



**Σχολή Κοινωνικών Επιστημών  
Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων**

**Διπλωματική Εργασία**

**«Τα μουσεία ως πολιτιστικοί δημιουργοί περιεχομένου: Σύγχρονες προσεγγίσεις στην πολιτιστική επικοινωνία. Η περίπτωση του μουσείου Κοτσανά, Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας.»**

**Φοιτήτρια: Δασκάλου Κωνσταντίνα**

**Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Συλαίου Στέλλα**

**Χανιά, Ιούλιος 2026**

*Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Δασκάλου Κωνσταντίνας, που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης η συγγραφέας εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής της διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας της συγγραφέως ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση της συγγραφέως. Η συγγραφέας διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών της δικαιωμάτων*

**«Τα μουσεία ως πολιτιστικοί δημιουργοί περιεχομένου: Σύγχρονες προσεγγίσεις στην πολιτιστική επικοινωνία. Η περίπτωση του μουσείου Κοτσανά, Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας.»**

**Φοιτήτρια:** Δασκάλου Κωνσταντίνα

**Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας**

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Στέλλα Συλαίου  
Μέλος ΣΕΠ  
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Σηφάκη Ειρήνη  
Μέλος ΣΕΠ  
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

«Στη Λενιώ & στον Τζώρτζη»

*Ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτρια Στέλλα Συλαίου, για την στήριξη, την καθοδήγηση και τις επισημάνσεις της, όσο και για τα τελικά σχόλια και τις παρατηρήσεις της. Επιπλέον, ευχαριστίες στο επιστημονικό προσωπικό και τους υπευθύνους του «Μουσείου Κοτσανά», Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας, για την αμεσότητα και ευελιξία στην επικοινωνία, το υλικό, τα στοιχεία, και την ημι-δομημένη συνέντευξη που μου παραχώρησαν.*

## Περίληψη

Η ραγδαία εξέλιξη των ψηφιακών τεχνολογιών έχει επιφέρει έναν δομικό μετασχηματισμό στον τρόπο με τον οποίο οι σύγχρονοι μουσειακοί οργανισμοί επικοινωνούν με το κοινό τους, παράγουν πολιτιστικό περιεχόμενο και διαμορφώνουν εναλλακτικές μορφές βιωματικής εμπειρίας. Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά τον ρόλο των μουσείων ως δυναμικών παραγωγών πρωτογενούς πολιτιστικού περιεχομένου, εστιάζοντας στις επικοινωνιακές στρατηγικές που αναπτύσσονται στο φυσικό, το ψηφιακό και το υβριδικό περιβάλλον. Ως μελέτη περίπτωσης (case study) επιλέχθηκε το [Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά](#), το οποίο αποτελεί έναν αντιπροσωπευτικό πολιτιστικό φορέα που αξιοποιεί συστηματικά τις ψηφιακές εφαρμογές και τις σύγχρονες πρακτικές πολιτιστικής διαμεσολάβησης.

Μεθοδολογικά, η έρευνα βασίστηκε στη συνδυαστική προσέγγιση μιας χαρτογράφησης της σύγχρονης βιβλιογραφίας (mapping review) και μιας ποιοτικής μελέτης περίπτωσης. Η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω της διεξαγωγής ημι-δομημένης συνέντευξης με εκπρόσωπο του μουσείου, ενώ η επεξεργασία του υλικού βασίστηκε στη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης (thematic analysis). Η ερευνητική διαδικασία διαρθρώθηκε γύρω από έξι κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία εξετάζουν την τυπολογία του παραγόμενου πολιτιστικού περιεχομένου, τους επικοινωνιακούς ρόλους των μουσείων, τα αξιοποιούμενα κανάλια επικοινωνίας, τις αποκλίσεις μεταξύ φυσικών, ψηφιακών και υβριδικών περιβαλλόντων, τις συμμετοχικές πρακτικές, καθώς και τις σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις της πολιτιστικής επικοινωνίας. Τα ευρήματα αναδεικνύουν ότι τα σύγχρονα μουσεία μετεξελίσσονται από παραδοσιακούς φορείς διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε οργανισμούς παραγωγής πρωτογενούς περιεχομένου, οι οποίοι υιοθετούν πολυκαναλικές στρατηγικές επικοινωνίας (omnichannel strategies), διαδραστικά μέσα και πρακτικές δέσμευσης του κοινού (audience engagement).

Παράλληλα, η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά καταδεικνύει ότι η καινοτόμος αξιοποίηση της ψηφιακής αφήγησης, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των τεχνολογιών εμπύθισης συμβάλλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της εξωστρέφειας, της διεθνούς δικτύωσης και της επιχειρησιακής βιωσιμότητας του οργανισμού. Εν κατακλείδι, η παρούσα εργασία συμβάλλει στην κατανόηση του μεταβαλλόμενου ρόλου των μουσείων στη μετα-ψηφιακή εποχή (post-digital era), αναδεικνύοντας την πολιτιστική επικοινωνία ως στρατηγικό εργαλείο δημιουργίας αξίας και διαμόρφωσης σύγχρονων πολιτιστικών εμπειριών.

**Λέξεις-κλειδιά:** Μουσεία, πολιτιστική επικοινωνία, πολιτιστικό περιεχόμενο, ψηφιακό μουσείο, υβριδικό μουσείο, ψηφιακή αφήγηση, συμμετοχικό μουσείο, Μουσείο Κοτσανά.

## Abstract

The rapid evolution of digital technologies has brought about a structural transformation in the way contemporary museum organizations communicate with their audiences, produce cultural content, and shape alternative forms of experiential engagement. This thesis explores the role of museums as dynamic producers of primary cultural content, focusing on the communicative strategies deployed across physical, digital, and hybrid environments. [The Kotsanas Museum of Ancient Greek Technology](#) was selected as a representative case study of a cultural institution that systematically leverages digital applications and contemporary practices of cultural mediation.

Methodologically, the study relies on the combined approach of a mapping review of current literature and a qualitative case study design. Primary data collection was conducted through a semi-structured interview with a museum representative, while data processing was grounded in the method of thematic analysis. The research process was structured around six core research questions, which systematically investigate the typology of the cultural content produced, the communicative roles of museums, the communication channels utilized, the variations between physical, digital, and hybrid environments, participatory practices, and the contemporary trends and challenges within cultural communication. The findings demonstrate that contemporary museums are evolving from traditional repositories of cultural heritage into active organizations of primary content production, adopting omnichannel communication strategies, interactive media, and audience engagement practices.

Concurrently, the case of the Kotsanas Museum demonstrates that the innovative utilization of digital storytelling, social media, and immersive technologies contributes substantially to enhancing the institution's outward orientation, international networking, and operational sustainability. In conclusion, this thesis contributes to the understanding of the shifting role of museums in the post-digital era, highlighting cultural communication as a strategic tool for value creation and the formulation of modern cultural experiences.

