού και Επικοινωνίας, όπου διατηρεί και κοινοποιεί τις ανθρώπινες υλικές

² <https://neotita.gr/> (τελευταία προσπέλαση 07/07/2021)

³ <http://politistikokentro.blogspot.com/> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

⁴ <http://biaa.gr/> (τελευταία προσπέλαση 06/07/2021)

⁵ <https://www.kfiaa.gr/el/normal/home> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

και πνευματικές ανάγκες και τέλος η Γ' Γενική Διεύθυνσης Κοινωνικοπρονοιακής Μερίμνης, όπου εδώ η Ι.Α.Α. λειτουργεί ως κύτταρο της τοπικής ανάπτυξης και της κοινωνικοπρονοιακής στήριξης με ιδρύματα όπως το Γενικό Φιλόπτωχο Ταμείο, τα κέντρα Στήριξης Οικογενείας και δομές Ψυχικής Υγείας (Ι.Α.Α., 2021).

5.2. Ψηφιακά Επιμορφωτικά Προγράμματα της Ι.Α.Α.

Το πολιτιστικό κέντρο της Ι.Α.Α. διοργανώνει ψηφιακές εκπαιδευτικές δραστηριότητες οι οποίες απευθύνονται σε μαθητές της τριτοβάθμιας θεσμοθετημένης εκπαίδευσης αλλά και σε ενηλίκους. Οι τομείς των εκπαιδευτικών προγραμμάτων καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα περιεχομένου, όπως είναι τα κοινοτικά και δημόσια προγράμματα, τα προγράμματα εκμάθησης και τα ψηφιακά προγράμματα περιηγήσεων (Ι.Α.Α., 2021). Τα εκπαιδευτικά προγράμματα της Ι.Α.Α. αποτελούν εκπαιδευτική και επικοινωνιακή δράση, διότι μέσω αυτών κεντρίζουν το ενδιαφέρον των μαθητών αλλά και των ενηλίκων (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154), καθώς επίσης συντελούν και στη διαμόρφωση μιας θετικής εντύπωσης των συμμετοχόντων για την Ι.Α.Α. (Τζιαφέρη, 2005, σελ.58-61).

Το Κοινωνικό Φροντιστήριο⁶ λειτουργεί δια ζώσης επί οκτώ χρόνια στην Αθήνα και από τον Μάρτιο του 2020 λειτουργεί και ψηφιακά λόγω των νέων συνθηκών της πανδημίας. Στο συγκεκριμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα, συμμετέχουν οι μαθητές των οποίων οι οικογένειες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν οικονομικά. Μέσω των εκπαιδευτικών προγραμμάτων η Ι.Α.Α. εξασφαλίζει την εμπλοκή των μαθητών, μεταμορφώνοντας το μουσείο σε έναν εκπαιδευτικό οργανισμό (Γλύτση, 2002, σελ.31). Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα έχει βασικό στόχο την εκπαίδευση, την καθοδήγηση και την υποστήριξη των μαθητών. Αξίζει να σημειωθεί πως όσα παιδιά δεν διέθεταν εξοπλισμό για τα ψηφιακά μαθήματα, απέκτησαν χάρη στην συνδρομή της διεύθυνσης του Κοινωνικού Φροντιστηρίου. Το μαθητικό κοινό λόγω της ηλικίας του διαμορφώνει τις καταναλωτικές του παραμέτρους, οι οποίες θα καθορίσουν τις ακόλουθες επιλογές τους σαν ενήλικες στην ζωή (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154).

⁶ <https://www.kfiaa.gr/el/normal/home> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

Άλλες Εκπαιδευτικές Δράσεις και επιμορφωτικά προγράμματα⁷ που πραγματοποιήθηκαν ψηφιακά το τελευταίο διάστημα είναι: α) Δωρεάν εξ αποστάσεως επιμορφωτικά προγράμματα για κληρικούς και λαϊκούς⁸. Το πρόγραμμα αυτό υλοποιήθηκε σε 12 περιφέρειες της χώρας και εντάσσεται στα πλαίσια «Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού και Διά Βίου Μάθησης». β) Το επιμορφωτικό πρόγραμμα Ιεράς Μητρόπολης Λευκάδος και Ιθάκης⁹, το οποίο ξεκίνησε διαδικτυακά και εντάσσεται στο πλαίσιο της «Ανάπτυξης Ικανοτήτων Ανθρώπινου Δυναμικού σε Υπηρεσίες Κοινωνικής Πρόνοιας με Έμφαση στις Δομές της Εκκλησίας». γ) Το εξ Αποστάσεως Επιμορφωτικό Πρόγραμμα για το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021¹⁰, το οποίο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και εντάσσεται στα πλαίσια «Ανάπτυξης των Ικανοτήτων Ανθρώπινου Δυναμικού σε Υπηρεσίες Κοινωνικής Πρόνοιας με Έμφαση στις Δομές της Εκκλησίας». δ) Το δωρεάν Εξ Αποστάσεως και Διά Ζώσης Επιμορφωτικό Πρόγραμμα¹¹, το οποίο υλοποιείται σε συνεργασία με τις Ιερές Μητροπόλεις της χώρας.

5.3. Η δημιουργία και η παρουσίαση των ψηφιακών πλατφορμών για την πολιτιστική ανάπτυξη και την τουριστική προώθηση

Ο Πολιτισμός και η διάσωση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς έχει ιδιαίτερη αξία για κάθε λαό, όχι μόνο γιατί τον διαφοροποιεί στην παγκόσμια πολιτιστική κοινότητα αλλά και γιατί αποτελεί μοχλό ανάπτυξης ενός τόπου με την μετατροπή της σε δημοφιλή Πολιτιστικό προορισμό. Η πολιτιστική πολιτική της Ελλάδος λαμβάνει υπόψη την Ευρωπαϊκή πρακτική που αφορά την αξιοποίηση των Ευρωπαϊκών Πόρων για την διάδοση των πολιτιστικών αγαθών, με τη χρήση των σύγχρονων Τεχνολογιών (πρακτικά 1ου πανελλήνιου συνέδριου ψηφιοποίησης πολιτιστικής κληρονομιάς- Euromed 2015, σελ.13).

⁷ <https://www.ipe.gr/wp/> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

⁸ https://www.ipe.gr/wp/nea_programmata/ (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

⁹ https://www.ipe.gr/wp/epimorfws_i_leykada/ (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

¹⁰ <https://www.ipe.gr/wp/prosklisi-elearning-3/> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

¹¹ https://www.ipe.gr/wp/programmata_ex-apostaseos_diazosis/ (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

Η ψηφιακή τεχνολογία, έδωσε την δυνατότητα στους πολιτισμικούς οργανισμούς, ακόμη και στην εποχή της πανδημίας να προωθήσουν τον ψηφιακό πολιτισμό αλλά και τον ψηφιακό θρησκευτικό πολιτισμό (Williamson, Eynon, Potter, 2020, σελ.107-114). Οι ψηφιακές πλατφόρμες “Ψηφιακό Βιωματικό Μουσείο” και “Θρησκευτικοί Προορισμοί” βρίσκονται στην επίσημη ιστοσελίδα της Ι.Α.Α., όπου υπάρχουν διαθέσιμα τα link των δυο ψηφιακών εφαρμογών. Το Ψηφιακό Μουσείο παρουσιάζεται στην πλατφόρμα “Διαδικτυακού Εικονικού Μουσείου”. Η ψηφιακή πλατφόρμα διαχείρισης “Θρησκευτικών Προορισμών” έχει σκοπό την ανάδειξη του εκκλησιαστικής πολιτιστικής κληρονομιάς αλλά και του θρησκευτικού τουρισμού. (Religious Greece, IAA, 2021). Μέσα από την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, η Ι.Α.Α. δημιούργησε την εφαρμογή “Θρησκευτικοί Προορισμοί”, η οποία παρέχει στους χρήστες την δυνατότητα μέσω λειτουργικών συστημάτων όπως Windows, Android και iOS, οι οποίες διατίθενται μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητών τηλεφώνων και τάμπλετ, να έχουν πρόσβαση σε έναν τουριστικό οδηγό που αφορά θρησκευτικά μνημεία, τόπους και εκδηλώσεις σε ολόκληρη την Ελλάδα (Χαραλαμπίκης, Τα Νέα, 2015). Τα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας 4ης και 5ης γενιάς αποτελούν ψηφίο-επικοινωνιακούς διασυννοριακούς διαδρόμους (Γκαντζιάς, 2020, σελ.23).

Η πλατφόρμα είναι εμπλουτισμένη με νέες ψηφιακές εφαρμογές και συγκεκριμένα (Θρησκευτικοί Προορισμοί, 2021): α) Με τον “Ατλαντα Πολυμέσων” όπου εμπεριέχει χάρτες με θρησκευτικά μνημεία και αξιοθέατα, προτεινόμενες διαδρομές και περιηγήσεις επισκεπτών, με την βοήθεια της ψηφιακής τεχνολογίας σε 3D αναπαράσταση, 360° εικονική περιήγηση αλλά και βίντεο (Lepouras, Charitos, Vassilakis, Charisi, Halatsi, 2001, σελ.1-8). β) Με το “Ηλεκτρονικό Περιοδικό”, λόγω της ανανέωσης της ιστοσελίδας υπάρχουν μέχρι στιγμής τρία ηλεκτρονικά τεύχη των περιοδικών: “Θρησκευτικός προορισμός Αθήνα”, “Θρησκευτικός προορισμός Μετέωρα”, “Θρησκευτικός προορισμός Μυστράς”, όπου οι χρήστες μπορούν να ενημερωθούν για τα αντίστοιχα μέρη, να τα μοιραστούν και να κοινοποιήσουν τα άρθρα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως facebook, twitter και pinterest (Religious Greece, 2021), συμβάλλοντας στην επικοινωνιακή πολιτική (Μπούρα, 2008, σελ.20). Τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελούν έναν από τους βασικούς παράγοντες ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα, στηρίζοντας τις δραστηριότητες παραγωγής του Ελληνικού πολιτισμού (Γκαντζιάς,

2020, σελ.143). γ) Με το “Εορτολόγιο - Ημερολόγιο Εκδηλώσεων” όπου μέσω της εφαρμογής που προσφέρεται οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν φεστιβάλ, θρησκευτικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις σε ολόκληρη την Ελλάδα τοποθετώντας την ημερομηνία, τον τόπο και το είδος της εκδήλωσης που επιθυμούν. δ) Με την “Εγγραφή επιχείρησης” δίνει την δυνατότητα στους χρήστες που επιθυμούν να κοινοποιήσουν την επιχείρηση τους, η οποία θα προσφέρεται ως επιλογή στους θρησκευτικούς προορισμούς για τους επισκέπτες, να καταχωρήσουν την επιχείρηση και τα προϊόντα τους στον Επιχειρηματικό κατάλογο της διαδικτυακής πύλης της Ι.Α.Α. και οι πληροφορίες να είναι διαθέσιμες μέσω της ιστοσελίδας. Η Ι.Α.Α. αξιοποιεί τις τεχνικές του μάρκετινγκ καθώς αυτές ορίζουν το σύνολο των ενεργειών με καθορισμένη τάξη που αφορούν κάποιο σκοπό, κατά τον οποίο τα άτομα και οι ομάδες εντοπίζουν αυτά που έχουν ανάγκη και επιθυμούν, μέσω της ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών, προσδίδοντας αξία (Kotler, 2008, σελ.25).

5.4. Ο σκοπός και το θεσμικό πλαίσιο των ψηφιακών πλατφορμών

Το πρόγραμμα για την δημιουργία των δύο αυτών ψηφιακών πλατφορμών υλοποιήθηκε στην Ιερά Μονή Πεντέλης στο πλαίσιο του επιχειρησιακού προγράμματος “Ψηφιακή Σύγκλιση”. Το επιχειρησιακό πρόγραμμα της “Ψηφιακής Σύγκλισης” για την Ελλάδα πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μέσω του προγράμματος ΕΣΠΑ την περίοδο 2007-2013 και αποτέλεσε ένα «Ψηφιακό Άλμα» που είχε στόχο την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών. Μεταξύ άλλων η υλοποίηση του προγράμματος ΕΣΠΑ καλύπτει τρεις στρατηγικούς σκοπούς: “την εξασφάλιση της ισότητας πρόσβασης στις υποδομές και στη γνώση”, “την αειφόρο ανάπτυξη” και “την διαχείριση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς” (Επίσημο Κείμενο Ψηφιακής Σύγκλισης, 2013). Ο ψηφιακός πολιτισμός συνίσταται από την ψηφιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών και την ελεύθερη πρόσβαση στην ψηφιακή κουλτούρα, αποτελώντας κομμάτι ενός γενικότερου σύγχρονου πολιτισμού (Owens, 2013, σελ.123).

Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, στα πλαίσια της επικοινωνιακής πολιτικής, διοργάνωσε στις 30/05/2015 στο Πολιτιστικό της Κέντρο μια Ενημερωτική Ημερίδα

για τις νέες Ηλεκτρονικές Πλατφόρμες Ανάδειξης της Εκκλησιαστικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς και Ανάπτυξης του Θρησκευτικού Τουρισμού (I.A.A., 2021). Σκοπός της διοργάνωσης ήταν η προβολή της Εκκλησιαστικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς, η οποία πραγματοποιήθηκε μέσα από την αξιοποίηση των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής, Επικοινωνιών και των Τεχνικών ψηφιακής απεικόνισης. Μέσα στην σύγχρονη κοινωνία αξιοποιούνται οι νέες τεχνολογίες με αποτέλεσμα να διευκολύνεται η γρήγορη και η εύκολη πρόσβαση σε πολιτιστικούς χώρους και πολιτιστικά αγαθά. Ο Αρχιεπίσκοπος Αθηνών και πάσης Ελλάδος Ιερώνυμος κατά τον χαιρετισμό του δήλωσε: "Η Εκκλησία παράγει πολιτισμό" και στην συνέχεια επισήμανε πως "ένα μεγάλο μερίδιο του πολιτισμού καλύπτεται από τον εκκλησιαστικό πολιτισμό και την εκκλησιαστική τέχνη". Η Εκκλησία δημιουργεί πολιτισμό, είτε μέσω της Αγιογραφίας, είτε μέσω της Αρχιτεκτονικής" (Η εκκλησία παράγει πολιτισμό, IAA, 2021). Όπως συνέβη με τον διαχωρισμό της άυλης και φυσικής κληρονομιάς, έτσι ανέκυψε και η ανάγκη για τον διαχωρισμό της ψηφιακής πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής κληρονομιάς, προκειμένου να κατοχυρωθούν τα ψηφιακά πολιτιστικά αγαθά (Ρούσσου, 2006, σελ.56-61).

Για την διοίκηση και την διαχείριση των ψηφιακών πλατφορμών του "Ψηφιακού Βιοματικού Μουσείου" και των "Θρησκευτικών Προορισμών", είναι υπεύθυνο το τμήμα Υπηρεσίας Πληροφορικής, Ψηφιακών Εφαρμογών και Διαχείρισης Έργων, όπου προϊστάμενος είναι ο Αρχιμανδρίτης Ευγένιος Παντζαρίδης και συνεργάτες ο Πρωτοπρεσβύτερος Νικόλαος Κόντας, η κα Χρυσή Αυγουστίδου, και ο κ. Εμμανουήλ Παπαγιάννης (IAA, 2021).

5.5. Ψηφιακό Μουσείο Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών

Το Ψηφιακό Μουσείο της I.A.A. είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα μέσω της οποίας αναδεικνύεται ο εκκλησιαστικός θησαυρός της Ελλάδος, αξιοποιώντας την τεχνολογία η οποία έχει διεισδύσει στον χώρο του πολιτισμού (Hoof, Boell, 2019,σελ.641). Το εικονικό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών δημιουργήθηκε στα πλαίσια της ψηφιακής ανάπτυξης με την συμβολή των σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής, των τεχνικών ψηφιακής αναπαράστασης και

απεικόνισης καθώς και από ένα ευρύ σύνολο εφαρμογών (IAA Digital Museum, 2021). Πρόκειται για την δημιουργία ενός διαδικτυακού χώρου με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης και με περιεχόμενο που αφορά την τέχνη, τον πολιτισμό και την ιστορία της εκκλησιαστικής ζωής, τα οποία αποτελούν αναφαίρετο κομμάτι της πολιτιστικής ζωής της Ελλάδος. Στην σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία, το ψηφιακό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών αποτελεί μέσο επικοινωνίας, εκπαίδευσης, διασκέδασης και πληροφόρησης, καταρρίπτοντας τις γεωγραφικές αποστάσεις και τα σύνορα (Drezner, 2004, σελ.480). Επίσης οι επισκέπτες μπορούν να παραμείνουν στο “μουσειακό χώρο” για όσο το επιθυμούν (Ρούσσου, 2006, σελ.56-61). Στην σύγχρονη εποχή οι άνθρωποι είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και τη χρήση του διαδικτύου (Medic, Pavlovic, 2014, σελ.4). Ο τρόπος προσέλκυσης του κοινού πραγματοποιείται μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του, όπου κάνει σαφές το κοινό στο οποίο απευθύνεται και τον σκοπό της δημιουργίας του (Piacente, 1996, σελ.18). Σκοπός του Μουσείου είναι η προβολή του εκκλησιαστικού πολιτιστικού θησαυρού με θέματα και πτυχές της Εκκλησιαστικής Ιστορίας.

5.6. Εκπαιδευτικές εφαρμογές του Ψηφιακού Μουσείου

Οι εκπαιδευτικές εφαρμογές απευθύνονται σε μαθητές του Νηπιαγωγείου, του Δημοτικού, του Γυμνασίου και του Λυκείου, και είναι με την μορφή ψηφιακών παιχνιδιών. Μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον εκμηδενίζονται οι αποστάσεις με το κοινό, χάρη στην διαδικτυακή παρουσία και στις ψηφιακές δράσεις που είναι διαθέσιμες σε όλους (Γκαντζιάς, 2020,σελ.15). Το εικονικό μουσείο της Ι.Α.Α. είναι ένας διαδικτυακός χώρος με ένα διαδραστικό περιβάλλον μάθησης (learning museum, ICOM, 2004, σελ.1), το οποίο προωθεί την εκπαιδευτική ηλεκτρονική μάθηση με διαδραστικές δραστηριότητες μέσα από τις ψηφιακές εφαρμογές (Οικονόμου, 2004, σελ.2). Η διαδραστικότητα του Διαδικτυακού Μουσείου ορίζεται ως η εμπειρία του επισκέπτη που εμπεριέχει την κοινωνική, την νοητική και την συναισθηματική συμμετοχή (Adams & Mousouri, 2002, σελ. 5-6) και επιτυγχάνεται μέσω του ψυχαγωγικού χαρακτήρα (Friedman, 1989, σελ.12-14) με πάζλ, κουίζ, πλούσιο εποπτικό υλικό και παρουσιάσεις σε βίντεο (IAA Digital Museum, 2021), τα οποία είναι δημοφιλή σε όλες τις ηλικίες (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2-3).

Οι επισκέπτες μπορούν να διαβάσουν πληροφορίες μέσα από μια μεγάλη συλλογή άρθρων που προσφέρονται, αλλά και που συνοδεύονται από ένα άφθονο οπτικό-ακουστικό και φωτογραφικό υλικό. Η τεχνολογία αξιοποιείται επικοινωνιακά ως “έκθεμα και εμπειρία”, διότι δεν έχει ως μοναδικό σκοπό την προώθηση του Διαδικτυακού Μουσείου, αλλά επιδιώκει να κεντρίσει το ενδιαφέρον του κοινού (Μπαντιμαρούδη, 2011, σελ.123-125), καθώς και να μορφώσει και να ψυχαγωγήσει, ξεπερνώντας τους παραδοσιακούς τρόπους που απαιτούν φυσική παρουσία (Tsichritzis & Gibbs, 1991, σελ.17-25).