**Keywords:** Museums, cultural communication, cultural content, digital museum, hybrid museum, digital storytelling, participatory museum, Kotsanas Museum.

## Περιεχόμενα

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Περίληψη.....                                                                                                 | v  |
| Abstract.....                                                                                                 | vi |
| 1. Κεφάλαιο 1: Το μουσείο στην ψηφιακή συνθήκη.....                                                           | 1  |
| 1.1. Η εξέλιξη του μουσειακού θεσμού: Από την αυθεντία σε φορέα συμμετοχικής επικοινωνίας .....               | 1  |
| 1.2. Ορισμός και χαρακτηριστικά του Ψηφιακού Μουσείου: η υβριδική Ταυτότητα.....                              | 3  |
| 1.3. Η έννοια του «Post-Digital Museum»: Η Κανονικοποίηση και ο «Αόρατος» Χαρακτήρας της Τεχνολογίας.....     | 5  |
| 1.4. Η «Ψηφιακή Αυτοπεποίθηση» των πολιτιστικών οργανισμών .....                                              | 7  |
| 1.5. Η έννοια της «εμβύθισης» (immersion) στον πολιτισμό .....                                                | 10 |
| 2. Κεφάλαιο 2: Τεχνολογίες Αιχμής και Μουσειακή Εμπειρία .....                                                | 12 |
| 2.1. Τεχνολογίες εμβύθισης και διάδρασης: εικονική (VR) και επαυξημένη πραγματικότητα (AR).12                 |    |
| 2.2. Η στρατηγική της ψηφιακής και διαμεσικής αφήγησης. ....                                                  | 13 |
| 2.3. Η Στρατηγική της «Αυθεντικότητας»: Το παρασκήνιο (Behind-the-Scenes) ως μέσο ψηφιακής εμπιστοσύνης. .... | 16 |
| 2.4. Gamification και Edutainment: Η ψηφιακή παιδαγωγική της εμπειρίας.....                                   | 17 |
| 3. Κεφάλαιο 3: Από τη Δημιουργία Περιεχομένου στην Πολιτιστική Επιδραστικότητα..                              | 20 |
| 3.1. Περιεχόμενο παραγόμενο από τον χρήστη και η έννοια της συνδημιουργίας.....                               | 20 |
| 3.2. Το Μουσείο ως Ψηφιακός Διαμορφωτής Γνώμης.....                                                           | 22 |
| 3.3. Το συμμετοχικό μουσείο και η αλληλεπίδραση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. 23                       |    |
| 3.4. Ψηφιακή μεταμόρφωση, βασικοί δείκτες απόδοσης (KPI) και ψηφιακή εμπιστοσύνη των φορέων 25                |    |
| 3.5. Σύνοψη: Προς ένα πλαίσιο για την ψηφιακή επιρροή των μουσείων.....                                       | 27 |
| 3.6. Η οικοδόμηση της κοινότητας, η πολιτιστική «ήπια δύναμη» και το μουσείο ως καθοριστής της ατζέντας ..... | 28 |
| 3.7. Ερευνητικά ερωτήματα .....                                                                               | 29 |
| 4. Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία .....                                                                              | 31 |
| 4.1. Εισαγωγή: Αναθεώρηση της μεθοδολογίας και αιτιολόγηση.....                                               | 31 |
| 4.2. Γνωσιολογική και οντολογική θέση.....                                                                    | 32 |
| 4.3. Γενικός σχεδιασμός της έρευνας: Μια πολυδιάστατη ποιοτική προσέγγιση.....                                | 32 |
| 4.4. Μεθοδολογικοί άξονες της έρευνας.....                                                                    | 33 |

|          |                                                                                                                                                |    |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1.   | Ενότητα Α: Ημι-δομημένη Συνέντευξη με το Μουσείο Κοτσανά .....                                                                                 | 33 |
| 4.4.1.1. | Λόγοι για τη διατήρηση της συνέντευξης ως εργαλειακής μελέτης περίπτωσης .....                                                                 | 33 |
| 4.4.1.2. | Σχεδιασμός, εργαλείο και διεξαγωγή της συνέντευξης.....                                                                                        | 33 |
| 4.4.1.3. | Αντιμετώπιση του περιορισμού που συνεπάγεται η διεξαγωγή μίας μόνο ολοκληρωμένης συνέντευξης .....                                             | 34 |
| 4.4.2.   | Ενότητα Β: Ανασκόπηση του πεδίου εφαρμογής της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας .....                                                      | 34 |
| 4.4.2.1. | Αιτιολόγηση .....                                                                                                                              | 34 |
| 4.4.2.2. | Στρατηγική αναζήτησης, βάσεις δεδομένων και κριτήρια επιλεξιμότητας .....                                                                      | 34 |
| 4.4.3.   | Ενότητα Γ: Συγκριτική εμπειρική έρευνα περιπτώσεων μουσείων .....                                                                              | 35 |
| 4.4.3.1. | Αιτιολόγηση και μεθοδολογική σύνδεση με τη μελέτη των Sylaiou και Fidas (2022) 35                                                              |    |
| 4.4.3.2. | Στρατηγική σκόπιμης δειγματοληψίας .....                                                                                                       | 36 |
| 4.4.3.3. | Πηγές δεδομένων και πλαίσιο κωδικοποίησης.....                                                                                                 | 36 |
| 4.5.     | Ενσωμάτωση των τριών μεθοδολογικών πτυχών .....                                                                                                | 37 |
| 4.6.     | Ανάλυση δεδομένων .....                                                                                                                        | 37 |
| 4.6.1.   | Θεματική ανάλυση της συνέντευξης.....                                                                                                          | 37 |
| 4.6.2.   | Περιγραφική ανάλυση της συγκριτικής έρευνας .....                                                                                              | 38 |
| 4.6.3.   | Θεματική ανάλυση των ρόλων στην επικοινωνία.....                                                                                               | 38 |
| 4.6.4.   | Συγκριτική ανάλυση.....                                                                                                                        | 38 |
| 4.7.     | Αξιοπιστία και μεθοδολογική ακρίβεια .....                                                                                                     | 38 |
| 4.8.     | Ηθική της έρευνας.....                                                                                                                         | 39 |
| 4.9.     | Περιορισμοί του αναθεωρημένου σχεδιασμού .....                                                                                                 | 39 |
| 5.       | Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα .....                                                                                                                 | 41 |
| 5.1.     | Αποτελέσματα της συνέντευξης στο Μουσείο Κοτσανά.....                                                                                          | 41 |
| 5.1.1.   | Θέμα 1ο: Η Αυτοαντίληψη του Μουσείου Κοτσανά ως Δημιουργού Πολιτιστικού Περιεχομένου-Από τη διαφύλαξη στο ζωντανό πολιτιστικό περιεχόμενο..... | 41 |
| 5.1.2.   | Θέμα 2ο: Η τεχνολογία ως υπηρέτης της αφήγησης, όχι ως κινητήρια δύναμη της (story-first, tech-second).....                                    | 43 |
| 5.1.3.   | Θέμα 3ο: Ο Επισκέπτης ως συν-δημιουργός νοήματος στο Μουσείο Κοτσανά (active meaning-maker).....                                               | 45 |
| 5.1.4.   | Θέμα 4ο: Το Διττό Μοντέλο Αξιολόγησης Ψηφιακού Αντικτύπου (Digital Impact Framework) του Μουσείου Κοτσανά.....                                 | 47 |
| 5.1.5.   | Θέμα 5ο: Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση ως οργανωτική ταυτότητα, όχι ως καμπύλη υιοθέτησης τεχνολογίας.....                                           | 50 |
| 5.1.6.   | Σύνοψη των ευρημάτων των συνεντεύξεων .....                                                                                                    | 52 |

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.2. Συμπεράσματα από την ανασκόπηση εύρους .....                                                                            | 52 |
| 5.3. Περίληψη της ανασκόπησης καθορισμού του πεδίου εφαρμογής.....                                                           | 55 |
| 5.4. Αποτελέσματα της συγκριτικής έρευνας σε δεκαέξι μουσεία .....                                                           | 56 |
| 5.4.1. Περιγραφικά ευρήματα.....                                                                                             | 57 |
| 5.4.2. Θεματικά ευρήματα .....                                                                                               | 58 |
| 5.5. Περίληψη κεφαλαίου .....                                                                                                | 59 |
| 6. Κεφάλαιο 6: Συζήτηση .....                                                                                                | 61 |
| 6.1. Τριγωνοποίηση των τριών αξόνων .....                                                                                    | 61 |
| 6.2. Η τοποθέτηση του Μουσείου Κοτσανά στο ευρύτερο πλαίσιο .....                                                            | 62 |
| 6.3. Θεωρητικές επιπτώσεις .....                                                                                             | 64 |
| 6.4. Πρακτικές και διαχειριστικές επιπτώσεις .....                                                                           | 64 |
| 6.5. Περίληψη κεφαλαίου .....                                                                                                | 65 |
| 7. Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα.....                                                                                             | 66 |
| 7.1. Περίληψη της μελέτης.....                                                                                               | 66 |
| 7.2. Σύνοψη των βασικών ευρημάτων .....                                                                                      | 66 |
| 7.3. Συμβολή στη γνώση.....                                                                                                  | 67 |
| 7.4. Περιορισμοί.....                                                                                                        | 68 |
| 7.5. Προτάσεις για μελλοντική έρευνα .....                                                                                   | 68 |
| 7.6. Τελικές παρατηρήσεις: Η ιδιομορφία του Μουσείου Κοτσανά ως πρότυπο ψηφιακής αυτοπεποίθησης.....                         | 69 |
| Ξενόγλωσση βιβλιογραφία .....                                                                                                | 71 |
| Ελληνική Βιβλιογραφία.....                                                                                                   | 75 |
| Παραρτήματα.....                                                                                                             | 76 |
| Παράρτημα Α: Ημιδομημένη Συνέντευξη (απαντήσεις της Ιστορικού-Αρχαιολόγου του Μουσείου Κοτσανά κ. Βαρελά Κωνσταντίνας) ..... | 76 |
| Παράρτημα Β: Στρατηγική αναζήτησης για την ανασκόπηση πεδίου εφαρμογής .....                                                 | 91 |
| Παράρτημα Γ: Πλαίσιο κωδικοποίησης για τη συγκριτική έρευνα σχετικά με τις περιπτώσεις μουσείων.....                         | 92 |
| Παράρτημα Δ: Δείγμα μουσείων που εξετάστηκαν στη συγκριτική έρευνα .....                                                     | 93 |

## Πίνακας Συντομογραφιών / List of Acronyms

| Συντομογραφία     | Πλήρης Όρος στα Αγγλικά / Ελληνικά                                                               | Επεξήγηση / Μετάφραση στα Ελληνικά                                                 |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>AI</b>         | Artificial Intelligence                                                                          | Τεχνητή Νοημοσύνη                                                                  |
| <b>API</b>        | Application Programming Interface                                                                | Διεπαφή Προγραμματισμού Εφαρμογών                                                  |
| <b>AR</b>         | Augmented Reality                                                                                | Επαυξημένη Πραγματικότητα                                                          |
| <b>BTS / bts</b>  | Behind-the-Scenes                                                                                | Το «παρασκήνιο» (υλικό από την καθημερινή λειτουργία του μουσείου)                 |
| <b>CBT</b>        | Computer-Based Training / Interface                                                              | Διεπαφή/Εκπαίδευση μέσω Υπολογιστή                                                 |
| <b>COVID-19</b>   | Coronavirus Disease 2019                                                                         | Νόσος του Κορωνοϊού 2019                                                           |
| <b>ΕΑΠ</b>        | Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο                                                                    | Hellenic Open University                                                           |
| <b>EMF / EMYA</b> | European Museum Forum / European Museum of the Year Award                                        | Ευρωπαϊκό Φόρουμ Μουσείων / Βραβείο Ευρωπαϊκού Μουσείου της Χρονιάς                |
| <b>ΕΣΠΑ</b>       | Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης                                                        | National Strategic Reference Framework (NSRF)                                      |
| <b>GLOs</b>       | Generic Learning Outcomes                                                                        | Γενικά Μαθησιακά Αποτελέσματα (Πλαίσιο του Arts Council England)                   |
| <b>ICOM</b>       | International Council of Museums                                                                 | Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων                                                         |
| <b>KPIs</b>       | Key Performance Indicators                                                                       | Βασικοί Δείκτες Απόδοσης                                                           |
| <b>MOOCs</b>      | Massive Open Online Courses                                                                      | Μαζικά Ανοικτά Διαδικτυακά Μαθήματα                                                |
| <b>PRISMA-ScR</b> | Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses extension for Scoping Reviews | Πρότυπο Αναφοράς για Ανασκοπήσεις Χαρτογράφησης/Εύρους                             |
| <b>QR (Code)</b>  | Quick Response Code                                                                              | Κώδικας Ταχείας Απόκρισης                                                          |
| <b>RQ</b>         | Research Question                                                                                | Ερευνητικό Ερώτημα                                                                 |
| <b>ΣΕΠ</b>        | Σύμβουλος Καθηγητής / Μέλος ΣΕΠ                                                                  | Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού του ΕΑΠ                              |
| <b>STEAM</b>      | Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics                                              | Φιλοσοφία Εκπαίδευσης: Φυσικές Επιστήμες, Τεχνολογία, Μηχανική, Τέχνες, Μαθηματικά |
| <b>STEM</b>       | Science, Technology, Engineering, Mathematics                                                    | Φυσικές Επιστήμες, Τεχνολογία, Μηχανική, Μαθηματικά                                |
| <b>SWOT</b>       | Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats                                                    | Μήτρα Στρατηγικής Ανάλυσης: Πλεονεκτήματα, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές           |
| <b>UGC</b>        | User-Generated Content                                                                           | Περιεχόμενο Παραγόμενο από τον Χρήστη                                              |
| <b>UX</b>         | User Experience                                                                                  | Εμπειρία Χρήστη                                                                    |
| <b>VR</b>         | Virtual Reality                                                                                  | Εικονική Πραγματικότητα                                                            |