Η πλοήγηση στην διαδικτυακή πλατφόρμα του ψηφιακού μουσείου έχει μεγάλο ενδιαφέρον για μικρούς και μεγάλους καθώς υπάρχουν 4 διαδραστικές “Εκπαιδευτικές Εφαρμογές” οι οποίες έχουν σχεδιαστεί με την μορφή εκπαιδευτικού παιχνιδιού. Αν και υπάρχουν οι υποενότητες Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση, Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση και Ενήλικες, μόνο οι υποενότητες της Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης είναι ενεργές προς χρήση. Η πέμπτη ενότητα του διαδικτυακού μουσείου περιλαμβάνει τις εξής διαδραστικές εκπαιδευτικές εφαρμογές:

- “Δημιουργώ και μαθαίνω”. Στα πλαίσια του “Δημιουργώ και μαθαίνω” υπάρχουν πάζλ με θέματα των οχτώ υποενοτήτων που υπάγονται στην πρώτη ενότητα Ψηφιακό μουσείο Ι.Α.Α.
- “Ανακαλύπτω το Βιωματικό Μουσείο”. Εδώ υπάρχουν παρουσιάσεις σε βίντεο των οχτώ υποενοτήτων που υπάγονται στην πρώτη ενότητα Ψηφιακό μουσείο Ι.Α.Α
- “Γίνε ερευνητής” Στην ενότητα αυτή οι μαθητές απαντούν σε μια ερώτηση και στην συνέχεια μέσα από την Διαδραστική Εφαρμογή μπορούν να ελέγξουν την ορθότητα της απάντησης τους.
- “Από το μουσείο στο διαδίκτυο” οι μαθητές μπορούν να απαντήσουν τα ερωτηματολόγια με προτεινόμενες απαντήσεις που διατίθενται και αφορούν τις κύριες υποενότητες στην ενότητα Ψηφιακό μουσείο Ι.Α.Α.

5.7. Το ψηφιακό περιβάλλον του Ψηφιακού Μουσείου

Το Ψηφιακό Μουσείο της Ι.Α.Α. είναι ένας ψηφιακός χώρος που βασίζεται στην πρόοδο της τεχνολογίας και στην επιστημονική εξέλιξη (Mormina, 2018, σελ.671-692). Πριν τη δημιουργία και την δημοσίευση της ιστοσελίδας του Μουσείου στο Διαδίκτυο είναι σημαντικό να σχεδιαστεί ό,τι είναι απαραίτητο για την ιστοσελίδα, ακολουθώντας και αξιοποιώντας τις βασικές τεχνικές υλοποίησής για την δημιουργία ιστοσελίδας στο διαδίκτυο. Ο σχεδιασμός ιστοσελίδας στο διαδίκτυο είναι βασικός κατά την εφαρμογή του.

Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών ανέθεσε στην “Profile Software” τη δημιουργία του διαδικτυακού εικονικού μουσείου με βασικό σκοπό την προβολή της θρησκευτικής πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας μας (Profile Software, IAA, 2021). Το εικονικό μουσείο κατασκευάστηκε από προγράμματα υπολογιστών και περιλαμβάνει οπτικοακουστικό υλικό, λογισμικό σύστημα, συγκέντρωση, οργάνωση και την διαδραστική προβολή ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου καθώς και προβολή τριών στερεοσκοπικών σεναρίων («βιωματικές» επισκέψεις), αλλά και τη διαμόρφωση του χώρου φιλοξενίας της Ι.Α.Α. (Μονή Πεντέλης), (Tsichritzis, Gibbs, 1991, σελ.17-25). Η απεικόνιση των δεδομένων και του περιεχομένου που σχεδιάστηκαν στο διαδίκτυο καταλήγει στον χρήστη μέσω του διαδικτύου. Χρησιμοποιεί πολλαπλά επίπεδα πληροφορίας και ηλεκτρονικά αρχεία όπως το κείμενο, ήχο, διαδραστικές εφαρμογές και εφαρμογές πολυμέσων, όπως οι εικόνες με υψηλή ευκρίνεια και βίντεο, όπου τα δεδομένα αυτά αποθηκεύονται σε εξυπηρετητές δηλαδή στους servers και παρουσιάζονται στους χρήστες μέσα από την πρόσβασή τους σε αυτούς. Οι πληροφορίες της ιστοσελίδας τοποθετούνται με τη χρήση γλωσσών σήμανσης υπερκειμένου όπως HTML, HTML5, XML και MathML (Eide, 2004, σελ.41-49). Οι τεχνολογίες Web3D χρησιμοποιήθηκαν για τη δημιουργία εικονικού διαδραστικού περιβάλλοντος (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.4) και διαδραστικών εκπαιδευτικών παιχνιδιών. Ένα από τα βασικά στοιχεία μιας καλής ιστοσελίδας που ακολουθεί το Ψηφιακό Μουσείο της Ι.Α.Α είναι το όνομα του διαδικτυακού τόπου που επέλεξε καθώς και η διεύθυνση URL είναι πολύτιμη για την κατάταξή του στις μηχανές αναζήτησης. Η αρχική ιστοσελίδα του Μουσείου (index page) είναι εύκολη στην πλοήγηση με αποτέλεσμα να κεντρίζει την προσοχή των χρηστών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην

ιστοσελίδα του μουσείου δεν υπάρχουν «broken link» τα οποία οδηγούν στο άνοιγμα μιας εικόνας, που θα έπρεπε να εμφανίζεται στην ιστοσελίδα, αλλά αντίθετα βλέπουμε ένα κενό πλαίσιο, αντί για την εικόνα. Συνήθως κάτι τέτοιο προκαλεί απώλεια εμπιστοσύνης των επισκεπτών.

5.8. Ανάλυση του Ψηφιακού μουσείου της Ι.Α.Α

Ο ψηφιακός επισκέπτης αντικρίζοντας και αναλύοντας τις πληροφορίες που υπάρχουν στο ψηφιακό μουσείο έρχεται σε άμεση προσέγγιση με το παρελθόν, καθώς αντιλαμβάνεται και επεξηγεί τις αξίες της παράδοσης, του πολιτισμού, και της τέχνης με τους δικούς του ρυθμούς (Οικονόμου, 2004, σελ.3). Στον 21^ο αιώνα, ο ψηφιακός μετασχηματισμός των πολιτιστικών αγαθών πραγματοποιείται μέσα από την διαδικασία ψηφιοποίησης του πολιτιστικού περιεχομένου και την ψηφιακή μετάδοση του (Γκαντζιάς, 2020, σελ.20). Ο πραγματικός κόσμος και το εικονικό περιβάλλον συνδέονται με τη βοήθεια της ψηφιακής τεχνολογίας και έτσι τα πολιτιστικά αγαθά προσφέρουν μια νέα πολιτιστική εμπειρία (Kotler Kotler,& Kotler, 2008, σελ.6). Μέσα από τον ιστότοπο του ψηφιακού μουσείου (IAA Digital Museum, 2021) ο επισκέπτης αντικρίζει έξι κύριες ενότητες και οχτώ υποενότητες. Ο εικονικός επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει εκκλησιαστικούς ναούς και να πληροφορηθεί για την ιστορική τους εξέλιξη. Επιπρόσθετα έχει την ευκαιρία να ενισχύσει τις γνώσεις του για τα ιερά χριστιανικά κειμήλια, τα Λειτουργικά Βιβλία καθώς και για τον λόγο που χρησιμοποιούνται στην Ορθοδοξία. Επιπλέον μπορεί να μάθει για τα μυστήρια της Ορθόδοξης Πίστεως, για τους Αγίους, την Βυζαντινή Τέχνη και την σημασία της Αγιογραφίας. Έτσι εκπληρώνεται ο σύγχρονος κοινωνικοπαιδαγωγικός προσανατολισμός, ο οποίος εστιάζει στην μάθηση μέσω της βιωματικής εμπειρίας (Kolb, Kolb, 2005, σελ.194) και στην εκπαίδευση του 21ου αιώνα η οποία εστιάζει στην δια βίου μάθηση (Rao,2001, σελ.51).

Η πρώτη ενότητα έχει τον τίτλο “Ψηφιακό μουσείο Ι.Α.Α” και εκεί υπάρχουν οι τίτλοι οχτώ υποενότητων οι οποίες αναλύονται ενδελεχώς στην δεύτερη ενότητα η οποία έχει τον τίτλο “Διαδραστικές εφαρμογές”, προδιαθέτοντας το κοινό για την ψηφιακή του επίσκεψη στο μουσείο (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2-3). Στο νέο ψηφιακό και επικοινωνιακό οικοσύστημα καθιερώνονται οι ψηφίο-

επικοινωνιακές συσκευές, το ψηφίο-επικοινωνιακό περιεχόμενο, οι ψηφίο-επικοινωνιακές υπηρεσίες, τα ψηφίο-επικοινωνιακά δίκτυα και η ψηφίο-επικοινωνιακή ασφάλεια (Γκανζιάς, 2020, σελ.23). Πρόκειται για ένα πνευματικό ταξίδι από τα πρώτα χρόνια του Χριστιανισμού έως σήμερα στην Ορθόδοξη Χριστιανική εκκλησία. Η έκθεσή της κάθε ενότητας αποτελείται από άλλες υποενότητες, οι οποίες αναλύονται με κείμενα σε μορφή άρθρων και φωτογραφικό υλικό. Το μουσείο διαθέτει εικόνες υψηλής ανάλυσης έτσι ώστε να δώσει στους εικονικούς επισκέπτες ευκρινείς πληροφορίες για τα εικονικά εκθέματα του (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521). Οι τίτλοι των οχτώ υποενοτήτων είναι οι εξής:

- 1) “Ο εκκλησιαστικός ναός”
- 2) “Τα σημαντικά κειμήλια της Εκκλησίας”
- 3) “Ορθόδοξη λειτουργική”
- 4) “ Τα μυστήρια της εκκλησίας”
- 5) “Βυζαντινή τέχνη”
- 6) “οι Άγιοι της Αθήνας”:
- 7) “Αγιογραφία”
- 8) “ Εκκλησία της Ελλάδος”

Η τρίτη ενότητα έχει τον τίτλο “Θεματικά Βιωματικά Σενάρια” και εκεί υπάρχουν τρία βίντεο. Πρόκειται για στερεοσκοπικές ταινίες οι οποίες περιλαμβάνουν συνεντεύξεις, στερεοσκοπικές λήψεις και 3D ψηφιακές αναπαραστάσεις με κίνηση (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56). Παρουσιάζεται η ιστορία των ορθόδοξων ναών, η αρχιτεκτονική των ναών, η εικονογραφική διάταξη του εσωτερικού διακόσμου, καθώς και ο χάρτης της εξάπλωσης του κόσμου της ορθοδοξίας. Ο ιστότοπος της Ι.Α.Α. είναι εκπαιδευτικά βελτιωμένος και συνδέεται με επιπλέον πληροφορίες που προορίζονται για να παρακινήσουν τον εικονικό επισκέπτη να μάθει περισσότερα για ένα θέμα ιδιαίτερου θρησκευτικού ενδιαφέροντος (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.2). Τα τρία βίντεο έχουν τους εξής τίτλους:

- 1) “Η Μονή του Οσίου Λουκά”
- 2) “Τα Βήματα του Αποστόλου Παύλου στην Ελλάδα”
- 3) “Ορθοδοξία”

Η τέταρτη ενότητα έχει τον τίτλο “Ψηφιακό Βιβλίο Επισκεπτών” όπου ο χρήστης μπορεί να παραθέσει τα σχόλια του αλλά και να διαβάσει σχόλια άλλων χρηστών (IAA Digital Museum, 2021). Επίσης, ενθαρρύνει τους εικονικούς επισκέπτες να γράψουν και να αξιολογήσουν την εμπειρία τους από την περιήγηση τους στο διαδικτυακό μουσείο, να παραθέσουν τα σχόλια τους και να κοινοποιήσουν φωτογραφίες και βίντεο. Το νέο ψηφιακό και επικοινωνιακό οικοσύστημα καθιερώνει τις ψηφίο-επικοινωνιακές υπηρεσίες (Γκανζιάς, 2020, σελ.23). Με τον τρόπο αυτό προσφέρουν στο κοινό έναν καινούριο τρόπο συμμετοχής μέσω των διαδικτυακών κοινοτήτων, προάγοντας τη δημιουργικότητα και τη πληροφορία (Bartolome, 2008, σελ.7).

Η πέμπτη ενότητα έχει τίτλο “Εκπαιδευτικές Εφαρμογές”. Η πλοήγηση στην διαδικτυακή πλατφόρμα του ψηφιακού μουσείου προσελκύει το ενδιαφέρον μικρών και μεγάλων μέσω των 4 διαδραστικών εκπαιδευτικών εφαρμογών, σχεδιασμένες με την μορφή εκπαιδευτικού παιχνιδιού. Μέσω των εφαρμογών αυτών επιτυγχάνεται ο ψυχαγωγικός και εκπαιδευτικός χαρακτήρας του ψηφιακού μουσείου (Adams, Mousouri, 2002, σελ.5-6).

Η έκτη ενότητα έχει τον τίτλο “Πληροφορίες”. Σε αυτήν την ενότητα ο εικονικός επισκέπτης μπορεί να βρει χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τις ενότητες και τις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του Ψηφιακού Μουσείου της Ι.Α.Α.. Πρωταρχικοί στόχοι του μουσείου είναι η συλλογή, η έρευνα και η ενημέρωση ενώ παράλληλα επιχειρεί να αναδειχθεί σε χώρο δια βίου μάθησης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας (Γλύτση, Ζαφειράκου, Κακούρου, Πικοπούλου- Τσολάκη 2002, σελ.92-93).

5.9. Προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το Ψηφιακό Μουσείο της Ι.Α.Α αξιοποιεί την ψηφιακή επικοινωνία και τις νέες τεχνολογίες στην επικοινωνία του με το κοινό, δίνοντας την ευκαιρία πρόσβασης

σε όλους τους επισκέπτες καταρρίπτοντας τα εθνικά σύνορα και διαφυλάττοντας την πολιτισμική κληρονομιά (Ψύλλα, 1992, σελ. 210). Οι τεχνολογικές εξελίξεις του 21^{ου} αιώνα στα ψηφιακά συστήματα των δικτύων, διαμορφώνουν μια ισχυρή βιομηχανική υποδομή, η οποία βασίζεται στην ψηφιακή τεχνολογία, προσθέτοντας νέες δυνατότητες χρήσης των ψηφιακών και επικοινωνιακών συστημάτων στο παγκόσμιο πολιτισμικό γίγνεσθαι (Γκαντζιάς, 2020, σελ. 17). Υπάρχει παρουσία της Ι.Α.Α. στα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργώντας διαδικτυακές κοινότητες και αντανakλώντας την σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της πληροφορίας (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ. 3). Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον (Δασκαλοπούλου & Μπούνια, 2008, σελ. 30). Η Ι.Α.Α. χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο όχι μόνο για να παρέχει στους επισκέπτες πρόσβαση σε πληροφορίες, αλλά και για να αλληλεπιδρά μαζί τους λαμβάνοντας σχόλια και ιδέες (Henning, 2007, 302-318).

- Facebook. Η σελίδα της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών στο facebook έχει 10.514 εγγεγραμμένους. Σχεδόν μέρα παρά μέρα ανεβάζει post και βίντεο με θέματα της επικαιρότητας και οι ακόλουθοι αντιδρούν με like ή dislike, με σχόλια και με κοινοποιήσεις (ΙΑΑ Facebook, 2021).
- Twitter. Η σελίδα δημιουργήθηκε το 2011, έχει 4.641 εγγεγραμμένους και 1.366 tweets (δημοσιεύσεις), (ΙΑΑ Twitter, 2021).
- YouTube. Το κανάλι έχει 1.560 εγγεγραμμένους. Μέσω του συγκεκριμένου καναλιού προβάλλονται οι στερεοσκοπικές ταινίες της ενότητας “Θεματικά Βιωματικά Σενάρια” όπου “τα Βήματα του Αποστόλου Παύλου στην Ελλάδα” μετρούν 25.047 προβολές, “Η Μονή του Οσίου Λουκά” μετρά 12.995 προβολές και “Η Ορθοδοξία” μετρά 2.588 προβολές. Τα σχόλια και στα τρία βίντεο είναι απενεργοποιημένα (ΙΑΑ YouTube, 2021).
- Δεν υπάρχει λογαριασμός στο Instagram.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η τεχνολογία δίνει την ευκαιρία στους επισκέπτες να θαυμάσουν έργα της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω των διαδικτυακών μουσείων και της εικονικής περιήγησης, χωρίς συνωστισμό, λόγω πανδημίας, από την άνεση των σπιτιών τους. Οι πολιτιστικές μονάδες έχουν ενσωματώσει στον πυρήνα τους την νέα τεχνολογία και προσφέρουν στο κοινό πέρα από ψηφιακές εμπειρίες, ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα και διαδραστικές εκπαιδευτικές εφαρμογές. Με αυτόν τον τρόπο οι επισκέπτες κατανοούν τα εκθέματα του μουσείου, λύνουν απορίες για την σύνθεση του χώρου και προγραμματίζουν μελλοντική επίσκεψη στο μουσείο.

Στο πλαίσιο αυτό αξίζει να σημειωθεί, ότι το Ελληνικό τμήμα της ICOM πραγματοποίησε τον Ψηφιακό εορτασμό της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων στις 18/05/2021 (ICOM-Greece, Ο θεσμός της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων, 2021). Με αφορμή τα 200 Χρόνια από την Ελληνική Επανάσταση, το τιμώμενο Μουσείο ήταν το «Εθνικό Ιστορικό Μουσείο». Πραγματοποιήθηκε ψηφιακή ξενάγηση στην περιοδική έκθεση «Επανάσταση'21» η οποία απευθυνόταν διεθνώς σε φυσικούς και σε διαδικτυακούς επισκέπτες καθώς ήταν διαθέσιμη στα ελληνικά και αγγλικά (ICOM-Greece, Τιμώμενο Μουσείο, 2021). Επίσης με αφορμή την συγκεκριμένη ημέρα το Ελληνικό Παιδικό Μουσείο, δημιούργησε την ενότητα “Ημερολόγια καραντίνας: Τα εκθέματα του μουσείου μιλούν με τα καθημερινά μας αντικείμενα”, θέλοντας να δείξει την απουσία των παιδιών από τα μουσεία εξαιτίας της πανδημίας (Ελληνικό Παιδικό Μουσείο, Ψηφιακός Εορτασμός της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων, 2021). Επιπρόσθετα, το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού μέσω της πλατφόρμας gov.gr προβάλλει μουσεία, τα οποία δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες να επισκεφτούν διαδικτυακά (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, Πάμε ψηφιακή βόλτα στα Μουσεία μας, 2020). Η ψηφιακή περιήγηση στις πολιτισμικές μονάδες είναι ένας τρόπος να αναδείξουν τους πολιτιστικούς χώρους στο ευρύ πολιτιστικό γίγνεσθαι, αξιοποιώντας τις νέες τεχνολογίες, καθώς και να κρατώντας «ζωντανή» την επικοινωνία με το κοινό.

6.1. Ψηφιακό Περιβάλλον των μουσείων

Το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο στην Αθήνα είναι ένα από τα σημαντικότερα μουσεία που ξεχωρίζουν διεθνώς για την τέχνη και τον πολιτισμό των βυζαντινών και μεταβυζαντινών χρόνων (Καρασπήλιου, 2014, σελ.1). Είναι δημόσιο μουσείο, ανήκει στο ΥΠΠΟΑ, εντάσσεται στη Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς και λειτουργεί ως Ειδική Περιφερειακή Υπηρεσία (ΦΕΚ 7/Α/22-1-2018, άρ.28). Οι συλλογές που διαθέτει χρονολογούνται από τον 3^ο έως τον 20^ο αιώνα και προέρχονται από τον ελλαδικό, το μικρασιατικό και βαλκανικό χώρο (Γκάζη, 2011, 379-385).

Το μουσείο διατηρεί ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, η οποία είναι αξιόπιστη καθώς δημιουργός της είναι το ίδιο το μουσείο. Οι μηχανές αναζήτησης βρίσκουν αμέσως τον ιστότοπο. Η δομή των θεματικών ενοτήτων της ιστοσελίδας είναι απλή και διαθέτει εικονική περιήγηση 360° σε μια έκθεση του μουσείου¹². Επίσης, αξιοποίησε την ψηφιακή τεχνολογία και δημιούργησε το «e-Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείου» όπου είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα, η οποία αξιοποιεί τις σύγχρονες ψηφιακές και διαδραστικές, εφαρμογές (Εικονικό Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, 2021). Το Εικονικό Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο περιλαμβάνει ψηφιακές εφαρμογές, όπως εικονική περιήγηση 360° στη μόνιμη έκθεση¹³ του μουσείου, περιήγηση σε θεματικές ενότητες και παρουσίαση ιστορικών περιοδικών εκθέσεων αλλά και μεμονωμένων αρχαιολογικών αντικειμένων που φυλάσσονται στις αποθήκες του μουσείου (Αρχαιολογία και Τέχνες, 2014). Το εικονικό μουσείο διαθέτει βίντεο και εικόνες υψηλής ανάλυσης έτσι ώστε να δώσει στους επισκέπτες ευκρινείς πληροφορίες για τα εκθέματα τους (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.521). Διαθέτει εκπαιδευτικές εφαρμογές¹⁴, όπως παιχνίδια μνήμης και παρατηρητικότητας, δραστηριότητες δημιουργικής απασχόλησης και παιχνίδια ρόλων όπως «γίνε μουσειολόγος». Το μουσείο αξιοποιεί την τεχνολογία ως εκπαιδευτικό εργαλείο παρέχοντας στους εικονικούς επισκέπτες καλύτερη ερμηνεία των

¹² https://www.byzantinemuseum.gr/el/museum_news/news/?nid=2288 (τελευταία προσπέλαση 18/07/2021)

¹³ https://www.ebyzantinemuseum.gr/?i=bxm.el.virtual-tour&u=II_5 (τελευταία προσπέλαση 16/07/2021)

¹⁴ <https://www.ebyzantinemuseum.gr/?i=bxm.el.games> (τελευταία προσπέλαση 11/07/2021)

εκθεμάτων, με έναν διαδραστικό τρόπο, προκαλώντας μια ευχάριστη εμπειρία (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.123-125). Οι εκπαιδευτικές εφαρμογές έχουν ως αντικείμενο τα εκθέματα του Μουσείου. Από την άλλη πλευρά η αναστολή των διαζώσης εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δράσεων του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου (Κατσελάκη, 1996, σελ.45-46) λόγω της πανδημίας, οδήγησε στη δημιουργία ψηφιακών παρουσιάσεων εκπαιδευτικού περιεχομένου για την κάλυψη της ανάγκης και της διατήρησης της επικοινωνίας με τους μαθητές και την εκπαιδευτική κοινότητα. Η σειρά βίντεο με τίτλο «Ιστορίες για μικρούς και μεγάλους» παρουσιάζει στα παιδιά, μέσω μιας ψηφιακής φίλης, μία σειρά αφηγήσεων σχετιζόμενων με τις Θεομητορικές γιορτές, τους βίους των αγίων, τις γιορτές των Χριστουγέννων και του Πάσχα αλλά και από την καθημερινή ζωή στο Βυζάντιο μέσα από τα εκθέματα του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου (Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο, 2021). Τα βίντεο και οι προτάσεις για δραστηριότητες προς τους εκπαιδευτικούς αναρτώνται στην ιστοσελίδα και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του Μουσείου^{15 16 17}.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν την επικοινωνία του μουσείου με το κοινό. Το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο διαθέτει την εφαρμογή Newsletter, όπου ο χρήστης επιλέγει να λαμβάνει ενημερώσεις μέσω email απο τον οργανισμό, για τις δράσεις και τις εκδηλώσεις που πραγματοποιεί. Επίσης, το «e-Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο» διαθέτει το ηλεκτρονικό «Βιβλίο Επισκεπτών», το οποίο ενθαρρύνει τους διαδικτυακούς επισκέπτες να γράψουν την εμπειρία και τα σχόλια τους από την εικονική περιήγηση στο διαδικτυακό μουσείο, να κοινοποιήσουν φωτογραφίες και βίντεο, αλλά και να αξιολογήσουν την εμπειρία τους στο εικονικό μουσείο. Το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο αξιοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαθέτει λογαριασμούς στο facebook με 25.870 εγγεγραμμένους (Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο-facebook, 2021), στο Youtube με 1.9600 εγγεγραμμένους (Byzantine & Christian Museum, 2021), στο instagram με 3.322 εγγεγραμμένους (byzantineandchristianmuseum, 2021) και δεν έχει λογαριασμό στο twitter.

¹⁵15 <https://www.youtube.com/watch?v=QI3BXVudg0w> (τελευταία προσπέλαση 15/07/2021)

¹⁶16 <https://www.facebook.com/watch/?v=649640092369249> (τελευταία προσπέλαση 06/07/2021)

¹⁷17 <http://www.byzantinemuseum.gr/?nid=2551> (τελευταία προσπέλαση 18/07/2021)

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών ανήκει στην Εφορία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας (ΦΕΚ 171/Α/28.8.2014) του ΥΠΠΟΑ. Η συλλογή του μουσείου έχει εκθέματα από την περίοδο της Παλαιολιθικής εποχής έως την μεταβυζαντινή περίοδο (Παπαζάρκαδας, 2014, σελ. 223-251).

Το μουσείο διατηρεί μια σύγχρονη ιστοσελίδα την οποία αξιοποιεί με τη νέα τεχνολογία, διαθέτοντας και προβάλλοντας στο κοινό το «Ψηφιακό Μουσείο» το οποίο διαρθρώνεται σε δεκαοκτώ συνολικά ενότητες. Το «Ψηφιακό Μουσείο» προσφέρει περιήγηση 360° στον χώρο του μουσείου αλλά και εικονική περιήγηση μέσω βίντεο, Short Films, Exhibition Media (Καραουλάνης, euractiv, 2021). Οι τρισδιάστατες απεικονίσεις μέσω της τεχνολογίας 3D, δίνουν την δυνατότητα στους εικονικούς επισκέπτες να περιεργαστούν τα εκθέματα του μουσείου, για όσο χρόνο επιθυμούν, χωρίς να επέλθει φυσική φθορά (Vince, 1998, σελ.186-192). Οι τέσσερις ψηφιακές εκπαιδευτικές εφαρμογές είναι διαδραστικές και απευθύνονται σε παιδιά Δημοτικού, Γυμνασίου και Λυκείου. Η διαδραστικότητα των εκπαιδευτικών ψηφιακών παιχνιδιών εμπεριέχει την κοινωνική, την νοητική και την συναισθηματική συμμετοχή των επισκεπτών (Adams, Mousouri, 2002, σελ5-6). Τα διαδικτυακά εκπαιδευτικά παιχνίδια βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με το μουσείο Θηβών. Αξιοποιούν την τεχνολογία ως εκπαιδευτικό εργαλείο, προκειμένου τα παιδιά πέρα από ευχάριστη εμπειρία να αποκτήσουν και γνώσεις. Με αυτόν τον τρόπο προάγουν τον εκπαιδευτικό τους χαρακτήρα (Μπαντιμαρούδης, 2011, σελ.123-125).

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών δεν διαθέτει ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα καθώς τα διαθέσιμα προγράμματα που διεξάγονται, πραγματοποιούνται δια ζώσης στην αίθουσα εκπαιδευτικών προγραμμάτων του Μουσείου Θηβών και απευθύνονται σε μαθητές Δημοτικού και Γυμνασίου (Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, εκπαιδευτικά προγράμματα, 2021). Ως προς την επικοινωνία του με το κοινό διαθέτει την εφαρμογή newsletter. Όσον αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτει λογαριασμό μόνο στο facebook με μόλις 172 εγγεγραμμένους (Αρχαιολογικό Μουσείο Θήβας- facebook, 2021).

6.2. Συγκριτική Μελέτη του ψηφιακού περιβάλλοντος των μουσείων της Ι.Α.Α, του Βυζαντινού Χριστιανικού Μουσείου και του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών

Στην συγκεκριμένη ενότητα, μελετάται το ψηφιακό περιβάλλον των συγκεκριμένων πολιτιστικών οργανισμών διότι ενσωματώνουν ενεργά τις νέες τεχνολογίες και εφαρμογές, τα ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα καθώς και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέροντας μια νέα ψηφιακή πολιτιστική εμπειρία στο κοινό (Kotler Kotler & Kotler, 2008, σελ.6). Μέσα από τους συγκεκριμένους πολιτιστικούς οργανισμούς μελετήθηκε η επίδραση των ψηφιακών τεχνολογιών στα μουσεία. Με την αναφορά στους σχετικούς πολιτιστικούς οργανισμούς, γίνεται σαφές το γεγονός ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι ενσωματωμένες σήμερα στην πολιτιστική πολιτική των μουσείων. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με την άντληση στοιχείων μέσω του διαδικτύου, καθώς και από στοιχεία που προέρχονται από τις επίσημες ιστοσελίδες των οργανισμών και από τους λογαριασμούς που διατηρούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι συγκεκριμένοι πολιτιστικοί οργανισμοί διαθέτουν ιστοσελίδες οι οποίες προσφέρουν μια σαφή εικόνα του σκοπού και του έργου τους. Εντοπίζονται εύκολα από τις μηχανές αναζήτησης του διαδικτύου και παρέχουν αξιόπιστο υλικό, εφόσον έχουν δημιουργηθεί από τους ίδιους τους πολιτιστικούς οργανισμούς. Επίσης, επικοινωνούν με το κοινό μέσω εφαρμογών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πρόκειται για την διαδικασία παρατήρησης και ανάλυσης. Βασικός σκοπός της αξιοποίησης της ψηφιακής τεχνολογίας είναι η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, η ενημέρωση αλλά και η προσέλκυση του κοινού στις πολιτιστικές μονάδες, διότι πρόκειται για βιώσιμους οργανισμούς. Η πρόσφατη πανδημία του κορωνοϊού προκάλεσε μια υγειονομική κρίση και δημιούργησε ριζική αβεβαιότητα αλλά και νέες ευκαιρίες για την εφαρμογή νέων τεχνολογιών στη παραγωγή πολιτισμού (Γκαντζιάς, 2020, σελ.13). Λόγω της πανδημίας και των δύσκολων κοινωνικών συνθηκών που προέκυψαν, οι πολιτιστικοί οργανισμοί συμπεριέλαβαν διαδικτυακές δραστηριότητες προκειμένου να παρέχουν εμπειρίες στους εικονικούς επισκέπτες. Οι εκπαιδευτικές εφαρμογές των διαδικτυακών μουσείων καθώς και τα προσφερόμενα ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα τα οποία είναι διαθέσιμα μέσω των ιστοσελίδων και των εικονικών μουσείων, δημιουργούν εμπειρίες στα παιδιά στο παρόν, κτίζοντας κατ’

αυτόν τον τρόπο σχέσεις για να γίνουν το μελλοντικό κοινό των πολιτιστικών μονάδων (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154).

Οι συγκεκριμένοι πολιτιστικοί οργανισμοί έχουν δημιουργήσει διαδικτυακό μουσείο. Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, έχει δημιουργήσει ένα εικονικό μουσείο όπου πρόκειται για ένα φανταστικό χώρο με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης, ενώ το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο και το Αρχαιολογικό μουσείο Θηβών, έχουν δημιουργήσει εικονικά μουσεία τα οποία αποτελούν μία προσομοίωση των πραγματικών μουσείων. Τα συγκεκριμένα διαδικτυακά μουσεία είναι προσβάσιμα από όλους τους ανθρώπους μέσω του διαδικτύου, συμβάλλοντας έτσι στην επικοινωνία. Αποτελούν επίσης ψηφιακά περιβάλλοντα μάθησης και διαθέτουν ένα διαδραστικό ψηφιακό περιβάλλον (Μουσείο Εκμάθησης, ICOM, 2004, σελ.1). Το εικονικό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών, το Βυζαντινό και Χριστιανικό εικονικό μουσείο και το ψηφιακό Αρχαιολογικό μουσείο Θηβών διαθέτουν εικονική περιήγηση. Συγκεκριμένα, το εικονικό μουσείο της Ι.Α.Α διαθέτει εικονική περιήγηση μέσω βίντεο. Πρόκειται για στερεοσκοπικές ταινίες οι οποίες περιλαμβάνουν συνεντεύξεις, στερεοσκοπικές λήψεις και 3D ψηφιακές αναπαραστάσεις με κίνηση (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.2). Το Βυζαντινό και Χριστιανικό εικονικό μουσείο περιλαμβάνει εικονική περιήγηση 360° στην έκθεση του μουσείου, προσφέροντας ευκρινή και πανοραμική θέαση από φωτογραφία που έχει τραβηχτεί στον χώρο (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56). Το ψηφιακό Αρχαιολογικό μουσείο Θηβών διαθέτει περιήγηση 360° στους χώρους του μουσείου, καθώς επίσης και βίντεο από την έκθεση του μουσείου. Τέλος διαθέτει και τρισδιάστατες απεικονίσεις εκθεμάτων του μουσείου δίνοντας την δυνατότητα διάδρασης των αντικειμένων από τον χρήστη (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56). Η αλληλεπιδραστική σχέση που δημιουργούν τα συγκεκριμένα διαδικτυακά μουσεία με τον επισκέπτη λειτουργεί ως κίνητρο για μία πιθανή επίσκεψη στο χώρο του πραγματικού πολιτιστικού οργανισμού στο μέλλον (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2-3) ή παρακινούν τον εικονικό επισκέπτη να μάθει περισσότερα για ένα θέμα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος που υπάρχει στο διαδικτυακό μουσείο (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.2).

Όσον αφορά τα διαδραστικά εκπαιδευτικά παιχνίδια, οι συγκεκριμένοι πολιτιστικοί οργανισμοί τα διαθέτουν δωρεάν στο κοινό μέσω του Εικονικού Μουσείου της Ι.Α.Α., του Εικονικού Βυζαντινού Χριστιανικού Μουσείου και του Ψηφιακού Αρχαιολογικού μουσείου Θηβών. Συγκεκριμένα, το εικονικό μουσείο της Ι.Α.Α. διαθέτει παζλ με περιεχόμενο αντίστοιχο του εικονικού μουσείου, ψηφιακά παιχνίδια ρόλων όπου οι επισκέπτες επιλέγουν ένα ρόλο και κατά την εξέλιξη της ιστορίας παίρνουν αποφάσεις και διαδραστικές παραπομπές όπου οι εικονικοί επισκέπτες εξερευνούν ένα θέμα επιλέγοντας εικόνες και λέξεις που παραπέμπουν σε πληροφορίες (Lisney, Bowen, Hearn, Zada, 2013,σελ.3-6). Το Βυζαντινό Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο διαθέτει εκπαιδευτικές εφαρμογές, όπως παιχνίδια μνήμης και παρατηρητικότητας, δραστηριότητες δημιουργικής απασχόλησης και παιχνίδια ρόλων. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών διαθέτει Web3D διαδραστικά εκπαιδευτικά παιχνίδια, παζλ, παιχνίδια ρόλων και μνήμης (Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.522). Οι συγκεκριμένοι πολιτιστικοί οργανισμοί αποτελούν φορείς εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας και στο πλαίσιο αυτό αξιοποιούν τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας και Επικοινωνίας, προσφέροντας ψηφιακές εφαρμογές μέσα από τις οποίες υποστηρίζουν τη διαδικασία της μάθησης με έναν ψυχαγωγικό και διαδραστικό τρόπο. Η νέα γενιά επειδή ασχολείται με τα ψηφιακά μέσα, έχει de facto θετική προδιάθεση να χρησιμοποιήσει τα ψηφιακά παιχνίδια σε οποιαδήποτε περίπτωση (Φωκίδης, Καϊμαρά, 2020, σελ.92).

Όσον αφορά τα ψηφιακά Εκπαιδευτικά προγράμματα και δράσεις, η Ι.Α.Α έχει δημιουργήσει ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα για μαθητές με σκοπό την καθοδήγηση και υποστήριξή τους (Κοινωνικό Φροντιστήριο) αλλά και εκπαιδευτικά προγράμματα για ενήλικες τα οποία πραγματοποιούνται εξ' αποστάσεως λόγω της πανδημίας, με σκοπό την επιμόρφωσή τους. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα εναρμονίζονται με τον σκοπό της Ιεράς Αρχιεπισκοπής λαμβάνοντας υπόψιν τις νέες συνθήκες που δημιούργησε η πανδημία (Hube, Johnson, 2005, σελ.97). Από την άλλη πλευρά το Βυζαντινό Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο και το Αρχαιολογικό μουσείο Θηβών δεν διαθέτουν ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα καθώς τα διαθέσιμα εκπαιδευτικά προγράμματα πραγματοποιούνται δια ζώσης στις αίθουσες των μουσείων κεντρίζοντας το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων (Γλύτση, 2002, σελ.31). Βασικός σκοπός των εκπαιδευτικών προγραμμάτων των τριών αυτών μουσείων είναι η συμμετοχή του κοινού σε αυτά, η αλληλεπίδραση και κατ' επέκταση η δημιουργία

μιας ουσιαστικής σχέσης κοινού και πολιτιστικών μονάδων. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η δημιουργία του μελλοντικού κοινού των οργανισμών αλλά και η βιωσιμότητά του (Σηφάκη, Χατζημαρκάκη, 2019, σελ.153-154).

Τα συγκεκριμένα μουσεία διαθέτουν λογαριασμούς στα περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αντικατοπτρίζοντας την σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της πληροφορίας, ενσωματώνοντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνιακή τους πολιτική επεκτείνοντας την πολιτιστική τους προσέγγιση εκτός εθνικών συνόρων (Ψύλλα, 1992, σελ.210). Συγκρίνοντας την παρουσία των μουσείων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρατηρούμε ότι το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο έχει 2,4 φορές παραπάνω εγγεγραμμένους χρήστες από το μουσείο της Ι.Α.Α στο facebook. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών έχει πολύ μικρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με μόνο 172 εγγεγραμμένους στο facebook αποδυναμώνοντας την επικοινωνία του με το κοινό. Οι συνδρομητές του Βυζαντινού Χριστιανικού Μουσείου στο youtube είναι 1,5 φορές περισσότεροι, επίσης διαθέτει λογαριασμό στο Instagram ενώ το μουσείο της Ι.Α.Α δεν διαθέτει. Από την άλλη πλευρά το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο δεν διαθέτει λογαριασμό στο twitter σε σχέση με το μουσείο της Ι.Α.Α. Βλέπουμε ότι τα 2 από τα 3 μουσεία προσπαθούν να “εκμεταλλευτούν” τεχνικές του marketing και της επικοινωνίας έτσι ώστε να προσεγγίσουν αριθμητικά μεγαλύτερο κοινό και να διαφημιστούν στο ευρύ πολιτιστικό και κοινωνικό γίγνεσθαι. Η σύγχρονη επικοινωνιακή πολιτική στο ψηφιακό περιβάλλον επιτάσσει την συμμετοχή των πολιτισμικών μονάδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς έτσι δίνουν την δυνατότητα παρουσίας στις διαδικτυακές κοινωνικές ομάδες και επιτρέπουν την επικοινωνία, την αλληλεπίδραση, την ανατροφοδότηση και την ανταλλαγή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο (Κάβουρα, 2016, σελ.115).

Στα πλαίσια της επικοινωνιακής πολιτικής το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών και το Βυζαντινό Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο διαθέτουν στην ιστοσελίδα τους την εφαρμογή του newsletter, όπου διατηρούν τη λίστα των συνδρομητών τους σε ένα αρχείο και μπορούν να εισάγουν μαζικά τα e-mails που θέλουν να τους προωθήσουν μέσω την εφαρμογής αυτής. Τα Newsletter είναι ενημερωτικά δελτία σε ηλεκτρονική μορφή και διαθέτουν περιεχόμενο αναφορικά με τις δραστηριότητες, τις εκδηλώσεις και τα νέα των πολιτιστικών οργανισμών. Επιπλέον, ηλεκτρονικό «Βιβλίο

Επισκεπτών» διαθέτουν το Εικονικό Μουσείο της Ι.Α.Α. και το Βυζαντινό Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο. Οι εικονικοί επισκέπτες μπορούν στο τέλος της περιήγησής τους να αξιολογήσουν την εμπειρία τους στα διαδικτυακά μουσεία και να την κοινοποιήσουν δημόσια με σχόλια, φωτογραφίες ή βίντεο εάν το επιθυμούν, προκειμένου να το δουν και άλλοι εικονικοί επισκέπτες.