## 1. Κεφάλαιο 1: Το μουσείο στην ψηφιακή συνθήκη

### 1.1. Η εξέλιξη του μουσειακού θεσμού: Από την αυθεντία σε φορέα συμμετοχικής επικοινωνίας

Η έννοια του μουσείου εξελίσσεται παράλληλα με την ευρύτερη κοινωνική εξέλιξη, αντανακλώντας τις μεταβολές που σημειώνονται στις αντιλήψεις για τον πολιτισμό, τη γνώση και την πολιτιστική κληρονομιά. Από έναν χώρο που λειτουργούσε κυρίως ως «αποθετήριο» αντικειμένων, το μουσείο έχει σταδιακά μετασχηματιστεί σε έναν δυναμικό θεσμό αλληλεπίδρασης, επικοινωνίας και διαλόγου. Πρόκειται για μια πολυδιάστατη έννοια, η οποία έχει επαναπροσδιοριστεί πολλές φορές κατά τη διάρκεια της ιστορικής της εξέλιξης και έχει αποτελέσει αντικείμενο εκτεταμένου επιστημονικού διαλόγου. Οι μεταβολές αυτές αντικατοπτρίζουν τις πολιτισμικές, κοινωνικές και ιδεολογικές αλλαγές κάθε εποχής, ενώ τόσο η ελληνική όσο και η διεθνής βιβλιογραφία αναγνωρίζουν ότι η εξέλιξη του μουσείου συνδέεται άμεσα με τη μεταβολή των αντιλήψεων για την πολιτιστική κληρονομιά, τη γνώση και τον κοινωνικό του ρόλο (Hooper-Greenhill, 1992· Μπούνια, 2009).

Κατά τον 20ό αιώνα συντελείται μία από τις σημαντικότερες αλλαγές στη λειτουργία και τη φιλοσοφία του μουσείου. Η έμφαση μετατοπίζεται από τα ίδια τα αντικείμενα προς τον επισκέπτη, ενώ η μουσειολογία διαμορφώνεται ως αυτόνομο επιστημονικό πεδίο που προσεγγίζει το μουσείο όχι μόνο ως χώρο διατήρησης και έκθεσης συλλογών, αλλά και ως περιβάλλον μάθησης, εμπειρίας και κοινωνικής συμμετοχής. Η μεταβολή αυτή συνοδεύεται από νέες προσεγγίσεις στην ερμηνεία της πολιτιστικής κληρονομιάς, οι οποίες αναγνωρίζουν τον ενεργό ρόλο του κοινού στη διαδικασία παραγωγής νοήματος. Παράλληλα, αναπτύσσονται εκπαιδευτικά προγράμματα, ενισχύονται οι πολιτικές προσβασιμότητας και διευρύνεται ο κοινωνικός ρόλος των μουσείων, τα οποία παύουν να λειτουργούν αποκλειστικά ως χώροι διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς και αναδεικνύονται σε φορείς εκπαίδευσης, κοινωνικής ένταξης και πολιτιστικής συμμετοχής.

Στη σύγχρονη εποχή, το μουσείο λειτουργεί ως ένας δυναμικός θεσμός που προάγει την κοινωνική συνοχή, την πολιτιστική συμμετοχή και την ισότιμη πρόσβαση στον πολιτισμό και τη γνώση. Το σύγχρονο μουσειακό πρότυπο υιοθετεί μια συμμετοχική προσέγγιση, μετατοπίζοντας το επίκεντρο από το αντικείμενο στον επισκέπτη και αναγνωρίζοντάς τον ως ενεργό συνδιαμορφωτή της μουσειακής εμπειρίας. Η Συλαίου (2023) επισημαίνει ότι η συμμετοχικότητα δεν περιορίζεται στη φυσική παρουσία του κοινού στον μουσειακό χώρο, αλλά συνδέεται με τη δημιουργία ενός «τρίτου χώρου» διαλόγου, στον οποίο οι επισκέπτες συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση και ερμηνεία του νοήματος των εκθεμάτων. Η μετάβαση αυτή προς έναν περισσότερο συμμετοχικό και δημοκρατικό χαρακτήρα των μουσείων δημιούργησε τις προϋποθέσεις για την ενσωμάτωση των ψηφιακών τεχνολογιών στην πολιτιστική επικοινωνία, ενώ παράλληλα διαμόρφωσε ένα νέο εννοιολογικό πλαίσιο κατανόησης του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν οι σύγχρονοι πολιτιστικοί οργανισμοί. Στο πλαίσιο αυτό, το [Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά](#) δεν περιορίζεται στον ρόλο του θεματοφύλακα της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά αναδεικνύεται σε ενεργό παραγωγό πολιτιστικού περιεχομένου και εμπειριών.

Η θεωρητική αυτή μετατόπιση περιγράφεται αναλυτικά από τον Hooper-Greenhill (1992, 2000), ο οποίος παρουσιάζει τη μετάβαση από το «μοντερνιστικό μουσείο», όπου η γνώση αντιμετωπίζεται ως σταθερή και μεταδίδεται μονοδιάστατα στον επισκέπτη, προς το «μετα-μουσείο» (Post Museum), στο οποίο η ερμηνεία της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί μια κοινωνικά διαπραγματευόμενη, πολυφωνική και διαρκώς εξελισσόμενη διαδικασία. Υπό αυτή την οπτική, το νόημα δεν θεωρείται πλέον εγγενές στα εκθέματα, αλλά συν-διαμορφώνεται μέσα από την αλληλεπίδραση των επισκεπτών με το μουσείο. Ως εκ τούτου, η επικοινωνιακή στρατηγική των μουσείων, η αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων, η παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η εφαρμογή τεχνολογιών εμπύθισης δεν αποτελούν απλώς εργαλεία προβολής, αλλά βασικούς μηχανισμούς παραγωγής πολιτιστικού νοήματος και ενίσχυσης της συμμετοχής του κοινού.