Οι συγκριτικοί πίνακες αναλύουν την παρουσία των παραπάνω πολιτισμικών οργανισμών της Ελλάδος στο ψηφιακό πολιτιστικό γίγνεσθαι, αναδεικνύοντας παράλληλα τη θέση της Ι.Α.Α. στον ψηφιακό περιβάλλον.

Πολιτιστικοί Οργανισμοί	Διαδικτυακό Μουσείο	Ψηφιακά Εκπαιδευτικά Προγράμματα	Διαδραστικές εκπαιδευτικές εφαρμογές και παιχνίδια	Εικονική Περιήγηση	Εφαρμογή Newsletter	Ηλεκτρονικό βιβλίο επισκεπτών	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓

Πηγή: Δουλγέρη Ελένη, 2021



Πηγή: Δουλγέρη Ελένη, 2021

6.3. Το Ψηφιακό περιβάλλον του Βατικανού

Τα Μουσεία τα οποία επισκέπτονται περισσότερα από 5 εκατομμύρια άνθρωποι κάθε χρόνο, γίνονται ορατά στο κοινό, μέσω του διαδικτύου καθώς οι εικονικοί επισκέπτες από ολόκληρο τον κόσμο έχουν δωρεάν πρόσβαση καταρρίπτοντας τα σύνορα (Drezner, 2004, σελ.480). Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί μια δυναμική λύση προσαρμογής στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται από την πανδημία (Γκαντζιάς, 2020, σελ.15). Το Βατικανό εκτός από τα δεκάδες βίντεο που διαθέτει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις πληροφορίες με το αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό, διαθέτει επιπλέον δωρεάν διαδραστική περιήγηση (Οικονόμου, 2004, σελ.2) και δωρεάν πρόσβαση σε πολλά έργα τέχνης (Discover virtual tour). Το Μουσείο του Βατικανού μέσα από τον ιστότοπο του προσφέρει στους επισκέπτες την ευκαιρία επτά εικονικών περιηγήσεων 360°. Ο επισκέπτης έχει την χρονική διαθεσιμότητα την οποία επιθυμεί για να παρατηρήσει τις λεπτομέρειες και όλα τα στοιχεία από διαφορετικές οπτικές γωνίες, μέσω της τεχνικής του ψευδοτριδιάστατου QuickTime VR αποτέλεσμα της θέασης των 360 μοιρών (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56), κάτι το οποίο μπορεί να μην ήταν εφικτό εάν πραγματοποιούσε πραγματική επίσκεψη στο Βατικανό, λόγω των αριθμητικά πολλών επισκεπτών που υπάρχουν στους χώρους (Sylaiou, Liaroikaris, Kotsakis, Patias, 2009, σελ.520-528). Στην κεντρική ιστοσελίδα του μουσείου υπάρχει η επιλογή της εφαρμογής της τρισδιάστατης απεικόνισης των οικοδομημάτων και το διαδραστικό περιβάλλον μάθησης, τα οποία παρέχονται στους επισκέπτες δωρεάν (Patias, Chrysantou, Sylaiou, Georgiadis, Michail, Stylianidis, 2008, σελ.3), δίνοντας την δυνατότητα διάδρασης των αντικειμένων από τον χρήστη χωρίς να υπάρξει κίνδυνος να επέλθει φυσική φθορά (Οικονόμου, 2004, σελ.2).

Το Βατικανό αξιοποιεί τον εναλλακτικό τουρισμό στην σύγχρονη εποχή της πανδημίας μέσω του συστήματος Clio Muse Tours, διατηρώντας κατά τη διάρκεια της πανδημίας μια σχέση με το κοινό μέσω των ψηφιακών δραστηριοτήτων (Clerkin, Taylor, 2021, σελ.165-175). Η εικονική περιήγηση στα μουσεία του Βατικανού προσφέρει μια δωρεάν εικονική εμπειρία μέσω του συστήματος “Clio Muse Tours” (Clio Muse Tours, The Treasures of the Vatican Museums, 2021). Η ηχητική αφήγηση στα μουσεία του Βατικανού πραγματοποιείται στα Αγγλικά και περιλαμβάνει σύντομες ιστορίες που κάνουν την εικονική επίσκεψη στα μουσεία

ενδιαφέρουσα και ενημερωτική. Ο διαδραστικός χάρτης στην οθόνη συνδιαστικά με τις εικόνες δορυφορικής θέας 360°, καθοδηγούν τους επισκέπτες και τους δίνουν την δυνατότητα να εξερευνήσουν όλα τα σημεία που τους προκαλούν ενδιαφέρον κατά τη διαδρομή (Clio Muse Tours, 2021). Αμέσως μετά την κράτηση, ο εικονικός επισκέπτης λαμβάνει ένα email στο λογαριασμό του από το Clio Muse Tours με περαιτέρω οδηγίες για την ξενάγηση στο Βατικανό (Clio Muse Tours, Vatican Museum free virtual experience, 2021).

Ως προς την επικοινωνιακή πολιτική ο ραδιοφωνικός σταθμός του Βατικανού “Radio 90 Vaticana” προσφέρει έως σήμερα τα προγράμματά του σε 47 γλώσσες μέσα από το Διαδίκτυο. Το καθημερινό πρόγραμμα του ραδιοφωνικού σταθμού εκτός από μουσική, καλύπτει διεθνή νέα, θρησκευτικές γιορτές, αλλά και προσφέρει στο κοινό ηχογραφημένες εκπομπές τις οποίες ανεβάζει στο διαδίκτυο και οι χρήστες μπορούν να τις κατεβάσουν και να τις ακούσουν όποτε θέλουν (podcast). Για να γίνεται αυτόματα η μετάδοση των podcast χρησιμοποιούνται τα blogs, στα οποία υπάρχουν άρθρα με συνδέσμους με το αρχείο ήχου (Mayfield, 2008, σελ.6). Το Βατικανό έχει δικό του blog “Vaticana News” στο οποίο ανεβάζει πληροφορίες και ειδήσεις από διάφορα έντυπα, διαδικτυακά, ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά μέσα του Βατικανού (Vatican News, 2021). Στο Twitter για πρώτη φορά μέσα από τον επίσημο λογαριασμό του Βατικανού «@Pontifex», ο πάπας έκανε έναν χαιρετισμό με μια δημοσίευση λέγοντας: “Αγαπητοί φίλοι, είναι χαρά που σας έχω μαζί μου μέσω του twitter” (Vatican Twitter page, 2021). Ο λογαριασμός του πάπα στο twitter δημιουργήθηκε το 2012 και έχει 18,8 εκατομμύρια εγγεγραμμένους (@Pontifex, 2021). Στο facebook ο λογαριασμός “Vatican News” έχει 4,4 εκατομμύρια εγγεγραμμένους (Vatican Facebook page, 2021) ενώ στο Instagram έχει 182.000 εγγεγραμμένους (vaticanmuseums, 2021). Τέλος στο YouTube υπάρχει κανάλι “Vatican News” με 610.000 εγγεγραμμένους, (Vatican News, 2021).

6.4. Συγκριτική μελέτη του διαδικτυακού μουσείου της Ι.Α.Α και του ψηφιακού περιβάλλοντος του Βατικανού

Το εικονικό μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών και το Βατικανό στην Ιταλία αποτελούν ψηφιακά περιβάλλοντα μάθησης και ψυχαγωγίας, καθότι οι

επισκέπτες αποκτούν γνώσεις και εξοικειώνονται με τις νέες τεχνολογίες, μέσα από τις δραστηριότητες, την αλληλεπίδραση και την διαδραστικότητα που παρέχουν στους χρήστες (Οικονόμου, 2004, σελ.2. σελ.4.). Το Εικονικό Μουσείο της Ι.Α.Α αποτελεί δημιουργία ενός φανταστικού χώρου με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης ενώ το διαδικτυακό μουσείο του Βατικανού είναι ένα πραγματικό μουσείο στην Ιταλία το οποίο μέσω της ιστοσελίδας του παρέχει την δυνατότητα εικονικής περιήγησης. Τα δύο αυτά μουσεία κατατάσσονται στην κατηγορία «Learning Museums» (ICOM, 2004). Οι επισκέπτες μπορούν να τα επισκεφτούν δωρεάν από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και αν βρίσκονται (Drezner, 2004, σελ.480). Επίσης είναι προσβάσιμα και από ανθρώπους που έχουν κάποια σωματική αδυναμία (Μπούνια, 2004, σελ.20).

Το Ψηφιακό Βιωματικό Μουσείο της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών και το Ψηφιακό Μουσείο του Βατικανού εμπεριέχουν εκκλησιαστικούς ψηφιοποιημένους πολιτιστικούς θησαυρούς της Χριστιανικής πίστης, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής ζωής της κάθε χώρας. Η ενεργοποίηση της πολιτισμικής πολιτικής με την βοήθεια των νέων τεχνολογιών συντελούν στην ψηφιακή διασφάλιση της πολιτισμικής ταυτότητας, των ηθικών αξιών και του δημοσίου συμφέροντος (Γκαντζιάς, 2020, σελ.14). Το εικονικό μουσείο της Ι.Α.Α. έχει ως στόχο να πληροφορήσει τους επισκέπτες μέσα από την εκτενή συλλογή περιεχομένου και υλικού για την ιστορία και τα σύμβολα της ορθόδοξης πίστεως. Η ψηφιακή περιήγηση που προσφέρει το Βατικανό περιέχει έργα παγκόσμιας πολιτιστικής αξίας, της Χριστιανοσύνης, της αρχαιολογίας, της τέχνης και της ανθρώπινης δημιουργικής ιδιοφυΐας, τα οποία μπορεί ο κάθε επισκέπτης να θαυμάσει μέσω του Διαδικτύου. Τα δυο αυτά ψηφιακά περιβάλλοντα αποτελούν πηγές πληροφόρησης, εκπαίδευσης και διασκέδασης (Medic, Pavlovic, 2014, σελ.4).

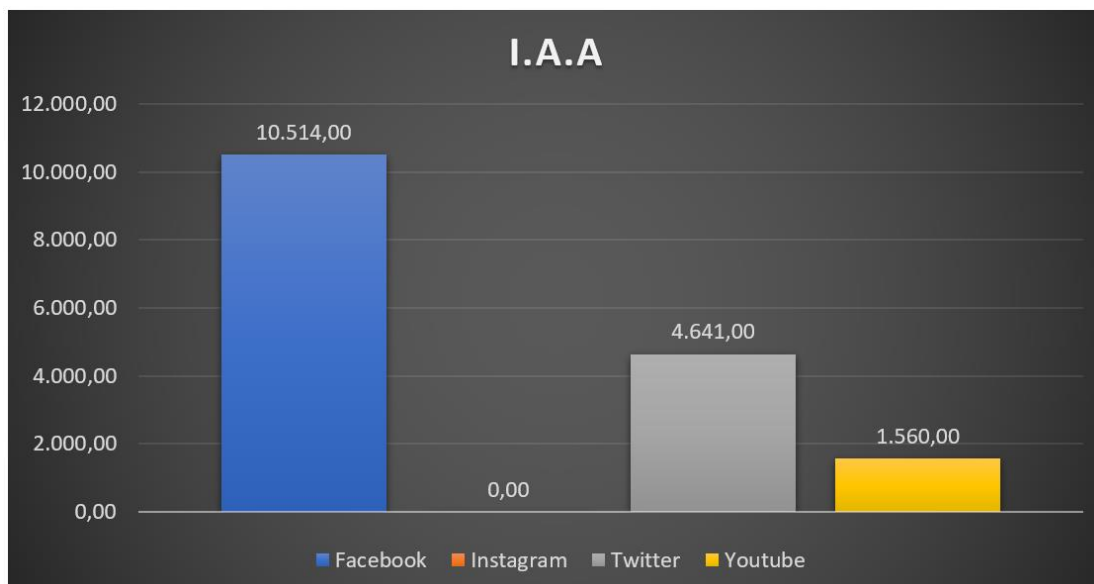
Η πρόσφατη πανδημία του κορονοϊού, έχει φέρει αρνητικές επιπτώσεις και στον θρησκευτικό τουρισμό καθώς προκάλεσε μια παγκόσμια υγειονομική κρίση και δημιούργησε μια ριζική αβεβαιότητα, αλλά και νέες ευκαιρίες για την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στην παραγωγή πολιτισμού (Γκαντζιάς, 2020, σελ.13). Η χρονιά αυτή λόγω της πανδημίας και κατ' επέκταση των καθολικών lockdown, απομόνωσε τους ανθρώπους καθώς επίσης και με το κλείσιμο των πολιτισμικών χώρων και των εκκλησιών περιόρισε την πνευματική τους “τροφή” (Yasin, Jauhar, Rahim, Namoco,

2020, σελ.1-9). Μέσα σε ένα περιβάλλον το οποίο ατροφεί, οι επισκέπτες μπορούν να βιώσουν εικονικά ένα ταξίδι στην χριστιανική πίστη, μέσω της εικονικής τους επίσκεψης στα δύο αυτά ψηφιακά περιβάλλοντα καθώς και να κανονίσουν το επόμενο ταξίδι τους μετά την άρση των περιορισμών στον τόπο που επισκέφτηκαν εικονικά μέσω του διαδικτύου (Williamson, Eynon, Potter, 2020, σελ.107-114). Η Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών προβάλλοντας μέσω του “Εικονικού Μουσείου” την Ορθόδοξη Χριστιανική Παράδοση, δίνει την δυνατότητα στους χρήστες μέσω της ψηφιακής πλατφόρμας “Θρησκευτικοί Προορισμοί” που υπάρχει στην ιστοσελίδα της Ι.Α.Α να εξερευνήσουν ένα σύνολο επιλογών από εκκλησίες που βρίσκονται σε διάφορα μέρη της Ελλάδος, αποτελώντας ελκυστικούς ταξιδιωτικούς προορισμούς (ΙΑΑ, 2021). Έτσι το εικονικό μουσείο λειτουργεί ως εφελτήριο για την εν δυνάμει εξερεύνηση των ψηφιακών επισκεπτών στους Ελληνικούς τόπους, μετά την άρση των μέτρων λόγω του Covid-19. Το Βατικανό ως φυσικό μουσείο, αξιοποιεί την ψηφιακή τεχνολογία ως στρατηγική επικοινωνίας, στο πλαίσιο της ψηφιακής κουλτούρας μέσω του προγράμματος περιήγησης Clio Muse Tours για να κεντρίσει το ενδιαφέρον των εικονικών επισκεπτών για μελλοντική φυσική επίσκεψη μετά την άρση των μέτρων λόγω της πανδημίας (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2-3).

Τα δύο αυτά μουσεία μέσα στην νέα εποχή καθρεφτίζουν την σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της πληροφορίας και ενσωματώνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επεκτείνοντας την πολιτιστική τους προσέγγιση εκτός εθνικών συνόρων (Ψύλλα, 1992, σελ.210). Ο λόγος που μελετήθηκαν τα κοινωνικά δίκτυα είναι γιατί αποτελούν την εικόνα των πολιτιστικών μονάδων στο ευρύ κοινό, δημιουργούν σχέση μαζί του και φιλοξενούν στοιχειώδεις πληροφορίες όπως είναι η ταυτότητα και η αποστολή τους στο ευρύ πολιτισμικό γίγνεσθαι. Τα δυο πολιτιστικά ιδρύματα έχουν διαφορετική εμβέλεια ως προς το εύρος των επισκεπτών που απευθύνονται, ωστόσο χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παρέχοντας γνώσεις, ψυχαγωγία και επικοινωνία. Μέσα από αυτά, αλληλεπιδρούν με τους χρήστες λαμβάνοντας σχόλια και ιδέες (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2). Οι ιστότοποι και οι λογαριασμοί των πολιτιστικών μονάδων μελετήθηκαν ως προς το πλήθος των εγγεγραμμένων συνδρομητών την χρονική περίοδο των μηνών Δεκεμβρίου έως Ιουνίου 2020-2021. Οι πολιτιστικές μονάδες επιλέγουν να δημιουργήσουν λογαριασμούς σε ψηφιακές πλατφόρμες με βάση την αξιοπιστία, την ποιότητα των υπηρεσιών και την διάδραση που παρέχουν με το κοινό (Κάβουρα,

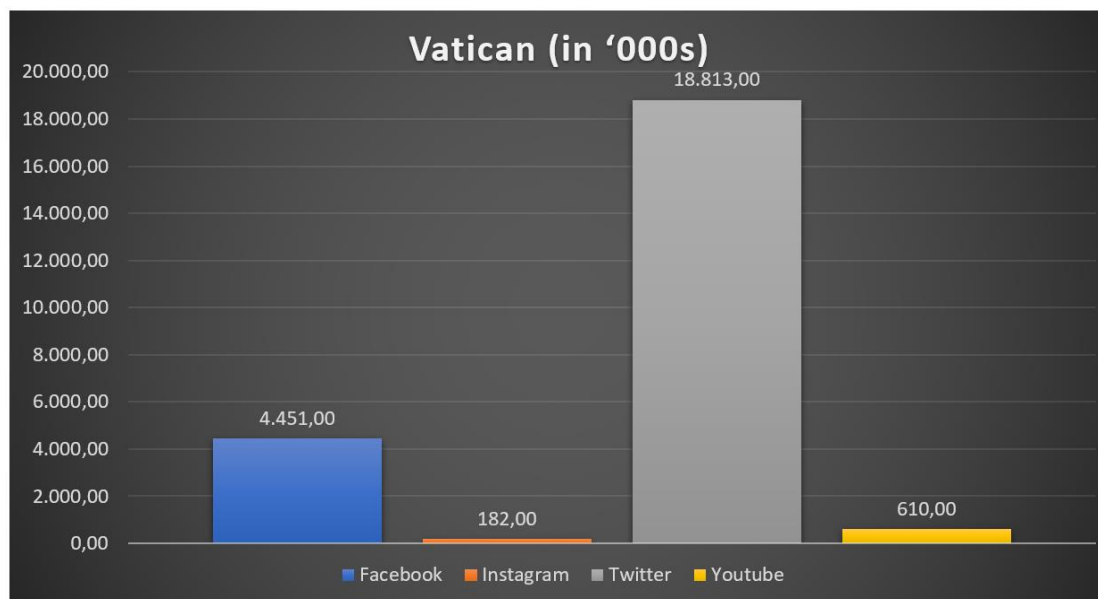
2016, σελ.112). Το διάγραμμα της Ι.Α.Α. έχει διπλάσια παρουσία κοινού στο facebook απ' ότι στο Twitter ενώ το διάγραμμα του Βατικανού στα κοινωνικά δίκτυα δείχνει τετραπλάσια συμμετοχή στο Twitter απ' ότι στο facebook. Όπως βλέπουμε ο συνολικός αριθμός είναι σε διαφορετική κλίμακα, γιατί στην Ι.Α.Α αναφερόμαστε σε χιλιάδες ενώ στο Βατικανό σε εκατομμύρια. Οποσδήποτε η ΙΑ.Α. δεν πλησιάζει αριθμητικά το κοινό του Βατικανού, αλλά σίγουρα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και εξέλιξης.

Κοινωνικά Δίκτυα Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών



Πηγή: Δουλγέρη Ελένη, 2021

Κοινωνικά Δίκτυα Βατικανού



Πηγή: Δουλγέρη Ελένη, 2021

6.5. Σύνοψη και προτάσεις

Η Ι.Α.Α. αποτελεί την έδρα της εκκλησίας της Ελλάδος (ν.590/1977, ΦΕΚ 146/Α'). Ως προς τον πολιτιστικό τομέα, σχεδιάζει και υλοποιεί πολιτιστικές, φιλανθρωπικές και κοινωνικές δράσεις (Ι.Α.Α., 2021). Επίσης, οργανώνει επιμορφωτικά προγράμματα για παιδιά και ενήλικους. Στα πλαίσια της αξιοποίησης των σύγχρονων τεχνολογιών για την διάδοση των θρησκευτικών και πολιτιστικών αγαθών δημιούργησε τις ψηφιακές πλατφόρμες, “Ψηφιακό Βιωματικό Μουσείο” και “Θρησκευτικοί Προορισμοί”. Υπεύθυνο για τη διοίκηση και τη διαχείριση των ψηφιακών πλατφορμών είναι το τμήμα “Υπηρεσίας Πληροφορικής, Ψηφιακών Εφαρμογών και Διαχείρισης Έργων” (Ι.Α.Α., 2021). Η ψηφιακή πλατφόρμα “Θρησκευτικοί Προορισμοί”, έχει σκοπό την ανάδειξη του εκκλησιαστικού πολιτιστικού αποθέματος και του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα (Williamson, Eynon, Potter, 2020, σελ.107-114).

Το Ψηφιακό Μουσείο της Ι.Α.Α. είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα μέσω της οποίας αναδεικνύεται η εκκλησιαστική πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδος. Αποτελεί μέσο επικοινωνίας, εκπαίδευσης, διασκέδασης και πληροφόρησης

(Drezner, 2004, σελ.480). Διαθέτει εικονική περιήγηση μέσω βίντεο τα οποία περιλαμβάνουν 3D ψηφιακές αναπαραστάσεις (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56) και ψηφιακές εκπαιδευτικές εφαρμογές με ένα διαδραστικό περιβάλλον μάθησης (learning museum, ICOM, 2004, σελ.1). Αξιοποιεί την ψηφιακή επικοινωνία και τις νέες τεχνολογίες για την αλληλεπίδραση του με το κοινό διαθέτοντας λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως facebook, twitter και youtube. Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν την εικόνα της Ι.Α.Α. στο κοινό και δημιουργούν μια σχέση μαζί τους καθώς αλληλεπιδρούν με τους χρήστες λαμβάνοντας σχόλια και ιδέες (Richani, Papaioannou, Banou, 2016, σελ.2) αλλά και δηλώνουν την παρουσία τους στο ευρύ πολιτισμικό γίγνεσθαι.

Μια καλή πρακτική που μπορεί να ακολουθήσει το εικονικό μουσείο της Ι.Α.Α., είναι η ενσωμάτωση της τεχνικής του ψευδοτριδιάστατου VR, μέσω του οποίου θα δίνεται η δυνατότητα διάδρασης στον επισκέπτη με κάποιο έκθεμα της χριστιανικής πίστης (Sylaiou, Karouli, Stavropoulos, Patias, 2008, σελ.56). Με αυτό τον τρόπο ο χρήστης μπορεί να επεξεργαστεί το έκθεμα χωρίς να επέλθει φυσική φθορά. Επίσης, στην ιστοσελίδα της Ι.Α.Α. θα μπορούσε να ενσωματωθεί η εφαρμογή του Newsletter, όπου θα διατηρεί τους συνδρομητές της σε ένα αρχείο και θα τους προωθεί ενημερωτικά δελτία μέσω email για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις δραστηριότητες που πραγματοποιεί. Την εφαρμογή αυτή την χρησιμοποιεί το Βυζαντινό Χριστιανικό Μουσείο καθώς και το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών αλλά και μεγαλύτεροι πολιτιστικοί οργανισμοί όπως το Βατικανό. Μια ακόμη καλή πρακτική που θα μπορούσε να ακολουθήσει η Ι.Α.Α. είναι να κοινοποιεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στους συνδρομητές της κάποιους διαγωνισμούς με ερωτήσεις που να προκαλούν την συμμετοχή τους και μέσω κλήρωσης να δίνεται κάποιο δώρο στους νικητές του διαγωνισμού. (Visser, The museum of the future, 2009).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο Θεωρητικό Μέρος της διπλωματικής εργασίας τέθηκε η εδραίωση του πολιτισμού στον κόσμο η οποία με την σειρά της αναπτύσσει πολιτιστική δράση και σηματοδοτεί την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο οργανισμός της Unesco με όλα τα συμβαλλόμενα μέλη και οι διεθνείς οργανισμοί, έχουν συνεισφέρει σημαντικά στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς με τις διεθνείς συμβάσεις και με τους μηχανισμούς ελέγχου. Τα διεθνή κείμενα που έχουν υπογραφεί από τα κράτη-μέλη περιέχουν άρθρα και διατάξεις για την εύρεση λύσεων σε ζητήματα διαφορών και συγκρούσεων. Προκειμένου να ανθίσει ο πολιτισμός της κάθε χώρας θα πρέπει να σχεδιάζεται και να εφαρμόζεται μια στρατηγική με βάση το εθνικό καλό και συμφέρον. Η Πολιτιστική Πολιτική παρέχει κοινωνικές πρακτικές για την κάλυψη των πολιτιστικών αναγκών της εκάστοτε χώρας και δημιουργεί δίκτυα για την διασφάλιση της πολιτιστικής ταυτότητας και του πολιτισμού. Τα πολιτιστικά αγαθά είναι κοινωνικό προϊόν του πραγματικού κόσμου, κατοχυρώνονται μέσω της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρουν μια πολιτιστική εμπειρία στο κοινό. Οι Πολιτισμικές Μονάδες συλλέγουν, αποθηκεύουν και διατηρούν τα πολιτιστικά αγαθά, παρέχοντας μια επικοινωνιακή, κοινωνική και εκπαιδευτική εμπειρία στους επισκέπτες. Ο σύγχρονος πολιτιστικός προγραμματισμός συμβάλλει έτσι ώστε οι Πολιτισμικές Μονάδες να σχεδιάσουν και να αναπτύξουν κατάλληλες στρατηγικές για την βιωσιμότητά τους στο μέλλον, αξιοποιώντας κατάλληλα τις ευκαιρίες και δημιουργώντας νέους στόχους, αναφορικά με την εξέλιξη της τεχνολογίας και του πολιτισμού.

Στην εποχή του 21^{ου} αιώνα που διανύουμε με την αλματώδη εξέλιξη της τεχνολογίας, τα σύγχρονα πολυμέσα και τις νέες επιστημονικές εφευρέσεις, δημιουργήθηκε το εικονικό πολιτιστικό περιβάλλον, όπου ανέκυψε και η ανάγκη της δημιουργίας της ψηφιακή πολιτιστικής κληρονομιά στον ψηφιακό κόσμο. Ο ψηφιακός πολιτισμός αποτελείται από την ψηφιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών και την πρόσβαση στην ψηφιακή κουλτούρα. Οι σύγχρονες Πολιτισμικές Μονάδες οφείλουν να βρίσκονται σε άμεση συνάφεια με την εξελισσόμενη γνώση και τις τεχνολογικές εξελίξεις, εφαρμόζοντας ανάλογο πολιτιστικό προγραμματισμό και καλές πρακτικές οι οποίες οδηγούν στην αειφόρο ανάπτυξη του πολιτισμού, της

κοινωνίας και της εκπαίδευσης. Η Unesco μέσω του νέου σχεδίου για την εκπαίδευση, υποστηρίζει την μεταγνωστική ικανότητα του ανθρώπου και την διαβίου μάθηση, διότι οι γνώσεις της θεσμοθετημένης ιεραρχημένης εκπαίδευσης δεν επαρκούν καθώς η γνώση είναι εξελισσόμενη. Αξιοποιώντας τις σύγχρονες τεχνικές του μάρκετινγκ τα μουσεία επιδιώκουν μέσα από το διαδίκτυο και τα Blogs, το Wiki, τα Podcast, τα Forums, τις κοινότητες περιεχομένου, τους συσσωρευτές περιεχομένου, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και τα Microblogging να αποκτήσουν δημοσιότητα προκειμένου να προσελκύσουν τους επισκέπτες, να δημιουργήσουν δημόσιες σχέσεις και διαδραστική επικοινωνία.

Τα Εικονικά Μουσεία αξιοποιώντας την νέα τεχνολογία, δημιουργούν ψηφιακές εκθέσεις με πολιτιστικά αγαθά. Στα εικονικά μουσεία δεν υπάρχει αριθμητικός περιορισμός επισκεπτών οι οποίοι συνήθως έχουν ελεύθερη πρόσβαση και μπορούν να πληροφορηθούν και να ψυχαγωγηθούν από την άνεση του σπιτιού τους. Οι επισκέπτες μόνο με την σύνδεση τους στο διαδίκτυο μπορούν να ταξιδέψουν νοερά, να πληροφορηθούν και να διασκεδάσουν με τις εικόνες, τα βίντεο υψηλής ανάλυσης, τις διαδραστικές και εκπαιδευτικές εφαρμογές και τα σύγχρονα πολυμέσα που προσφέρουν τα εικονικά μουσεία. Στην εποχή της πανδημίας λόγω του Covid-19 όπου οι κυβερνήσεις, κατόπιν συμφωνίας με τους επιστήμονες υγείας, επέβαλλαν καθολικά lockdown για τον περιορισμό του ιού, τα εικονικά μουσεία υπήρξαν επιλογή των περισσότερων ανθρώπων, καθώς μπορούσαν σε πραγματικό χρόνο να βιώσουν μια νέα μουσειακή εμπειρία και να ψυχαγωγηθούν, από ένα μουσείο που βρίσκεται σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου ή δεν είναι πραγματικό, ανάλογα με τον τύπο του εικονικού μουσείου. Ο εναλλακτικός τουρισμός στην εποχή της πανδημίας αξιοποιείται από τις πολιτισμικές μονάδες μέσα από το διαδίκτυο, τις νέες τεχνολογίες και μέσα από τους ιστότοπους που διαθέτουν στο διαδίκτυο, προσφέροντας ποικίλλες δραστηριότητες.

Στο Β' μέρος αναλύεται μέσα από την διαδικτυακή έρευνα, η συνδρομή της Ψηφιακής Τεχνολογίας στην διάδοση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Η Χριστιανική παράδοση έχει κερδίσει τη διαχρονικότητα και έχει παραμείνει αναλλοίωτη στο χρόνο. Το Εικονικό Μουσείο της Ι.Α.Α αποτελεί δημιουργία ενός φανταστικού χώρου με εκθέματα πραγματικής ύπαρξης. Επιπρόσθετα, επιλέχθηκαν κάποιοι Ελληνικοί πολιτιστικοί οργανισμοί, λόγω της συνδρομή τους στον ψηφιακό

πολιτισμό καθώς χρησιμοποιούν διαδραστικές εφαρμογές, ψηφιακά εκπαιδευτικά προγράμματα και εικονικές περιηγήσεις στα μουσεία. Είναι σημαντικό όλα τα μουσεία να διαθέτουν κάποιο Εικονικό Μουσείο ή την εφαρμογή της Εικονικής Περιήγησης, γιατί με αυτόν τον τρόπο προωθούν τον πολιτισμό, καθώς ενδυναμώνεται η σχέση και η επικοινωνία τους με το κοινό. Επιπλέον, τα εικονικά μουσεία ενισχύουν τον πολιτιστικό τουρισμό, δίνοντας την ευκαιρία στους τουρίστες να μελετήσουν μέσω του εικονικού μουσείου την ιστορία του τόπου όπου πρόκειται να επισκεφτούν. Σκοπός της έρευνας ήταν η δημιουργία ενός συγκριτικού πλαισίου, όπου αναδεικνύεται συγκριτικά η χρήση της νέας ψηφιακής τεχνολογίας στους πολιτιστικούς οργανισμούς. Επίσης μέσα από το συγκριτικό πλαίσιο αναδεικνύεται η θέση του Διαδικτυακού μουσείου της I.A.A. στο ευρύ πολιτιστικό γίγνεσθαι. Τέλος, μέσα από την μελέτη του ψηφιακού περιβαλλοντος του Βατικανού, βλέπουμε την χρησιμότητα της ψηφιοποίησης των πολιτιστικών αγαθών και μνημείων για την προβολή στο παγκόσμιο κοινό. Μέσω της ψηφιακής περιήγησης δίνεται η δυνατότητα σε όλους τους ανθρώπους, από κάθε μέρος του κόσμου να επισκεφθούν το μουσείο, καταρρίπτοντας τις αποστάσεις. Επίσης, οι άνθρωποι με κινητικές δυσκολίες μπορούν μέσω της αξιοποίησης των ψηφιακών αγαθών, να πραγματοποιήσουν, όποτε το επιθυμούν μια επίσκεψη. Μια χρονιά σαν αυτή που διανύουμε με όλες τις δυσκολίες που έχουν παρουσιαστεί λόγω του κορονοϊού, ανοίγονται νέες ευκαιρίες για όλους τους πολιτιστικούς οργανισμούς όπου μέσω της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών οι επισκέπτες να έχουν πάντα την δυνατότητα να “περιηγηθούν” μέσα στο μουσείο χωρίς εμπόδια.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Ελληνόγλωσση

- Βέλιος Α., (2007), «Η διατήρηση της ψηφιακής κληρονομιάς και ο ρόλος του συντηρητή». *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 103. σελ. 102-106
- Βεροπουλίδου R., (2008), «Αξιολόγηση και χρήση των σπουδαστών του Μουσείου Βυζαντινού Πολιτισμού». *Η Τεχνολογία στην έρευνα της Πολιτισμικής Κληρονομιάς*, σελ. 323-334
- Γκαντζιάς Γ., (2008), «Στρατηγικές στο τοπίο των πολιτιστικών οργανισμών στην κοινωνία των πληροφοριών και της γνώσης», Εναλλακτικό Διδακτικό Υλικό, Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Γκαντζιάς Γ., (2020), «Πολιτιστική πολιτική, χορηγία και εταιρική κοινωνική ευθύνη ψηφιακός μετασχηματισμός, διοίκηση και οικονομία του πολιτισμού». Αθήνα. Παπασωτηρίου.
- Γκαντζιάς Γ. και Κορρές Γ., (2011), «Οικονομία του πολιτισμού. Πολιτιστική οικονομία και χορηγίες: Οικονομική διαχείριση και ανάπτυξη πολιτισμικών μονάδων», Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Γκαντζιάς Γ., (2007), Ο Πολιτισμός στην Ψηφιο-Επικοινωνιακή Παγκοσμιοποίηση, Πολιτιστικές δραστηριότητες, Γενικό (Δημόσιο) Συμφέρον και Νέες Τεχνολογίες, Πρακτικά 13ου συνεδρίου, Εφαρμογών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, σελ. 1-12
- Γκαζή Α., (2003), «Συλλογές και μουσεία στον Ελλαδικό χώρο από την Αρχαιότητα έως τις ημέρες μας. Τόμος Γ», Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Γκαζή Α., (1999), «Από τις Μούσες στο Μουσείο. Η σχολή θεσμού διάμεσου των αιώνων». *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 103. σελ. 39-46
- Γκαζή Α., (2004), «Μουσεία για τον 21ο αιώνα», *Τετράδιο Μουσειολογίας Ι*, σελ 3-12
- Γλύτση Ε., Ζαφειράκου Α., Κακούρου-Χρόνη Γ., Πικοπούλου-Τσολάκη Δ., (2002), «Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων», Πολιτισμός και Εκπαίδευση, Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

- Γλύκατζη-Arweiler E., (2001), «*Νέες μορφές μουσείων και παιδεία. Η Μουσειολογία στον 21^ο αιώνα, θεωρία και πράξη*», Θεσσαλονίκη. Εντευκτηρίου
- Γραμματικάκη -Αλεξίου Α., (2002), «*Διεθνής Διακίνηση Πολιτιστικών Αγαθών στο Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο*», Αθήνα – Θεσσαλονίκη. Σάκκουλα.
- Δάλλας Κ., (2003), «*Εναισθητοποίηση και συμμετοχή του κοινού*», στο Αθανασοπούλου, Α., Δάλλας, Κ., Μακρή Α., Χαμπούρη - Ιωαννίδου, Α., «*Πολιτιστική επικοινωνία. Μέσα επικοινωνίας*», Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Δασκαλοπούλου Σ., και Μπούνια Α., (2008), «*Ψηφιακός πολιτισμός και «Εικονικά Μουσεία» Έννοιες, Τάσεις, Προκλήσεις*», στο Ι. Λυριτζής (επιμ) «*Νέες Τεχνολογίες στις Αρχαιογνωστικές Επιστήμες*», Αθήνα, σελ.29-52
- Κάβουρα, Α. (2016). «*Επικοινωνία και Διαφήμιση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης*», Αθήνα, Διόνικος.
- Κατσελάκη Α., (1996), «*Εκπαιδευτικά προγράμματα στο βυζαντινό μουσείο. βασικές αρχές οργάνωσης και λειτουργίας. Ο εκπαιδευτικός ρόλος του μουσείου*», Πρακτικά εργασιών συνεδρίου, Θεσσαλονίκη, Τεχνικό μουσείο Θεσσαλονίκης, σελ.45-65
- Κιλπίρης Φ., (2006), «*Αειφόρος Τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία- Ταξιδιωτικά γραφεία)*». Τμήμα εφαρμοσμένης πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
- Κόνσολα Ν., (1995), «*Διεθνής Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς*», Αθήνα. Παπαζήσης.
- Κόνσολα Ν., (2006), «*Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική*», Αθήνα: Παπαζήσης
- Κομίλης Π., (2001), «*Οικοτουρισμός, Η εναλλακτική Προοπτική Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης*», Αθήνα. Προπομπός .
- Κοσκινά-Γλύτση Α., (1992), «*Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση*», Πάτρα. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Κωνσταντάκης, Μ., Μιχαλάκης, Κ., Αλιπράντης, Ι., Καλαθά, Ε., Μωραΐτου, Ε., & Καρυδάκης, Γ. (2017), Από τα δεδομένα στον χρήστη «*Τεχνολογίες Αναπαράστασης και Τεχνικές Ανάδειξης της Ψηφιακής Πολιτιστικής*

- Κληρονομιάς και Προσεγγίσεις Μοντελοποίηση, Επαύξησης, Βελτιστοποίησης και Αξιολόγησης της Πολιτισμικής Εμπειρίας του Χρήστη», Στο Κ. Σκριάπας (επιμ). 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, 2017, σελ. 298-307
- Λιαράκου Γ. και Φλογαίτη Ε., (2007), «Από την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση στην Εκπαίδευση για την Αειφόρο Ανάπτυξη: Προβληματισμοί, Τάσεις και Προτάσεις», Αθήνα. Νήσος
 - Λαγογιάννη-Γεωργακαράκου Μ., (2016), «Εθνικό αρχαιολογικό μουσείο 1866-2016 δραστηριότητες και συνεργίες στην Αθήνα για μια μεγάλη ετήσια». Αθήνα, *Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο*, σελ.1-21
 - Μαγουλά Ε. και Μαγουλάς Γ., (2019), «Γλωσσολογία και Ελληνική γλώσσα», Αθήνα, Πεδίο
 - Μοίρα-Μυλωνοπούλου Π., (2009), «Θρησκευτικός Τουρισμός», Αθήνα. Interbooks.
 - Μπαντιμαρούδης Φ., (2011), «Πολιτιστική Επικοινωνία, Οργανισμοί, Θεωρίες, Μέσα», Αθήνα. Κριτική.
 - Μπιτσάνη Ε., (2004), «Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη. Σχεδιασμός πολιτιστικής πολιτικής και πολιτιστικού προϊόντος», Αθήνα, Διόνικος
 - Μπιτσάνη Ε., (2006), «Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων ζητήματα διοικητικής και οργανωσιακής συμπεριφοράς», Αθήνα. Διόνικος
 - Μπούνια Α., (2004), «Τα πολυμέσα ως ερμηνευτικά εργαλεία στα ελληνικά μουσεία: γενικές αρχές και προβληματισμοί», Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Πρώτο Διεθνές συμβούλιο Μουσειολογίας, Μυτιλήνη, σελ.17-27
 - Μπέρδος, Α.Φ., (2017), Ανάδειξη της Πολιτιστικής Κληρονομιάς μέσω Ψηφιοποίησης, μελέτη περιπτώσεων, εμπόδια και προοπτικές, Στο Κ. Σκριάπας (επιμ.) 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς, 2017, σελ. 420-425.
 - Μπουραντάς Δ., (2002), «Μάνατζμεντ: Θεωρητικό Υπόβαθρο. Σύγχρονες Πρακτικές», Αθήνα. Μπένου.
 - Μπούρας Χ., (2002), «Μαθήματα Ιστορίας της Αρχιτεκτονικής», Θεσσαλονίκη: Πανεπιστημιακές εκδόσεις ΑΠΘ