Η εξέλιξη αυτή αποτυπώθηκε θεσμικά στη Γενική Συνέλευση του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων (ICOM) στην Πράγα το 2022, όπου υιοθετήθηκε ένας νέος ορισμός του μουσείου, ο οποίος αναγνωρίζει τον σύγχρονο κοινωνικό και συμμετοχικό του ρόλο. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, «το μουσείο είναι ένας μόνιμος μη κερδοσκοπικός οργανισμός, στην υπηρεσία της κοινωνίας, ο οποίος ερευνά, συλλέγει, συντηρεί, ερμηνεύει και εκθέτει τεκμήρια υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Ανοιχτό και προσβάσιμο στο κοινό, χωρίς αποκλεισμούς, προάγει την ποικιλομορφία και την αειφορία. Λειτουργεί και επικοινωνεί με επαγγελματική δεοντολογία και με τη συμμετοχή των κοινοτήτων, προσφέροντας ποικίλες εμπειρίες με σκοπό την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία, τον αναστοχασμό και τη διάδοση της γνώσης». Ο αναθεωρημένος αυτός ορισμός εξισορροπεί την παραδοσιακή αποστολή των μουσείων με τις σύγχρονες κοινωνικές απαιτήσεις, αναδεικνύοντας την επικοινωνία, τη συμμετοχή και την προσβασιμότητα ως αναπόσπαστα στοιχεία της λειτουργίας τους. Η προσέγγιση αυτή αντανακλά και τη φιλοσοφία του Μουσείου Κοτσανά, όπου ο σχεδιασμός εμπειριών και η επικοινωνία αποτελούν οργανικά στοιχεία της πολιτιστικής του αποστολής και όχι απλώς υποστηρικτικές λειτουργίες.

Στο ίδιο θεωρητικό πλαίσιο εντάσσεται και η προσέγγιση της Nina Simon (2010) για το «συμμετοχικό μουσείο», η οποία αποτελεί μία από τις πλέον κατάλληλες θεωρητικές βάσεις για την ερμηνεία του λειτουργικού μοντέλου του Μουσείου Κοτσανά. Σύμφωνα με τη Simon, στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή η επιτυχία ενός μουσείου δεν εξαρτάται μόνο από την ποιότητα των συλλογών του, αλλά και από την ικανότητά του να δημιουργεί συνθήκες ενεργού συμμετοχής, μέσα από τις οποίες οι επισκέπτες μπορούν να μοιράζονται εμπειρίες, να δημιουργούν περιεχόμενο και να αναπτύσσουν ουσιαστικές σχέσεις γύρω από ένα κοινό πολιτιστικό αγαθό. Με τον τρόπο αυτό, ο επισκέπτης παύει να αποτελεί έναν παθητικό αποδέκτη εξειδικευμένης γνώσης και αναδεικνύεται σε ενεργό συμμετοχο της μουσειακής εμπειρίας και της παραγωγής πολιτιστικού νοήματος.

Οι θεωρητικές προσεγγίσεις που παρουσιάστηκαν αποτελούν το εννοιολογικό πλαίσιο πάνω στο οποίο βασίστηκε ο σχεδιασμός της παρούσας έρευνας και η διαμόρφωση των ερευνητικών αξόνων της συνέντευξης. Ειδικότερα, η πρώτη θεματική ενότητα διερευνά τον τρόπο με τον οποίο η στρατηγική αφήγησης του μουσείου συμβάλλει στην ενίσχυση της ενεργού συμμετοχής του κοινού και στην παρακίνηση για φυσική επίσκεψη. Η δεύτερη εστιάζει στην προσαρμογή της επικοινωνιακής στρατηγικής και του αφηγηματικού περιεχομένου στις ανάγκες διαφορετικών γενεακών ομάδων, με ιδιαίτερη έμφαση στη Γενιά Z. Η τρίτη εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους τους χρήστες (user-generated content) αξιοποιείται και ενσωματώνεται στη συνολική επικοινωνιακή στρατηγική του μουσείου. Με τον τρόπο αυτό, το θεωρητικό πλαίσιο δεν παρουσιάζεται ως ένα αυτοτελές τμήμα της εργασίας, αλλά λειτουργεί ως ερμηνευτικός άξονας για την ανάλυση των εμπειρικών

δεδομένων που συλλέχθηκαν, διασφαλίζοντας τη σύνδεση της θεωρίας με την ερευνητική διαδικασία.

Η μετάβαση των μουσείων προς ένα περισσότερο συμμετοχικό μοντέλο συνέπεσε χρονικά με την ανάπτυξη της κοινωνίας των δικτύων, την οποία ο Castells (2009) περιγράφει ως έναν κοινωνικό σχηματισμό όπου η εξουσία, η γνώση και η πληροφορία διακινούνται κυρίως μέσω δικτύων επικοινωνίας και όχι μέσω παραδοσιακών ιεραρχικών δομών. Στο πλαίσιο αυτό, τα μουσεία που υιοθετούν μια δικτυωμένη προσέγγιση στην πολιτιστική επικοινωνία, ενσωματώνοντας τις δυνατότητες των ψηφιακών μέσων και των κοινωνικών δικτύων, ενισχύουν τη δυνατότητά τους να παραμένουν κοινωνικά επίκαιρα και ουσιαστικά για το σύγχρονο κοινό. Η στρατηγική που ακολουθεί το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της προσέγγισης, καθώς αξιοποιεί την παραγωγή πρωτότυπου ψηφιακού περιεχομένου, την ανάπτυξη διαδικτυακών κοινοτήτων ενδιαφέροντος, τη συνεργασία με φορείς και αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματα, καθώς και τη διοργάνωση περιοδικών εκθέσεων, με στόχο τη διαρκή ενίσχυση της πολιτιστικής του παρουσίας και της αλληλεπίδρασης με το κοινό. Υπό το πρίσμα της θεωρίας του Castells, η στρατηγική αυτή μπορεί να ερμηνευθεί ως ένα δικτυωμένο μοντέλο πολιτιστικής επιρροής, το οποίο βασίζεται στη συνεχή παραγωγή αξίας, στη δημιουργία σχέσεων με το κοινό και στη διατήρηση της πολιτιστικής συνάφειας του οργανισμού στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον.