- Νάκου Ε., (2001), «Μουσεία: Εμείς, τα Πράγματα και ο Πολιτισμός», Αθήνα. Νήσος.
- Νάκου Ε., (2002), «Το Επιστημολογικό Υπόβαθρο της Σχέσης Μουσείου, Εκπαίδευσης, Ιστορίας», Στο «Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις στη Μουσειακή Αγωγή», Αθήνα. Μεταίχμιο.
- Νικονάνου Ν., (2010), «Μουσειοπαιδαγωγική. Από τη θεωρία στην πράξη», Πατάκης. Αθήνα.
- Νικονάνου Ν., (2012), «Μουσειοπαιδαγωγική: Από τη θεωρία στην πράξη», Αθήνα. Πατάκης.
- Νικονάνου Ν., Μπούνια Α., Φιλιπποπολίτη Α., Χουρμουζιάδη Α. και Γιαννούτσου Ν., (2015), «Μουσειακή Μάθηση και Εμπειρία στον 21ο αιώνα», Αθήνα, Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών,
- Οικονόμου Μ., (2003), «Μουσείο: αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός; Μουσειολογικοί προβληματισμοί και ζητήματα», Αθήνα. Κριτική.
- Οικονόμου Μ., (2004), «Νέες Τεχνολογίες και Μουσεία: εργαλείο, τροχοπέδη ή συρμός». *Museology: Διεθνές Επιστημονικό ηλεκτρονικό περιοδικό, Issue 1, Τμήμα Πολιτιστικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας. Πανεπιστήμιο Αιγαίου*, σελ.1-14
- Παπαδημητρίου Σ., (2015), «Μέσα Επικοινωνίας και Μάθηση: η Ελληνική Περίπτωση», Διεθνές Συνέδριο για την Ανοικτή & εξ' αποστάσεως Εκπαίδευση, Αθήνα, σελ.149-163
- Πασχαλίδης Γ. & Χαμπούρη-Ιωαννίδου Α., (2002), «Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φαινομένων, Εισαγωγή στον πολιτισμό», Τόμος Α. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Παπαϊωάννου Γ., (2010), «Αρχαιολογία και ανάδειξη πολιτισμικού αγαθού: από την ανασκαφή στο κοινό και στον ψηφιακό κόσμο». Λευκωσία. Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.
- Πούλιος Ι., Αλιβιζάτου Μ., Αραμπατζής Γ., Γιαννακίδης Α., Ν. Καραχάλης Ν., Μάσχα Ε., Μούλιου Μ., Παπαδάκη Μ., Προσύλης Χ., Τουλούπα Σ., (2015), «Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη», Αθήνα. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

- Ρούκουνας Ε., (1997), «*Διεθνές Δίκαιο*», Αθήνα – Κομοτηνή: Σάκκουλα.
- Ρούσσου Μ., (2006), «*Οι τάσεις στο χώρο των νέων τεχνολογιών για την έρευνα και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς*», Στο «*Μουσεία και νέες τεχνολογίες*», Τετράδια Μουσειολογίας, σελ.56-61
- Ρούσσου Μ., (2008), «Ο Ρόλος της Διαδραστικότητας στη διαμόρφωση της Άτυπης Εκπαιδευτικής Εμπειρίας». University College London, Μ. Βρετανία, σελ.1-12
- Σηφάκη Ε. και Σηφάκης, Γ., (2007), «Πολιτιστικό Μάρκετινγκ και νέες τεχνολογίες στην υπηρεσία των πολιτιστικών οργανισμών». *Πρακτικά του Πανελλήνιου Συνεδρίου Νέες Τεχνολογίες και Μάρκετινγκ, ΤΕΙ Κρήτης* Ιεράπετρα, σελ. 261-265
- Σηφάκη Ε. και Χατζημαρκάκη Δ., (2020), «Τα εκπαιδευτικά προγράμματα ως μέσο επικοινωνίας του μουσείου με το μαθητικό κοινό. Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή της σχολικής κοινότητας στο χώρο του μουσείου», *10^ο Συνέδριο για την ανοικτή & εξ'αποστάσεως εκπαίδευση, Τόμος 3, Μέρος Α*, Αθήνα., σελ. 152-165
- Τζιαφέρη Σ., (2005), «*Το σύγχρονο μουσείο στην Ελληνική Εκπαίδευση μέσα από το παράδειγμα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων*», Αφοί Κυριακίδη Α.Ε.. Θεσσαλονίκη.
- Τσιβάκου Ι., (2003), «*Τα ενέλικτα όρια των κοινωνικών συστημάτων*», Αθήνα: Καστανιώτη
- Φωκίδης Ε., και Καϊμάρα Π., (2020), «Απόψεις των μελλοντικών εκπαιδευτικών για τα ψηφιακά εκπαιδευτικά παιχνίδια», *Θέματα Επιστημών και Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση, Τόμος 13, Αρ 1/2.* , σελ 83-95
- Χριστοφίλοπουλος Δ., (2005), «*Προστασία Πολιτιστικών Αγαθών*», Αθήνα: Σάκκουλα.
- Ψύλλα Μ., (1992), «Η Επικοινωνία ως κινητήρια δύναμη της πολιτιστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον: μια πρόταση», *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών, Τόμος Β, τεύχος 9*, σελ. 207-213

Ξενόγλωσση

- Aikawa N., (2018), «Historical Overview of the Preparation of the UNESCO International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage», *Taylor and Francis Online*, Vol 56, Issue 1-2, pp/ 137-149
- Anderson, M.L., (1999), «Museums of the Future: The Impact of Technology on Museum Practices», *Daedalus*, Vol. 128, No. 3, pp 129-162
- Adams M. & Moussouri T., (2002), *The Interactive Experience: Linking Research and Practice*. In Proc. International Conference on Interactive Learning in Museums of Art and Design, London, UK, Victoria and Albert Museum.
- Akker C. & Legêne S., (2016), *Museums in a Digital Culture*. Amsterdam University Press.
- Alvarez D., (2011), «*The Pope's Soldiers: A Military History of the Modern Vatican*», University Press of Kansas.
- Alivizatou M., (2007), «The unesco programme for the proclamation of masterpieces of the oral and intangible heritage of humanity: a critical examination», *Journal of Museum Ethnography*, No.19, pp. 34-42
- Arnoult, J.M., (2003), «Assessment of Iraqi cultural heritage Libraries and archives», *UNESCO Contract Iraq*, pp. 1-27
- Ansbacher T., (1999), «Experience, Inquiry, and Making Meaning». *Exhibitionist*, Vol. 18, No. 2, pp. 22-26
- Anton M., Nicolae G., Moldoveanu A., Balan O., (2018), «Virtual museums technologies, opportunities and perspectives», *Revista Romana de Interactiune Om-Calculator*, Vol. 11, Iss. 2, pp. 127-144
- Barton J., (2005), «Digital libraries, virtual museums: Same difference?», *Library Review*, Vol. 54, No.3, pp. 149-154
- Belzen J.A., (2004), «Spirituality, Culture and Mental Health: Prospects and Risks for Contemporary Psychology of Religion», *Journal of Religion and Health*, Vol. 43, No. 4, pp. 291-316
- Bignamini L., (1998), «Review: Museo Chiaramonti», *The Journal of Hellenic Studies*, Vol. 118, pp. 198-204

- Boggs, J.P., (2004), «The Culture Concept as Theory, in Context», *Current Anthropology*, Vol. 45, No. 2, pp. 187-209
- Bowen J., Bennet J. & Johnson J., (2010), «Virtual visits to virtual museums», *Museum and the web 1998*, pp. 1-24
- Binkley T., (1997), «The Vitality of Digital Creation», *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 55, No. 2, pp. 107-116
- Blake, J., (2002), «On Defining the Cultural Heritage». *The International and Comparative Law Quarterly*, Vol. 49, No. 1, pp 61-85
- Brown K. & Mairesse F., (2018), «The definition of the museum through its social role», *Curator The Museum Journal*, Vol. 61, No. 2, pp. 1-15
- Baran S., & Davis D., (2008), *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*, Boston: Cengage Learning.
- Balshaw M. & Merriman N., (2008), «Ηγεσία μουσείων βασισμένη στις αξίες», *Τετράδια Μουσειολογίας*, pp. 33-38
- Borowiecki K.J., Forbes N. & Fresa A., (2016), *Cultural Heritage in a Changing World*. Springer Open.
- Brynjolfsson E., McAfee A. & Spence S., (2014), «New World Order: Labor, Capital, and Ideas in the Power Law Economy», *Foreign Affairs*, Vol. 93, No.4, pp. 44-48, 49-53
- Burton C. & Scott C., (2003), «Museums: Challenges for the 21st Century», *International Journal of Arts Management*, Vol. 5, No. 2, pp. 56-68
- Carrozzino M., & Bergamasco M., (2010), «Beyond virtual museums: Experiencing immersive virtual reality in real museums», *Journal of Cultural Heritage*, Vol. 11, Issue.4, pp. 452-458
- Calderon M.J., (1990), «Museums and communication», *Philippine Quarterly of Culture and Society*, Vol. 18, No.2, pp. 137-140
- Cleere, H., (2000), «The World Heritage Convention As a Medium for Promoting the Industrial Heritage». *The Journal of the Society for Industrial Archeology*, Vol. 26, No. 2, pp. 31-42

- Clerkin C.C.& Taylor B.L.,(2021), «Online Encounters with Museum Antiquities», *Interdepartmental Program in Classical Art and Archaeology*, Vol. 125, No.1, pp. 165-175
- Coombes A.E., (1988), «Museums and the Formation of National and Cultural Identities», *Oxford Art Journal*, Vol. 11, No.2, pp. 57-68
- Craik J.,(2007), *Re-Visioning Arts and Cultural Policy: Current Impasses and Future Directions*. Australia and New Zealand School of Government (Anzsog).ANU Press.
- DiMaggio P., (2011), *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. London. Sage.
- Desvallées A., & Mairesse F., (2010), «Βασικές Έννοιες της Μουσειολογίας» ICOM-Ελληνικό Τμήμα 2014.
- Darwich M., (2018), «The Saudi Intervention in Yemen», *Insight Turkey*, Vol. 20, No. 2, pp. 125-142
- Daria, H. (2017), «Museum of the Future Insights and reflections from 10 international museums», *Mu.SA: Museum Sector Alliance*, pp. 2-25
- Deliyiannis I., & Papaioannou G., (2014), «Augmented reality for archaeological environments on mobile devices: a novel open framework». *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, Vol. 14, No. 4, pp. 1-10
- Di Cicco C., (2020), [Intervista esclusiva] Barbara Jatta, la prima donna in 5 secoli a guidare i Musei Vaticani:«Danni economici della pandemia. Ecco come reagiremo», *Riparte L' Italia*, pp. 1-7
- Drezner W.D., (2004), «The Global Governance of the Internet: Bringing the State Back In», *Political Science Quarterly*, Vol. 119, No. 3, pp. 477-498
- Economou M., & Pujol Tost P., (2008), «Educational tool or expensive toy? evaluating vr evaluation and its relevance for virtual heritage», *New Heritage: New Media and Cultural Heritage*, pp. 242-260
- Economou M., (2008), «A World of Interactive Exhibits (eds) Museum Informatics», *Routledge Studies in Library & Informat. Science*, pp 137-156
- Fennell D.A., (1999), *Ecotourism: An Introduction*. USA and Canada. eBook-Routledge
- Fiske J., (2010), «Εισαγωγή στην Επικοινωνία», Αθήνα. Αιγόκερως.

- Fulford R., (1996), *Curators in cyberspace*. Canadian Art.
- Griffin D., & Abraham M., (2007), *Effective museum management: Overall leadership and visitor-centered public planning*. At the Museum of Management and Marketing, publications. R. Sandell, RR Janes. London: Routledge
- Foster M.D., (2015), «UNESCO on the Ground», *Journal of Folklore Research*, Vol. 52, No. 2-3, pp. 143-156
- Friedman A.J., (1983), «The New Technologies and Museum Education», *Roundtable Reports*, Vol.8, No.5, pp. 12-14
- Gazi, A. (2011), «National Museums in Greece: History, Ideology, Narratives», *Building National Museums in Europe 1750-2010*. Conference from EuNaMus, European National Museums: Identity Politics, the uses of the past and the European Citizen, Bologna, pp. 363-399
- Ghiani G, Paterno F, Santoro K, Spano L.D., (2008), «Enhancing Mobile Museum Guides with Public Displays», *ISTI-CNR*, pp. 1-6
- Granato J., Inglehart R. & David Leblang D., (1996), «The Effect of Cultural Values on Economic Development: Theory, Hypotheses, and Some Empirical Tests», *American Journal of Political Science*, Vol.40, No.3, pp. 607-631
- Greenwood C., (1992), «New World Order or Old? The Invasion of Kuwait and the Rule of Law», *The Modern Law Review*, Vol. 55, No.2, pp. 153-178
- Griffin D., (2008), «Advancing museums», *Taylor and Francis Online*, Vol. 23, Issue 1, pp. 43-61
- Guerra J.P., Pinto M.M. & Beato C., (2015), «Virtual reality - shows a new vision for tourism and heritage», *European Scientific Journal*, Vol. 11, No.9, pp. 49-54
- Henning M., (2007), «New Media», *In book: A Companion to Museum Studies*, pp. 302-318
- Hennessy K., (2009), «Virtual Repatriation and Digital Cultural Heritage», *Anthropology News*, Vol. 50, Issue 4, pp. 5-6
- Hiroshi, D. (1998), *Museum International: fiftieth anniversary issue*, Paris, Blackwell.
- Huber K.A., & Johnson A., (2005), *Planning and Managing Museum Programs and Special Events*. Plymouth: Altamira Press.

- Hobsbawn E., (1996), “Language, Culture, and National Identity”, Social Research, *The Johns Hopkins University Press*. Vol.63, No 4, pp. 1065-1080
- Hodder, I., (2010), “Cultural Heritage Rights: From Ownership and Descent to Justice and Well-being”. *Anthropological Quarterly*. Vol. 83, No. 4, pp 861-882
- Holtgrewe U., (2014), «Invited Commentary. New technologies: the future and the present of work in information and communication technology», *Wiley Online Library*, Volume 29. Issue 1, pp. 9-24
- Hoof, F. & Boell S.K., (2019), «Culture, technology, and process in ‘media theories’: Toward a shift in the understanding of media in organizational research», *Special Issue Article*, Vol. 26, No.5, pp. 636-654
- International Legal Materials, (1975), «United nations: program of action of the world food conference», *International Legal Materials*, Vol. 14, No.1, pp. 266-296
- Jensen K. B., (2013), *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*, New York. Routledge.
- Johnson P., & Thomas B., (1991), *Museums: An Economic Perspective. At the Museum of Finance and the Community*, ed. SM Pearce. London: Athlone Press.
- Jones J. & Christal M., (2002), *The future of virtual museums on –line, immersive, 3D environments*, Created Realities Group.
- Kiernan B., (1989), «The American Bombardment of Kampuchea, 1969-1973», *Vietnam Generation*, Vol.1, No.3, pp. 5-41
- Khalidi L., (2017), «The Destruction of Yemen and Its Cultural Heritage», *International Journal of Middle East Studies*, Vol.49, Iss.4, pp. 735-738
- Kolb A. & Kolb D., (2005), «Learning Styles and Learning Spaces: Enhancing Experiential Learning in Higher Education», *Academy of Management Learning & Education*, Vol.4, No.2, pp. 193-212
- Kelly L., (2006), *Measuring the impact of museums on their communities: The role of the 21st century museum*, Taipei: INTERCOM
- Kotler N., Kotler P. & Kotler W., (2008), *Museum marketing and strategy. Designing missions, building audiences, generating revenues and resources*. San Francisco: Jossey- Bass.

- Lenihan A.C., McGuirk H. & McAleer J., (2018), *Composite SWOT Analysis of all Partner Territories*, Ireland, Cork Institute of Technology.
- Lewis P., (1994), *Museum and Marketing*, London, Routledge
- Luhmair N., (2003), «*Η πραγματικότητα των μέσων μαζικής επικοινωνίας*». Αθήνα. Μεταίχμιο.
- Lan Y-J., Gupta K. C-L., Huang T-Y., Chelliah S. & Spector J.M., (2021), «Organizing and Hosting Virtual PPTELL 2020 During the COVID 19 Pandemic», *Educational Technology & Society*, Vol. 24, No.1, pp. 64-74
- Larceneux C., Caro F., & Anne Krebs A., (2016), «The Reaction of Visitors to Contemporary Art in a Classical Art Institution: A Louvre Museum Case Study». *International Journal of Arts Management*, Vol. 18, No.2, pp. 4-13
- Lepouras G. & Vassilakis C., (2005), «Virtual museums for all: employing game technology for edutainment», *Virtual Reality*, Vol. 8, pp. 96-106
- Lisney E., Bowen J. P., Hearn K. & Maria Zedda M., (2013), «Museums and Technology: Being Inclusive Helps Accessibility for All», *Curator The Museum Journal*, Vol. 56, Iss.3, pp. 353-361
- Mayfield A., (2011), «A commander's Strategy for Social Media», *NDUpress*, Issue 60, pp. 79-83
- McDonald G., (2004), «Selling the American Dream: MoMA, Industrial Design and Post-War France», *Journal of Design History*, Vol. 17, No.4, pp. 397-412
- McLean F. C., (1993), «Marketing in museums: A contextual analysis», *Museum Management and Curatorship*, Vol. 12, Issue 1, pp. 11-27
- Martens K., (2010), «Non-governmental Organisations as Corporatist Mediator? An Analysis of NGOs in the UNESCO System», *Global Society*, Vol. 15, Issue 4, pp. 387-404
- Mormina M., (2018), «Science, Technology and Innovation as Social Goods for Development: Rethinking Research Capacity Building from Sen's Capabilities Approach». *Science and Engineering Ethics*, 25, 671-692
- McKay M., (1981), «Historians, Anthropology, and the Concept of Culture», *Labour/Le Travail*, Vol. 8/9, pp. 185-241
- Medic S. & Pavlovic N., (2014), «Mobile technologies in museum exhibitions», *Turizam*, Vol. 18. Iss.4, pp. 166-174

- Meron T., (2006), *The Humanization of International Law. The hague academy of international law monographs*. Boston. Martinus Nijhoff publishers Leiden.
- Meskell L. & Isakhan B., (2020), «UNESCO, world heritage and the gridlock over Yemen», *Third World Quarterly*, Vol. 41, Issue 10, pp. 1776-1791
- Mosier W., Elhadary T., Elhaty A. I., & Safaei M., (2020), «Crisis Management and The Impact of Pandemics on Religious Tourism», *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol.8, Issue 7, pp 1-16
- Malraux A., (1954), *The voices of silence*. England. Secker & Warburg.
- McKenzie J., (1997), *Building a Virtual Museum Community*. In: Bearman, D. & Trant, J. (eds). *Museums and the Web*, Selected papers from Museums and the Web 97. Pittsburgh: Archives & Museum Informatics.
- Mróz F., (2021), «The Impact of COVID-19 on Pilgrimages and Religious Tourism in Europe During the First Six Months of the Pandemic», *Journal of Religion and Health*, Vol. 60, pp. 625-645
- Munjeri, D., (2018), «Tangible and Intangible Heritage: from difference to convergence», *Defining the Intangible Cultural Heritage*, Vol. 56, pp. 12-20
- Miller K.R., (1986), «IUCN–The World Conservation Union», *Environmental Conservation*, Vol. 13, No.4, pp. 287-289
- Miltiadou M., (2012), «The loss of a civilization. Destruction of cultural heritage in occupied Cyprus», *The loss of Civilization*, pp. 1-36
- Navarrete T., (2013), «Chapter 12: Digital cultural heritage», *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*, pp. 251-271
- Oyelude A.A., (2018), «Virtual reality (VR) and augmented reality (AR) in libraries and museums», *Library Hi Tech News*, Vol. 35, No. 5, pp. 1-4
- Oyer III, H. E., (1999), «The 1954 Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict-Is It Working-A Case Study: The Persian Gulf War Experience», *Heinoline*, pp. 49
- Owens T., (2013), «Digital Cultural Heritage and the Crowd», *Wiley Online Library*, Vol. 56, Issue.1, pp. 121-130
- Papazarkadas, N. (2014), «Two New Epigrams from Thebes», *The Epigraphy and History of Boeotia*, Vol. 4, pp. 223-251

- Paleczny T., (2008), “Cultural identity: a sociological analysis of the phenomenon”. *Politeja . Księgarnia Akademicka*, No10/1, pp. 353-372
- Patias P., Chrysantou Y., Sylaiou S., Georgiadis Ch., Michail D., M., Stylianidis S. (2008), «The development of an e-museum for contemporary arts». Conference on Virtual Systems and Multimedia, pp.1-7
- Payne E.M., (2013), «Imaging Techniques in Conservation», *Journal of Conservation and Museum Studies*, Vol. 10, Issue. 2, pp. 17-29
- Pearson C., & Keene S., (2017), *Museums in the Second World War Curators*, Culture and Change. Routledge.
- Pehn G., (1999), *Networking Culture: The Role of European Cultural Networks*. Council of Europe.
- Piacente M., (1996), *Surfs Up: Museums and the World Wide Web*. Research paper, Master of Museum studies program, University of Toronto.
- Prott L.V., (2012), *Strengths and Weaknesses of the 1970 Convention: An Evaluation 40 Years After its Adoption*, Unesco, Second Edition.
- Phillip W. Jones P.W., (1990), «Unesco and the Politics of Global Literacy», *Comparative Education Review*, Vol. 34, No.1, pp. 41-60
- Rentschler R. & Gilmore A., (2002), «Museums: Discovering Services Marketing», *International Journal of Arts Management*, Vol. 5, No. 1, pp. 62-72
- Raj R. & Griffin A. K., (2020), «Reflecting on the Impact of COVID-19 on Religious Tourism and Pilgrimage», *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol. 8, No. 2, pp. 1-9
- Rayward W. B., & Twidale M., (1999), «From Docent to Cyberdocent: Education and Guidance in the Virtual Museum», *Archives and Museum Informatics*, Vol. 13, No. 1, pp. 23-53
- Richani E., Papaioannou G., Banou C., (2016), «Emerging opportunities: the internet, marketing and museums», *MATEC Web of Conferences*, Vol. 76, pp. 1-5
- Roudometof, V., (2011), «Ο Ανατολικός Ορθόδοξος Χριστιανισμός και οι χρήσεις του παρελθόντος στη Σύγχρονη Ελλάδα», *Religions*, Vol.2, No.2, pp. 95-113.