## 1.2. Ορισμός και χαρακτηριστικά του Ψηφιακού Μουσείου: η υβριδική Ταυτότητα

Η ιστορική εξέλιξη του μουσείου χαρακτηρίζεται από τη μετάβαση από το νεωτερικό μοντέλο του 19ου αιώνα σε αυτό που η Hooper-Greenhill (2000) ονόμασε «Post-Museum» (Μετα-Μουσείο). Το παραδοσιακό μουσείο λειτουργούσε ως ένας «ναός της γνώσης», στον οποίο ο επιμελητής κατείχε τον κυρίαρχο ρόλο στη διαμόρφωση και μετάδοση της γνώσης, παρουσιάζοντας μια ενιαία και αυθεντική ερμηνεία των εκθεμάτων. Αντίθετα, το σύγχρονο μουσείο εξελίσσεται σε έναν ανοικτό και συμμετοχικό οργανισμό, όπου η γνώση δεν μεταδίδεται μονοδιάστατα, αλλά συνδιαμορφώνεται μέσα από τη διαδραστική σχέση μεταξύ μουσείου και επισκέπτη. Η μετάβαση αυτή επιταχύνθηκε σημαντικά από την ψηφιακή επανάσταση, η οποία αναδιαμόρφωσε τόσο τις μορφές επικοινωνίας όσο και τις προσδοκίες του κοινού απέναντι στους πολιτιστικούς οργανισμούς. Στο πλαίσιο αυτό, η Συλαίου (2023) υποστηρίζει ότι η υιοθέτηση ενός συμμετοχικού μοντέλου δεν αποτελεί πλέον απλώς μια καινοτόμο επιλογή, αλλά βασική προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα και τη διαχρονική κοινωνική σημασία των μουσείων. Το μουσείο εγκαταλείπει σταδιακά τον εσωστρεφή του χαρακτήρα και υιοθετεί μια φιλοσοφία εκδημοκρατισμού της γνώσης, επιτρέποντας στους επισκέπτες να αλληλεπιδρούν με το πολιτιστικό περιεχόμενο, να το σχολιάζουν, να το ερμηνεύουν και να συμβάλλουν ενεργά στη διαμόρφωση νέων αφηγήσεων. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται ο κοινωνικός ρόλος του μουσείου, καθώς προσαρμόζεται στις ανάγκες μιας κοινωνίας που βασίζεται στη συμμετοχή, τη συνεργασία και τη διαρκή ανταλλαγή γνώσης.

Στο πλαίσιο της σύγχρονης μετα-μουσειακής προσέγγισης, η έννοια του ψηφιακού μουσείου υπερβαίνει την απλή αξιοποίηση τεχνολογικών εφαρμογών και προσεγγίζεται ως μια σύνθετη πολιτισμική πρακτική που μετασχηματίζει τη σχέση μεταξύ επισκέπτη, πολιτιστικού αντικειμένου και γνώσης. Σύμφωνα με τον Schweibenz (2019), το ψηφιακό μουσείο δεν

αποτελεί πλέον μια απλή διαδικτυακή προέκταση του φυσικού μουσείου, αλλά μια αυτόνομη και δυναμική ψηφιακή οντότητα, η οποία επιτελεί τις λειτουργίες της συλλογής, της διατήρησης, της τεκμηρίωσης, της ερμηνείας και της επικοινωνίας μέσα σε ένα δικτυωμένο περιβάλλον. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται άμεσα με την οραματική προσέγγιση του André Malraux (1967) για το «Μουσείο χωρίς Τοίχους» (Museum Without Walls), σύμφωνα με την οποία η πρόσβαση στην τέχνη και την πολιτιστική κληρονομιά αποδесμεύεται από τα γεωγραφικά και φυσικά όρια του μουσείου. Η σύγχρονη τεχνολογία καθιστά πλέον εφικτή την υλοποίηση αυτής της ιδέας μέσω της ανάπτυξης μιας υβριδικής μουσειακής ταυτότητας, η οποία, σύμφωνα με τον Marty (2007), γεφυρώνει τον φυσικό και τον ψηφιακό χώρο δημιουργώντας ένα ενιαίο περιβάλλον πολιτιστικής εμπειρίας.

Στο υβριδικό αυτό μοντέλο, το φυσικό έκθεμα και η ψηφιακή πληροφορία δεν λειτουργούν ανταγωνιστικά αλλά συμπληρωματικά, συνθέτοντας μια ολοκληρωμένη εμπειρία για τον επισκέπτη. Οι Drotner et al. (2018) επισημαίνουν ότι το σύγχρονο μουσείο δεν περιορίζεται πλέον στον φυσικό του χώρο, αλλά αναπτύσσεται σε ένα πολυκαναλικό οικοσύστημα επικοινωνίας, στο οποίο η φυσική και η ψηφιακή παρουσία συνυπάρχουν και αλληλοσυμπληρώνονται. Η προσέγγιση αυτή αποδίδεται συχνά με τον όρο *phygital* (physical + digital), περιγράφοντας την οργανική σύνδεση της φυσικής επίσκεψης με τις δυνατότητες που προσφέρουν οι ψηφιακές τεχνολογίες. Στο πλαίσιο αυτό, οι τεχνολογικές εφαρμογές δεν αποσκοπούν στην αντικατάσταση της αυθεντικής εμπειρίας του εκθέματος, αλλά στη διεύρυνση και τον εμπλουτισμό της. Όπως υποστηρίζει η Economidou (2015), οι ψηφιακές εφαρμογές λειτουργούν ως ερμηνευτικά εργαλεία που αποκαλύπτουν ιστορικά συμφραζόμενα, κοινωνικές διαστάσεις και αφηγηματικά επίπεδα τα οποία δεν είναι πάντοτε εμφανή μέσα από τη συμβατική έκθεση. Κατά συνέπεια, η ψηφιακή τεχνολογία ενισχύει τη μουσειακή εμπειρία, διευκολύνοντας μια βαθύτερη και περισσότερο εξατομικευμένη κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, χωρίς να υποκαθιστά την αξία και την αυθεντικότητα του φυσικού αντικειμένου.

Η υβριδική αυτή διάσταση συνοδεύεται από μια ουσιαστική μετατόπιση προς μια περισσότερο χρηστοκεντρική προσέγγιση, όπου ο επισκέπτης παύει να αποτελεί παθητικό αποδέκτη της πληροφορίας και αναδεικνύεται σε ενεργό συνδιαμορφωτή της μουσειακής εμπειρίας και του παραγόμενου νοήματος. Ο Witcomb (2003) υποστηρίζει ότι η διαδραστικότητα που προσφέρουν τα ψηφιακά μέσα αμφισβητεί την παραδοσιακή αυθεντία του μουσείου ως μοναδικού φορέα γνώσης, προωθώντας ένα περισσότερο δημοκρατικό και συμμετοχικό μοντέλο επικοινωνίας. Παράλληλα, η πολυμεσικότητα, ως θεμελιώδες χαρακτηριστικό του ψηφιακού περιβάλλοντος, επιτρέπει τον συνδυασμό κειμένου, εικόνας, ήχου και τρισδιάστατων αναπαραστάσεων, δημιουργώντας πολυαισθητηριακές εμπειρίες που ενισχύουν τόσο τη βιωματική μάθηση όσο και την ενσυναίσθηση του επισκέπτη (Parry, 2007). Επιπλέον, η αξιοποίηση της ανάλυσης δεδομένων και των εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης καθιστά δυνατή την εξατομίκευση της μουσειακής εμπειρίας, επιτρέποντας στους οργανισμούς να αναγνωρίζουν την ετερογένεια του κοινού τους και να προσαρμόζουν το περιεχόμενό τους ανάλογα με τα γνωστικά, πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά κάθε χρήστη (Borda & Bowen, 2019). Παράλληλα, η έννοια της «πανταχού παρούσας πρόσβασης» (ubiquitous access), όπως διατυπώνεται από τους Cameron και Kenderdine (2007), υπερβαίνει τους περιορισμούς του χρόνου και του χώρου, επιτρέποντας στο μουσείο να αποτελεί μέρος της καθημερινής ζωής των πολιτών. Η ψηφιακή προσβασιμότητα δεν περιορίζεται επομένως στη δυνατότητα διαδικτυακής σύνδεσης, αλλά συνιστά μηχανισμό κοινωνικής ένταξης, καθώς διευρύνει την πρόσβαση στην πολιτιστική κληρονομιά για άτομα με αναπηρίες, κατοίκους απομακρυσμένων περιοχών και γενικότερα για ομάδες που αντιμετωπίζουν περιορισμούς στη φυσική επίσκεψη.

Παράλληλα, η υβριδική ταυτότητα του μουσείου επηρεάζεται από τη μετάβαση στην οικονομία της εμπειρίας, όπου η αξία δεν αποδίδεται αποκλειστικά στο ίδιο το έκθεμα, αλλά στη σχέση

που αναπτύσσεται μεταξύ του επισκέπτη και του πολιτιστικού περιεχομένου (Falk & Dierking, 2016). Στο πλαίσιο αυτό, ο σύγχρονος επισκέπτης αξιοποιεί διαρκώς τις ψηφιακές τεχνολογίες ως γνωστικό και επικοινωνιακό εργαλείο, συμμετέχοντας ενεργά στη διαμόρφωση της συνολικής εμπειρίας. Η αλληλεπίδρασή του με το μουσείο δεν περιορίζεται πλέον στη διάρκεια της φυσικής επίσκεψης, αλλά ξεκινά ήδη από το στάδιο της προετοιμασίας, μέσα από την αναζήτηση πληροφοριών, την παρακολούθηση ψηφιακού περιεχομένου και τη διαμόρφωση προσδοκιών μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης αξιοποιεί εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR), σαρώνει κωδικούς QR, φωτογραφίζει και κοινοποιεί την εμπειρία του μέσω ψηφιακών πλατφορμών, ενώ μετά την ολοκλήρωσή της συνεχίζει να αλληλεπιδρά με το μουσείο δημοσιεύοντας αξιολογήσεις, συμμετέχοντας σε διαδικτυακές κοινότητες και αξιοποιώντας το διαθέσιμο ψηφιακό υλικό. Η μουσειακή εμπειρία αποκτά, επομένως, έναν διαρκή χαρακτήρα, ο οποίος εκτείνεται πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη φυσική επίσκεψη.

Υπό αυτές τις συνθήκες, το ψηφιακό μουσείο μετασχηματίζεται σε έναν χώρο διαρκούς κοινωνικής αλληλεπίδρασης, ανταλλαγής γνώσης και συλλογικής παραγωγής περιεχομένου. Το πολιτιστικό περιεχόμενο δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως στατικό, αλλά εξελίσσεται διαρκώς μέσα από την αξιοποίηση ανοικτών δεδομένων (*open data*), τη συμμετοχή των χρηστών και τη συνεχή ανανέωση των ψηφιακών πόρων. Η στρατηγική των «Ανοικτών Μουσείων» ενισχύει τη διαφάνεια, τη διάχυση της γνώσης και την επαναχρησιμοποίηση του πολιτιστικού υλικού από την ερευνητική, εκπαιδευτική και δημιουργική κοινότητα, αναδεικνύοντας το μουσείο σε έναν ζωντανό κόμβο καινοτομίας και συνεργασίας. Σύμφωνα με τη Συλαίου (2025), η αποτελεσματική ψηφιακή επιμέλεια επιτυγχάνει τη σύνδεση του φυσικού και του ψηφιακού περιβάλλοντος, ενισχύοντας τόσο την εμπιστευτική εμπειρία όσο και τη βιωματική μάθηση. Συνεπώς, το ψηφιακό μουσείο δεν αποτελεί απλώς προϊόν της τεχνολογικής εξέλιξης, αλλά εκφράζει έναν βαθύτερο μετασχηματισμό του ίδιου του μουσειακού θεσμού, ο οποίος ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της ψηφιακής εποχής και μιας δικτυωμένης κοινωνίας, γεφυρώνοντας δημιουργικά τον φυσικό κόσμο της πολιτιστικής κληρονομιάς με τις δυνατότητες του ψηφιακού περιβάλλοντος.

### 1.3. Η έννοια του «Post-Digital Museum»: Η Κανονικοποίηση και ο «Αόρατος» Χαρακτήρας της Τεχνολογίας

Η θεωρία του Ross Parry (2013) για το «μετα-ψηφιακό μουσείο» (post-digital museum) αποτελεί μία από τις σημαντικότερες σύγχρονες προσεγγίσεις στη μουσειολογική θεωρία, καθώς περιγράφει τη μετάβαση των μουσείων σε μια εποχή όπου οι ψηφιακές τεχνολογίες δεν αντιμετωπίζονται πλέον ως καινοτόμες ή πειραματικές εφαρμογές, αλλά ως αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής τους λειτουργίας. Σύμφωνα με τον Parry (2013), η περίοδος κατά την οποία η ψηφιακότητα αποτελούσε ένα διακριτό και «ξένο» στοιχείο σε σχέση με τις παραδοσιακές μουσειακές πρακτικές έχει ολοκληρωθεί. Αντίθετα, τα σύγχρονα μουσεία εισέρχονται σε μια μετα-ψηφιακή συνθήκη, όπου η τεχνολογία ενσωματώνεται οργανικά σε όλες τις λειτουργίες του οργανισμού και λειτουργεί ως βασική υποδομή, αντίστοιχη με τον ηλεκτρισμό ή τον φωτισμό ενός κτιρίου (Parry, 2013· Συλαίου, 2023).

Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερη σημασία αποκτά η έννοια της «κανονικοποίησης» (*normalization*), η οποία περιγράφει το στάδιο κατά το οποίο οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών

(ΤΠΕ) παύουν να θεωρούνται εξωτερικά ή εντυπωσιακά στοιχεία της μουσειακής εμπειρίας και ενσωματώνονται πλήρως στην καθημερινή λειτουργία του μουσείου. Η κανονικοποίηση επιτυγχάνεται όταν η τεχνολογία καθίσταται ουσιαστικά «αόρατη», με την έννοια ότι η προσοχή του επισκέπτη δεν επικεντρώνεται πλέον στο ίδιο το τεχνολογικό μέσο, αλλά στο περιεχόμενο, τη δραστηριότητα και την εμπειρία που αυτό υποστηρίζει. Ως εκ τούτου, στο σύγχρονο ψηφιακό μουσείο ο «αόρατος» χαρακτήρας της τεχνολογίας συνιστά ένδειξη επιτυχούς ενσωμάτωσής της, καθώς η τεχνική υποδομή λειτουργεί διακριτικά, υποστηρίζοντας τη βιωματική εμπειρία και την ερμηνεία της πολιτιστικής κληρονομιάς χωρίς να τις επισκιάζει.