- Rosa C., (2015), «Preserving New Media: Educating Public Audiences through Museum Websites», *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, Vol. 34, No.1 , pp. 181-191
- Rao, B., (2001), *Education for the 21st Century*. In New Delhi. Discovery Publishing House.
- Saluveera E., Raunb J., Margus M., Jaanus L., Altin L., Kroon J., Snitsarenkoc T., Aasa A., Silm S., (2020), «Methodological framework for producing national tourism statistics from mobile positioning data», *Annals of tourism Research*, Vol. 81, pp. 1-13
- Sassatelli M., (2007), «The Arts, the State, and the EU: Cultural Policy in the Making of Europe», *Social Analysis: The International Journal of Anthropology*, Vol.41, No.1, pp. 28-41
- Sandel R., & Janes R.R., (2007), *Museum Management and Marketing*. New York. Routledge.
- Siegel J., (2008), *The emergence of the modern museum: An anthology of 19th century sources*. Oxford University Press.
- Schroeder R., (2018), *Social Theory after the Internet: Media, Technology, and Globalization*. UCL Press.
- Strobl M.L., Friedrich T. & Schipper T.F, (2010), *The roerich pact and the military*. International Centre of the Roerichs
- Scamantzari, M. & Georgopoulos, A., (2016), «3D Visualization for virtual museum development. International Archives of the Photogrammetry», *Remote Sensing and Spatial Information Sciences-ISPRS Archives*, 41(July), pp. 961-968.
- Sefton-Green J., (2006), «Youth, Technology, and Media Cultures», *Review of Research in Education*, Vol. 30, pp. 279-306
- Şevketoğlu M., Tuncel R. & Vasif Sahoglu V., (2015), «Protecting the Cultural Heritage of Cyprus», *Journal of Eastern Mediterranean Archaeology & Heritage Studies*, Vol.3, No.3, pp. 141-148
- Schweibenz W., (1998), «The Virtual Museum», *New Perspectives For Museums to Present Objects and Information Using the Internet as a Knowledge Base and Communication System*, University of Saarland, Germany, pp. 185-199

- Schweinbenz, W., (2004), «The Development of Virtual Museums», *ICOM News* No.3, pp. 3
- Srinivasan R., Boast R., Furner J., & Becva K., (2019), «Digital Museums and Diverse Cultural Knowledges: Moving Past the Traditional Catalog», *The Information Society*, Vol. 25, Issue 4, pp. 265-278
- Spring J., (2008), «Research on Globalization and Education». *Review of Educational Research*. Vol. 78, No.2, pp. 330-363
- Sylaiou S., Liarokapis F., Kotsakis K., Patias P., (2009), «Virtual museums, a survey and some issues for consideration», *Journal of Cultural Heritage*, Vol.10, Iss.4, pp. 520-528
- Sylaiou S., Karoulis A., Stavropoulos Y., Petros Patias P., (2008), «Presence-Centered Assessment of Virtual Museums Technologies». *Journal of Library and Information Technology*, Vp:/ 28, No. 4, pp. 55-62
- Suay A., (2017), «World Heritage and the role of museums», *ICOM*, Vol. 83, pp 63-92
- Trent J., Schnurr, L., (2018), « Chapter 1 Evolving International Organizations: the UN Past and Present», *A United Nations Renaissance: What the UN is, and what it could be*, pp. 22-55
- Thomson C.A., (1946), «The Role of Government in UNESCO», *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 90, No. 4, pp. 300-303
- Tsihrizis D. & Gibbs S., (1991), «Virtual Museums and Virtual Realities, Proceedings of International Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums», *Art and Design Review*, Vol. 3, No. 4, pp. 17-25
- Tsilipakou, A., (2013), «Education and Culture in the era of New Technologies. Museum of Byzantine Culture of Thessaloniki», *Acta of Symposium: new technologies in service to our knowledge of antiquity*, pp.9-15
- Thompson J., (1999), «Νεωτερικότητα και μέσα επικοινωνίας», Αθήνα. Παπαζήσης
- Tobelem J.M., (1997), *The Marketing approach in Museums*. Great Britain, Museum Management and Curatorship.
- University of Leicester, (2018), « Museological Review: Museums of the Future», *School of Museum Studies*, Issue 22, pp. 4-68

- Unesco,(1970), Operational Guidelines for the Implementation of the Convention of the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property, Paris, pp. 3-133
- «Unesco convention for the protection of the world cultural and natural heritage», (1972), *International Legal Materials*, Vol. 11, No.6, pp. 1358-1366
- «United Nations: program of action of the world food conference», (1975), *International Legal Materials*, Vol. 14, No.1, pp. 266-296
- Veres, Z., (2014), «The Fight Against Illicit Trafficking of Cultural Property: The 1970 UNESCO Convention and the 1995 UNIDROIT Convention», *Santa Clara Journal of International Law*, Vol. 12, Iss 2, pp. 90-114
- Vince J., (1998), *Essential Virtual Reality fast: How to understand the techniques and potential of virtual reality*. New York. Springer Verlag
- Vrdoljak A.F., (2007), *Intentional Destruction of Cultural Heritage and International Law*, University of Technology, Sidney, Selected Words.
- Vermeeren A.P.O.S. & Calvi L., Sabiescu, A., Trocchianesi, R., Stuedahl, D., Giaccardi, E., (2016), «Involving the Crowd in Future Museum Experience Design», Conference: CHI'16 Extended AbstractsAt: San Jose, CA, USA, pp.2-12
- Warnock C., (2013), «World heritage sites and sustainable development: case of the western Ghats», *Journal of the Indian Law Institute*, Vol. 55, No. 3, pp. 327-345
- Wetherell C.,Plakans A. & Wellman B., (1994), «Social Networks, Kinship, and Community in Eastern Europe», *The Journal of Interdisciplinary History*, Vol. 24, No. 4, pp. 639-663
- Weil S., (2007), *From Being Something to Being for Someone: The Ongoing Transformation of the American Museum*, At The Museum of Management and Marketing. , publications. R. Sanell, RR Janes. London: Routledge
- Williamson B., Rebecca Eynon R. &John Potter J., (2020), «Pandemic politics, pedagogies and practices: digital technologies and distance education during the coronavirus emergency», *Learning, Media and Technology*, Vol. 45, Iss.2, pp. 107-114

- Wood, M., (1980), «ICOM 1980», *Newsletter (Museum Ethnographers Group*, No. 11, pp. 51-54
- Woods, T.A., (1990), «Getting beyond the Criticism of History Museums: A Model for Interpretation», *The Public Historian*, Vol. 12, No. 3, pp. 76-90
- Yasin R., Jauhar J., Rahim N.F.A, Namoco S., (2020), «Covid-19 and Religious Tourism: an overview of impacts and implications», *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol.8, Iss.7, pp1-10
- Yoshida K., (2004), «The Museum and the Intangible Cultural Heritage», *Wiley online library*, Vol. 56, Issue 1-2, pp. 108-112
- Zhao J., (2012), «Designing Virtual Museum Using Web3D Technology», *Physics Procedia*, Vol. 33, pp. 1596-1602
- Zorich D.M., (2003), *A Survey of Digital Cultural Heritage Initiatives and Their Sustainability Concerns*. Council on Library and Information Resources

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Digital Culture- Access issues.
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651942/EPRS_BRI\(2020\)651942_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651942/EPRS_BRI(2020)651942_EN.pdf) (25/01/2021)
- UNESCO, Open educational resource. <https://docs.iiep.unesco.org/I009621.pdf> (05/03/2021)
- European Commission (2011), «On the digitisation and online accessibility of cultural material and digital preservation» https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/en_4.pdf (17/02/2021)
- Expert Group on Digital Cultural Heritage and Europeana,
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/expert-group-digital-cultural-heritage-and-europeana-dche> (17/02/2021)
- Operational Guidelines for the Implementation of the Convention on the Means of Prohibiting and Preventing the Illicit Import, Export and Transfer of Ownership of Cultural Property (UNESCO, Paris, 1970)
https://en.unesco.org/sites/default/files/operational_guidelines_en_final_final.pdf (18/03/2021)
- Connecting Europe Facility in Telecom, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/connecting-europe-facility-telecom>, (17/02/2021)
- Unesco. Second Protocol to the Hague Convention of 1954 for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict (1999)
https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/research_resources/charters/charter70.html (19/03/2021)
- Blue Shield <https://theblueshield.org/about-us/what-is-blue-shield/> (11/02/2021)
- Interactive Technologies, Digital for Culture & Education (Unit G.2),
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/interactive-technologies-digital-culture-education-unit-g2> (17/02/2021)
- EU funded societal challenges projects for advanced 3D modelling technologies will improve the understanding of cultural heritage, <https://ec.europa.eu/digital->

[single-market/en/news/eu-funded-societal-challenges-projects-advanced-3d-modelling-technologies-will-improve](#) , (17/02/2021)

- Digitisation & Digital Preservation, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digitisation-digital-preservation> (17/02/2021)
- Unesco. Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage 1972. http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (14/01/2021)
- Χάρτα για τη Διατήρηση της Ψηφιακής Κληρονομιάς, http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=17721&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (18/01/2021)
- Meeting of experts to establish an international system for the protection of monuments, groups of buildings and sites of universal interest. Unesco House, Paris, 21-25 July 1969. <http://whc.unesco.org/archive/1969/shc-md-4e.pdf> (22/01/2021)
- ICCROM, <https://www.iccrom.org/> (22/01/2021)
- ICOMOS, <https://www.icomos.org/en> (22/01/2021)
- OWHC, <https://www.ovpm.org/> (22/01/2021)
- Vakalopoulou, K. A., (2019), «Η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς στο Διεθνές, και Ευρωπαϊκό Δίκτυο», <https://thesafiablog.com/2019/07/08/vakalopoulou-analysis-2/> (17/01/2021)
- UNDP, <https://www.undp.org/content/undp/en/home.html> (17/01/2021)
- OHE, <https://www.un.org/en/> (17/01/2021)
- Council of Europe Treaty Series – Explanatory Reports, <http://www.worldlii.org/int/other/treaties/COETSER/1969/1.html> (18/01/2021)
- Σύμβαση της Χάγη, <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/armed-conflict-and-heritage/convention-and-protocols/1954-hague-convention/> (23/01/2021)
- Σύμβαση των Παρισίων, <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/> (/01/2021)
- Σύμβαση της Ρώμης, <https://www.unidroit.org/instruments/cultural-property/1995-convention> (23/01/2021)

- Σχέδιο δράσης για τις πολιτιστικές πολιτικές για την ανάπτυξη,
http://www.lacult.unesco.org/docc/1998_Action_Plan_Cultural_Policies_for_Dev_UNESCO.pdf (24/01/2021)
- Η λίστα με τα Κράτη-Μέλη της UNESCO,
<https://en.unesco.org/countries/member-states>, (22/02/2021)
- Ινστιτούτο διεθνών σχέσεων, http://www.idis.gr/?page_id=2272&lang=en ,
(22/02/2021)
- Ermitage, <https://hermitagemuseumfoundation.org/> (06/02/2021)
- Altes Museum, <https://www.smb.museum/en/museums-institutions/altes-museum/home/> (06/02/2021)
- The British Museum, <https://www.britishmuseum.org/about-us/british-museum-story> (06/02/2021)
- The Louvre Museum, <https://www.louvre.fr/en> (06/02/2021)
- KLOOK-clio muse, <https://www.klook.com/activity/18164-acropolis-self-guided-tour-athens/> (06/04/2021)
- Virtual Library museums,
<http://web.archive.org/web/20160627170514/http://archives.icom.museum/vlmp/>
(11/02/2021)
- Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων, <https://icom.museum/en/> (14/02/2021)
- Great Mosque of Mecca <https://www.youtube.com/watch?v=2s-YfdndMZo>.
(05/03/2021)
- Kashi Vishwanath Temple, Varanasi
https://www.shrikashivishwanath.org/online/live_darshan (05/03/2021)
- Golden Temple, Amritsar <https://www.youtube.com/watch?v=AjydC5TIqbc>.
(06/03/2021)
- Sakya Monastery of Tibetan Buddhism
<https://www.youtube.com/watch?v=AjydC5TIqbc> (06/03/2021)
- Walsingham Shrine <https://www.youtube.com/watch?v=tXGOepDSmqU>
(06/03/2021)
- Sydney Bahá'í Temple <https://www.facebook.com/SydneyBahaiTemple/>
(06/03/2021)

- Knock Catholic Shrine, Ireland <https://www.knockshrine.ie/watch-live/?v=d2cb7bbc0d23> (06/03/2021)
- Ishiyama-dera Shingon Temple, Japan
<https://www.youtube.com/channel/UCSIAT5LWdNc7ffRrbS6UVmw/videos>
(06/03/2021)
- ICOM & COVID-19, (2020), <https://icom.museum/en/news/follow-up-report-museums-covid-19/> (08/03/2021)
- Encyclopaedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/virtual-museum>
(11/03/2021)
- WHO Coronavirus Dashboard,
https://covid19.who.int/?gclid=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_4qfwdbXA8b_fdlT8iaTIu5iSxjy6QVIphQJ0iodde9ZeyxeOWtDrPAaApvSEALw_wcB
(22/03/2021)
- 1840s GIF Party στο Tate Britain,
<https://mw2015.museumsandtheweb.com/bow/1840s-gif-party-at-tate-britain/>
(11/04/2021)
- Vangoyourself, <https://vangoyourself.com/> (11/04/2021)
- Arts and culture google,
<https://artsandculture.google.com/search/streetview?project=natural-history>
(11/04/2021)
- Musement-clio muse, <https://www.musement.com/us/athens/acropolis-of-athens-ticket-with-audio-tour-on-your-phone-130767/> (07/04/2021)
- TripAdvisor-clio muse, https://www.tripadvisor.com.gr/Attraction_Review-g189400-d16856505-Reviews-Clio_Muse_Tours-Athens_Attica.html
(07/04/2021)
- KENAI FJORDS 360, <https://majormarine.com/kenai-fjords-360/> (07/04/2021)
- Myrtis Virtual Museum- Webinar
https://www.youtube.com/watch?v=uuKMV_X62TY&t=81s (16/04/2021)
- Telepresence robots make museums accessible to everyone, ,
<https://slate.com/technology/2014/07/telepresence-robots-make-museums-accessible-to-everyone.html> (11/04/2021)

- MOMA Museum, <https://artsandculture.google.com/partner/moma-the-museum-of-modern-art> (06/04/2021)
- National museum of the united states air force
<https://www.nationalmuseum.af.mil/Visit/Virtual-Tour/> (08/04/2021)
- Cahalane, C., (2017), «8 Ways Virtual Reality Could Transform the Lives of Disabled People», <https://www.abilitynet.org.uk/news-blogs/8-ways-virtual-reality-could-transform-lives-disabled-people> (08/04/2021)
- Προσβασιμότητα, αναπηρίες και λύσεις εικονικής πραγματικότητας, (2019), <https://educatorsinvr.com/2019/05/31/accessibility-disabilities-and-virtual-reality-solutions/> (08/04/2021)
- Rijks museum,
https://www.rijksmuseum.nl/en?gclid=Cj0KCQjwpdqDBhCSARIsAEUJ0hNl9urkpbIoIoOmWGf2NQVmkewWtfvzEK807CnKWQKaEXXIR47vZrQaAhCeEALw_wcB (08/04/2021)
- Detroit Institute of Arts, <https://www.dia.org/> (04/04/2021)
- Arts and culture google, <https://artsandculture.google.com/exhibit/blubber-bone-and-baleen-lynn-s-whaling-industry/AwICsJVYcI20IA> (13/04/2021)
- The Emirates, <https://www.emirates.com/english/experience/3d-seatmap/> (10/04/2021)
- Hawaiian Airlines, <https://newsroom.hawaiianairlines.com/releases/hawaiian-airlines-celebrates-olelo-hawaii-month> (10/04/2021)
- National Museum of Women's History, <https://nmwa.org/international-womens-day-festival-2021/> (11/04/2021)
- The Met, <https://www.metmuseum.org/art/online-features/met-360-project> (10/04/2021)
- 2020: Χειρότερο έτος στην ιστορία του τουρισμού με 1 δισεκατομμύριο λιγότερες διεθνείς αφίξεις, (2021), <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (14/04/2021)
- COVID-19: Η UNESCO και η ICOM ανησυχούν για την κατάσταση που αντιμετωπίζουν τα μουσεία του κόσμου, <https://en.unesco.org/news/covid-19-unesco-and-icom-concerned-about-situation-faced-worlds-museums> (14/04/2021)

- Μουσεία, επαγγελματίες μουσείων και COVID-19: Η ICOM και η UNESCO δημοσιεύουν τις πλήρεις εκθέσεις τους, <https://icom.museum/en/news/museums-museum-professionals-and-covid-19-survey-results/> (14/04/2021)
- Museo nacional de antropologia, Mexico, <https://artsandculture.google.com/partner/museo-nacional-de-antropologia-mexico> (11/04/2021)
- Tomb of Ramesses VI, <https://egymonuments.gov.eg/news/a-virtual-tour-through-tomb-of-ramesses-vi-kv9/> (13/04/2021)
- Guggenheim Virtual Group Visits, <https://www.guggenheim.org/group-visits> (14/04/2021)
- Το Μουσείο V&A στο GOSH, <https://www.gosh.nhs.uk/wards-and-departments/departments/gosh-arts/news-1/va-museum-gosh/> (13/04/2021)
- Google Maps, <https://developers.google.com/maps/documentation/javascript/streetview> (02/04/2021)
- Stratasys print, <https://www.stratasys.com/explore/blog/3d-printed-realism-from-stratasys-helps-bring-ancient-artifacts-to-life> (12/04/2021)
- AskACurator dixon, <https://twitter.com/askacurator> (10/04/2021)
- Museum Selfie, <https://twitter.com/museumselfieday?lang=el> (10/04/2021)
- United Nations Development Programme, (2020), <https://www.undp.org/content/undp/en/home.html> (25/02/2021)
- International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property. (2020). <https://www.iccrom.org/> (25/04/2021)
- Unesco. (2020), <https://whc.unesco.org/en/advisorybodies/> (25/04/2021)
- International council of museums. (2021), <https://icom.museum/en/about-us/history-of-icom/> (15/01/2021)
- Unesco, 2020, <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/> (15/01/2021)
- Organization of World Heritage Cities, 2021, <https://www.ovpm.org/all-about-owhc/introduction-and-mission/> (18/03/2021)
- Unesco. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention> (15/03/2021)

- Getty Conservation Institute, (1999), *Second protocol to the Hague Convention of 1954 for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed conflict*, https://www.getty.edu/conservation/publications_resources/research_resources/charters/charter70.html (15/03/2021)
- Unidroit, (1995), «*Unidroit convention on stolen or Illegally exported cultural objects*», <https://www.unidroit.org/instruments/cultural-property/1995-convention> (20/03/2021)
- Blue Shield International, (2016), <https://theblueshield.org/about-us/what-is-blue-shield/> (20/03/2021)
- International council an monuments and sites, 2020, <https://www.icomos.org/en/89-english-categories/home/70868-statement-on-the-threats-to-cultural-heritage-in-case-of-armed-conflicts> (13/01/2021)
- European Commission, (2021), *Expert Group on Digital Cultural Heritage and Europeana*, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dche> (12/02/2021)
- Virtual Library museums, (2017), <http://www.museum.ru/mirror/vlmp/default.htm> (15/04/2021)
- Unesco. (2002), <https://docs.iiep.unesco.org/I009621.pdf> , (15/04/2021)
- Open Culture, (2021), https://www.openculture.com/free_k-12_educational_resources (16/03/2021)
- Search Culture, (2021), <https://www.searchculture.gr/> (15/03/2021)
- Europeana, (2021), <https://www.europeana.eu/el> (15/03/2021)
- University of Oxford, (2011), <https://digital.humanities.ox.ac.uk/project/digital-image-archive-medieval-music-diamm#/> (15/03/2021)
- World Digital Library, (2021), <https://www.wdl.org/en/> (15/03/2021)
- Myrtis Virtual Museum webinar, (2021), https://www.youtube.com/watch?v=uuKMV_X62TY (10/02/2021)
- HTC Hive, (2016), *The VR Museum of Fine Art*, https://store.steampowered.com/app/515020/The_VR_Museum_of_Fine_Art/ (10/02/2021)
- Museums and the Web, (2015), <https://mw2015.museumsandtheweb.com/bow/1840s-gif-party-at-tate-britain/> (12/02/2021)

- VanGoYourself, (2021), <https://vangoyourself.com/> (13/02/2021)
- AskACurator, (2010), <https://twitter.com/askacurator> (14/02/2021)
- Love Theatre Day, (2015), <https://twitter.com/lovetheatreday> (14/02/2021)
- Museum Selfi, (2014), <https://twitter.com/museumselfieday?lang=el> (14/02/2021)
- Lisney, Bowen, Hearn, Zada, (2013),
<https://educatorsinvr.com/2019/05/31/accessibility-disabilities-and-virtual-reality-solutions/>,<https://www.abilitynet.org.uk/news-blogs/8-ways-virtual-reality-could-transform-lives-disabled-people> (15/02/2021)
- Arts and Culture, (2021), <https://artsandculture.google.com/project/cyark> (16/02/2021)
- European Commission, (2021),
<https://ec.europa.eu/programmes/erasmusplus/projectresulcontent/b2de54c89c64491fabb98d8b6f5264c9/Summary%20technologies%20and%20tactile%20models%20disclaimer.pdf> (18/02/2021)
- Blindenverband, (2021),
<https://www.blindenverband.at/de/projekte/projektarchiv/79/AMBAVis> (18/02/2021)
- Van Abbemuseum, (2015), <https://www.youtube.com/watch?v=vnKRb-afCKA>,
<https://blooloop.com/theme-park/in-depth/telepresence-robots-facilitating-access-enhancing-education-2/> (20/02/2021)
- Arts and culture, (2021),
<https://artsandculture.google.com/search/streetview?project=natural-history> (20/02/2021)
- IGN, (2013), <https://www.youtube.com/watch?v=HF5uSMbhkiY>,
<https://www.nintendoworldreport.com/news/36079/nintendo-3ds-guide-louvre-available-now-on-the-eshop-in-europe-japan-and-australia> (22/02/2021)
- The British Museum, (2021),
<https://www.britishmuseum.org/learn/schools/samsung-digital-discovery-centre> (20/02/2021)
- The Metropolitan Museum of Art, (2021),
<https://www.thingiverse.com/met/designs> (22/02/2021)

- Boredpanda, (2021), https://www.boredpanda.com/classic-paintings-3d-visual-impaired-prado-museummadrid/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic (22/02/2021)
- NHS Foundation Trust, (2021), <https://www.gosh.nhs.uk/wards-and-departments/departments/gosh-arts/news-1/va-museum-gosh/> (22/02/2021)
- Roald Dahl, (2015), <https://www.roalddahl.com/blog/2015/december/the-story-of-signly> (22/02/2021)
- Signly, (2021), <https://signly.co/> (23/02/2021)
- World Tourism Organization, (2020), <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1billion-fewer-international-arrivals> (24/02/2021)
- BBC, (2021), <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-56382612> (20/03/2021)
- Inexhibit, (2021), <https://www.inexhibit.com/marker/florence-on-palazzo-strozzi-the-wound-raises-the-issue-of-cultural-places-in-the-age-of-covid-19/> (10/02/2021)
- World Health Organization, (2021), https://covid19.who.int/?gclid=Cj0KCQjwmIuDBhDXARIsAFITC_4qfwdbXA8b_fdlT8iaTlu5iSxjy6QVIphQJ0iodde9ZeyxeOWtDrPAaApvSEALw_wcB (14/04/2021)
- Kenai Fjords, (2020), <https://majormarine.com/kenai-fjords-360/> (14/04/2021)
- Hawaiian Airlines, (2021), <https://newsroom.hawaiianairlines.com/releases/hawaiian-airlines-celebrates-olelo-hawaii-month> (14/04/2021)
- Clio Muse Tours, (2021), <https://cliomusetours.com/cliomuse-automates-its-reservation-system/> (14/04/2021)
- Ψηφιακό Μουσείο Αχαιολογικό Μουσείο Θηβών, <https://www.mthv.gr/el/to-psifiako-mouseio/> (15/04/2021)
- Arts and Culture, (2021), <https://artsandculture.google.com/usergallery/agKie0u1G3QIIA> (10/04/2021)
- Georgia O'Keeffe Museum, (2021), <https://www.okeeffemuseum.org/> (10/04/2021)

- Museum of Fine Arts Boston (2021), <https://www.mfa.org/video/ancient-nubia-now-walkthrough>, <https://www.youtube.com/watch?v=vMb8prTLhK8> ((10/04/2021)
- Vatican News, (2021), <https://www.youtube.com/channel/UC7E-LYc1wivk33iyt5bR5zQ> (15/03/2021)
- Christian Media Center, (2018), <https://www.youtube.com/watch?v=sQLCoRUXCVA> (15/03/2021)
- Robots Give Virtual Tours of the de Young Museum, (2015), <https://news.artnet.com/art-world/robots-give-virtual-tours-of-the-de-young-museum-272329> (17/03/2021)
- IAA, (2021), <http://iaath.gr/> (10/03/2021)
- ΑΠΕ-ΜΠΕ, (2020), <https://www.amna.gr/home/article/464028/I-Ellada-diekdi-meridio-kai-apo-ton-thriskeutiko-kai-proskunimatiko-tourismo> (5/04/2021)
- ΑΠΕ-ΜΠΕ, (2021), <https://www.amna.gr/tourism/article/550598/I-Ellada-enas-apo-tous-pio-etoimous-touristikous-proorismous--dilose-sto-APE-MPE-o-upourgou-Tourismou-> (05/04/2021)
- Επίσημο Κείμενο Ψηφιακής Σύγκλισης, (2013), http://20072013.espa.gr/elibrary/Episimo_Keimeno_EP_Psifiaki_Syglisi.pdf (10/03/2021)
- IAA, (2015), *Η εκκλησία παράγει πολιτισμό*, <http://iaath.gr/content/arhiepiskopos-ieronimos-i-ekklisia-paragei-politismo> (10/03/2021)
- IAA, (2021), *Religious Greece*, <http://www.religiousgreece.gr/web/guest/start> (10/03/2021)
- Θρησκευτικοί Προορισμοί, (2021), <http://www.religiousgreece.gr/atlas> (10/03/2021)
- Religious Greece, (2021), <http://www.religiousgreece.gr/events> (10/03/2021)
- Profile Software, IAA, (2021), <https://www.profilesw.com/el/clients-2/1503.php> (15/03/2021)
- IAA Digital Museum, (2021), <http://www.iaathdigitalmuseum.gr/> (15/03/2021)
- IAA Facebook, (2021), <https://www.facebook.com/iaath/> (15/04/2021)
- IAA Twitter, (2021), <https://twitter.com/pressIAA> (15/04/2021)

- IAA Youtube, (2021), <https://www.youtube.com/channel/UCRVd-EgdICyav-ktAbpktZQ> (15/04/2021)
- Ε-Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο, (2015), <http://www.postscriptum.gr/erga/e-vyzantino-kai-christianiko-moyseio/> (15/04/2021)
- Europeana, (2010), «Η ψηφιακή βιβλιοθήκη για τον ευρωπαϊκό πολιτισμό», Αφιέρωμα Τεύχος 80, «Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης», Ανακτήθηκε στις 15/06/2021 από: <https://www.ekt.gr/el/magazines/features/19074>
- Βυζαντινό Χριστιανικό Εικονικό Μουσείο, (2021), <https://www.ebyzantinemuseum.gr/?i=bxm.el.virtual-museum> (15/04/2021)
- Britannica Vatican City, (2021), <https://www.britannica.com/place/Vatican-City> (17/04/2021)
- Vatican Museum Instagram, (2021), <https://www.youtube.com/channel/UC3XTe6E1YqBx0iPxLvabt1g>, <https://www.instagram.com/vaticanmuseums/> (17/04/2021)
- Vatican Museum Youtube, (2021), https://www.youtube.com/watch?v=ZewZWdd_x6E (17/04/2021)
- Vatican News, (2021), <https://www.vaticannews.va/en/vatican-city/news/2020-03/vatican-museums-virtual-tours-coronavirus.html> (17/04/2021)
- Smart Museum as a way to present cultural heritage. Programme 2014 - 2020 Hungary - Slovakia - Romania - Ukraine ENI CBC. <https://keep.eu/projects/22815/Smart-Museum-as-a-way-to-pr-EN/> (25/05/2021)
- Clio Muse Tours, Vatican Museum free virtual experience, (2021), <https://cliomusetours.com/tours/the-treasures-of-the-vatican-museums/>, (18/04/2021)
- Benvenuti ai Musei Vaticani – Welcome to the Vatican Museums, (2016), <https://www.youtube.com/watch?v=tEECdM3o73I> , (19/04/2021)
- Vatican News, (2021), https://www.youtube.com/watch?v=jfqn_QwqNtE (18/04/2021)
- UNESCO, (2016), *Protection of Cultural Property. “Military Manual”*. Paris. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Ανακτήθηκε, 14/04/2021, από: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2a>

hUKEwjEnKujkvDxAhXFmIsKHZ6_CXwQFjAAegQIBhAD&url=http%3A%2F%2Fwww.unesco.org%2Fnew%2Ffileadmin%2FMULTIMEDIA%2FHQ%2FCLT%2Fpdf%2FMilitaryManuel-En.pdf&usg=AOvVaw3rBuw38ZfimdKcM3cHOAwc

- UNESCO, (1969), *Cultural Policy, a preliminary study*. Paris. Ανακτήθηκε, 14/04/2021, από: <https://muse.jhu.edu/article/596854/summary>
- *February 12, 1931, the day Vatican Radio was born*, <https://www.vaticannews.va/en/pope/news/2019-02/pope-pius-xi-vatican-radio-anniversary.html> (11/05/2021)
- Vatican Twitter page, (2021), <https://twitter.com/pontifex>, https://www.repubblica.it/tecnologia/2012/12/12/news/papa_twitter-48582456/, (17/04/2021)
- Vatican Facebook page, (2021), <https://www.facebook.com/vaticannews> (17/04/2021)
- Statista, Leading museums in Europe, (2019), <https://www.statista.com/statistics/747942/attendance-at-leadingmuseumsineurope/> (25/04/2021)
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση» <https://www.orthodoxianewsagency.gr/wp-content/uploads/2020/09/%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%83%CE%BA%CE%BB%CF%83%CE%B7.pdf> (17/04/2021)
- Πρωτόκολλο συνεργασίας στον τομέα του προσκυνηματικού τουρισμού, http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/commitees/tourism/mnimonio_paideias.pdf (10/04/2021)
- ICOM, COVID-19 και μουσεία, <http://icom-greece.mini.icom.museum/homepage/covid-19-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%B1/> (08/07/2021)
- ΑΠΕ-ΜΠΕ <https://www.amna.gr/tourism/article/462168/Tous-orous-tis-upodochis-xenon-episkepton-stin-Ellada-apo-tin-15i-Iouniou-exeidikeuei-me-diloseis-tou-sto-APE-MPE-o--Charis-Theocharis> (02/07/2021)

- Greece @ WTM 2015 <https://news.gtp.gr/2015/11/11/greece-wtm-2015-photo-report-by-gtp/> (02/07/2021)
- Αρχιμανδρίτης Σπ. Κατραμάδος
<https://www.youtube.com/watch?v=ltqLTaHbqIw> (02/07/2021)
- Καθημερινή, Newsroom, 2015 Καθημερινή,
<https://www.kathimerini.gr/k/travel/837406/oi-megalyteroi-tour-operators-polonias-kai-soyidias-miloy-n-gia-tin-ellada/> (02/07/2021)
- Δόγμα, Πρακτορείο Εκκλησιαστικών ειδήσεων, 2013
<https://www.dogma.gr/kosmos/nees-synergasies-apo-tin-ekklisia-gia-ton-proskynimatiko-tourismo/3334/> (02/07/2021)
- Ευρωπαϊκό Συνέδριο, 2013 <https://www.vimaorthodoxias.gr/thriskeftikos-tourismos/paneuropaiko-synedrio-crossroads-of-europe-stavrodromia-tis-evropis-foto/amp/?print=print> (02/07/2021)
- Συνεργασία Γραφείου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων με HATTA, 2015
<https://www.romfea.gr/ekklisia-ellados/3055-sunergasiagrafeiouproskynimatikon-periigiseon-me-iatta> (02/07/2021)
- Διεθνές Πρακτορείο Εκκλησιαστικών ειδήσεων
<https://www.orthodoxianewsagency.gr/aytokefales-ekklisies/ekklisia-ellados/o-protos-proskynimatikos-xartis-tis-ekklisias-stin-ellada/> (20/06/2021)
- Virtual Tour of Italy: Vatican City. <https://www.italiandualcitizenship.net/virtual-tour-of-italy-vatican-city/> (24/06/2021)
- Αρχαιολογία και Τέχνες, 2014, “Ε-Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο. Το Βυζαντινό Μουσείο στη Ψηφιακή Εποχή”.
<https://www.archaiologia.gr/blog/2014/02/21/e%CE%B2%CF%85%CE%B6%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BD%CF%8C%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CF%87%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF/> (01/07/2021)

- Αρχαιολογία και Τέχνες, 2013, “ Εξερευνώντας τον κόσμο του Βυζαντίου.
<https://www.archaiologia.gr/blog/2013/03/21/%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CF%8E%CE%BD%CF%84%CE%B1%CF%82%CF%84%CE%BF%CE%BD%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CE%B2%CF%85%CE%B6%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%BF%CF%85/> (05/07/2021)
- Καραουλάνης Θ., (2021), «Η Ελληνική Ιστορία στον Ψηφιακό Κόσμο με τη συνδρομή της ΕΕ», Ανακτήθηκε στις 15/05/2021 από:
<https://www.euractiv.gr/section/periferiaki-politiki/news/i-elliniki-istoria-ston-psifiako-kosmo-me-ti-syndromi-tis-ee/>
- Καρασπήλιου Ζ., (2014), «Βυζαντινό Μουσείο Αθηνών-100 χρόνια ιστορίας», Νέος κόσμος. Ανακτήθηκε, 05/06/2021 από:
<https://neoskosmos.com/el/36217/vyzantino-mouseio-athinon-100-chronia-ist/>
- Λακασάς Α., (2017), «Εκπαίδευση με ψηφιακά παιχνίδια». Η καθημερινή. Ανακτήθηκε, 21/05/2021, από:
<https://www.kathimerini.gr/society/905389/ekpaideysi-me-psifiaka-paichnidia/>
- Χαραλαμπίδης Μ., (2015), «Εφαρμογή για κινητά από την Αρχιεπισκοπή με 200 θρησκευτικά μνημεία», Τα Νέα, Ανακτήθηκε, 27/04/2021 από:
<https://www.tanea.gr/2015/10/30/greece/efarmogi-gia-kinita-apo-tin-archiepiskopi-me-200-thriskeytika-mnimeia/#1>
- Europa, 2020, Ανακτήθηκε 10/06/2021 από <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1591191111789&uri=CELEX%3A52020DC0550>
- Europa Nostra, 2020, «Covid-19 & Beyond. Challenges and Opportunities for Cultural Heritage». Ανακτήθηκε 10/06/2021 από
https://www.europeanostra.org/wpcontent/uploads/2020/10/20201014_COVID19_Consultation-Paper_EN.pdf
- Malraux A., (2014), «The Museum without Walls», Culture in Virtual Spaces, Ανακτήθηκε, 14/02/2021, από:
<https://culturalvirtualspaces.wordpress.com/2014/06/17/malraux-and-the-museum-imaginaire-the-museum-without-walls/>

- McKenzie J., (1995), «Virtual Museums». *Oldies & Goodies. The School Museum List and Site*, Ανακτήθηκε, 08/03/2021 από:
<http://www.fno.org/museum/muse.html>
- ICOM-Greece, (2021), «Ο θεσμός της Διεθνούς Ημέρας Μουσείων», <http://icom-greece.mini.icom.museum/%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%B7%CF%83-%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%89%CE%BD/%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%AE%CF%82-%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CE%B1-%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CF%89%CE%BD/> (24/04/2021)
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, (2020), «Πάμε Ψηφιακή βόλτα στα μουσεία μας», <https://digitalculture.gov.gr/2020/07/museumfromhome/> (17/05/2021)
- Ελληνικό Παιδικό Μουσείο, (2021), «Ημερολόγιο Καραντίνας: Τα εκθέματα του μουσείου μιλούν με τα καθημερινά μας αντικείμενα!», <https://www.hcm.gr/%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%B%CF%8C%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CE%B5%CE%BA%CE%B8%CE%AD%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%BF/> (29/05/2021)
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, (2021), «Από το Σήμερα... στο Νέο Σχολείο με Πρώτα το Μαθητή», https://www.minedu.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=402&Itemid=785&lang=el&showall=1 (29/05/2021)
- Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο – facebook, (2021), <https://www.facebook.com/byzantineandchristianmuseum/?fref=photo> (01/06/2021)
- Byzantine & Christian Museum – Youtube, (2021), <https://www.youtube.com/user/ByzantineMuseum> (01/06/2021)
- Byzantineandchristianmuseum – Instagram, (2021), <https://www.instagram.com/byzantineandchristianmuseum/> (01/06/2021)

- Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών – facebook, (2021),
<https://www.facebook.com/pages/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C%20%CE%9C%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B5%CE%AF%CE%BF%20%CE%98%CE%B7%CE%B2%CF%8E%CE%BD/336631456527340/> (01/06/2021)
- Sakellariou, A. (2017), «*Relegion in the city: Religious diversity in urban space*», Ανακτήθηκε, 21/05/2021, από:
https://www.athenssocialatlas.gr/en/article/religion-in-the-city/?fbclid=IwAR2QezwXKE5FEVkuE3EFm8ula7pK3ugBI7Hk5bjMwZo_8mTwRuK5MrPjGW0
- Visser, J., (2009), «How to use twitter as a museum», *The museum of the future*, Ανακτήθηκε, 21/05/2021, από:
<https://themuseumofthefuture.com/2009/05/31/how-to-use-twitter-as-a-museum/>
- Hague convention, «National report on the implementation of the Hague Convention of 1954 and its two Protocols (1954 and 1999), *The Hague Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Confilct – 1954*, 1954 and 1999, Ανακτήθηκε 20/02/2021 από
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Finland_2017-National_Report_Convention_1954.pdf