Η έννοια της «αόρατης» τεχνολογίας δεν αναφέρεται στην απουσία ψηφιακών εφαρμογών ή διαδραστικών μέσων, αλλά στην οργανική και φυσική ενσωμάτωσή τους στη συνολική εμπειρία του επισκέπτη. Στο μετα-ψηφιακό μουσείο, η τεχνολογία παύει να αποτελεί το επίκεντρο της προσοχής και λειτουργεί ως μέσο που διευκολύνει την ερμηνεία και την επικοινωνία του πολιτιστικού περιεχομένου. Όπως επισημαίνουν οι Giannini και Bowen (2024), όταν οι ψηφιακές τεχνολογίες σχεδιάζονται αποτελεσματικά, «εξαφανίζονται» από τη συνείδηση του επισκέπτη, επιτρέποντάς του να επικεντρωθεί αποκλειστικά στην αλληλεπίδραση με το πολιτιστικό αγαθό, στη συναισθηματική εμπλοκή και στη διαδικασία ερμηνείας. Η προσέγγιση αυτή βασίζεται στις αρχές του σχεδιασμού εμπειρίας χρήστη (user experience-UX), σύμφωνα με τις οποίες η επιτυχία μιας ψηφιακής εφαρμογής δεν μετριέται από τον βαθμό τεχνολογικού εντυπωσιασμού, αλλά από το κατά πόσο ενισχύει με φυσικό και αβίαστο τρόπο την αυθεντικότητα και την ποιότητα της μουσειακής εμπειρίας.

Η παραπάνω διαδικασία συνδέεται στενά με την έννοια της «διάχυτης υπολογιστικής» όπου οι συσκευές ενσωματώνονται στον φυσικό χώρο με τρόπο οργανικό, καθιστώντας την αλληλεπίδραση φυσική και σχεδόν διαισθητική. Όπως επισημαίνει ο Parry (2007), η κανονικοποίηση σηματοδοτεί το πέρασμα από το «ψηφιακό ως εξαίρεση» στο «ψηφιακό ως προϋπόθεση». Σε αυτό το στάδιο, η τεχνολογία δεν λειτουργεί ως αυτοσκοπός, αλλά ως ένας διαφανής διαμεσολαβητής που διευκολύνει τη σύνδεση του επισκέπτη με το έκθεμα, επιτρέποντας τη διατήρηση της «αύρας» του αντικειμένου, καθώς το ψηφιακό μέσο δεν αποσπά την προσοχή από το πρωτότυπο, αλλά λειτουργεί συμπληρωματικά, προσφέροντας πληροφορίες τη στιγμή ακριβώς που ο χρήστης τις χρειάζεται.

Επιπλέον, η κανονικοποίηση επηρεάζει τη θεσμική κουλτούρα του μουσείου, καθώς οι ψηφιακές δεξιότητες ενσωματώνονται σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας του οργανισμού, από την επιμέλεια έως τη διοίκηση. Όταν η τεχνολογία καθίσταται αόρατη, το μουσείο μπορεί να επικεντρωθεί στην κοινωνική του αποστολή και στη δημιουργία νοήματος, αντί να αναλώνεται σε τεχνικές προκλήσεις. Η υιοθέτηση της λογικής του «σχεδιασμού για όλους» (universal design) ενισχύει περαιτέρω αυτόν τον χαρακτήρα, καθώς η τεχνολογία προσαρμόζεται στις ανθρώπινες ανάγκες και όχι το αντίθετο. Καταλήγοντας, η κανονικοποίηση της τεχνολογίας στο υβριδικό μουσείο δεν σημαίνει την υποτίμηση των ψηφιακών μέσων, αλλά την ανάδειξή τους σε έναν οργανικό, αθόρυβο και αποτελεσματικό σύμμαχο της πολιτιστικής εμπειρίας, που επιτρέπει στον επισκέπτη να βυθιστεί απρόσκοπτα στην αφήγηση.

Η λογική της κανονικοποίησης επεκτείνεται και στο εσωτερικό του ίδιου του οργανισμού, μεταβάλλοντας ουσιαστικά τον τρόπο λειτουργίας των μουσείων. Στο παρελθόν, οι ψηφιακές εφαρμογές αναπτύσσονταν συνήθως από εξειδικευμένα «τμήματα ψηφιακών μέσων», γεγονός που δημιουργούσε λειτουργικούς διαχωρισμούς μεταξύ των επιμέρους υπηρεσιών. Αντίθετα, το μετα-ψηφιακό μουσείο καταργεί αυτά τα στεγανά, αντιμετωπίζοντας την ψηφιακή επάρκεια ως μια οριζόντια δεξιότητα που αφορά το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού, από τους επιμελητές και τους συντηρητές έως τους μουσειοπαιδαγωγούς και τα στελέχη διοίκησης. Στο πρόσφατο έργο τους, οι Parry et al. (2025) εισάγουν την έννοια της «ψηφιακής αυτοπεποίθησης» (*digital*

*confidence*), υποστηρίζοντας ότι η επιτυχία ενός μουσείου στην ψηφιακή εποχή δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τον τεχνολογικό του εξοπλισμό, αλλά κυρίως από την οργανωσιακή του ωριμότητα και την ικανότητα του προσωπικού να αξιοποιεί με αυτοπεποίθηση τις ψηφιακές τεχνολογίες προς εκπλήρωση της κοινωνικής και πολιτιστικής αποστολής του οργανισμού. Υπό αυτό το πρίσμα, η τεχνολογία μετατρέπεται σε ένα οργανικό επίπεδο λειτουργίας (*organic layer*), το οποίο διαπερνά οριζόντια όλες τις δραστηριότητες του μουσείου, από τη συντήρηση και την τεκμηρίωση έως την επικοινωνία και την αλληλεπίδραση με το κοινό (Drotner et al., 2018).

Κατά συνέπεια, η κανονικοποίηση της τεχνολογίας συμβάλλει ουσιαστικά στον εκδημοκρατισμό της γνώσης, διευκολύνοντας την ελεύθερη διάχυση της πληροφορίας, ενισχύοντας τη συν-δημιουργία περιεχομένου και μετατρέποντας το μουσείο σε έναν ζωντανό κόμβο κοινωνικής, πολιτιστικής και εκπαιδευτικής αναφοράς (Parry, 2013· Μπούνια & Νικονάνου, 2022). Σύμφωνα με τον Parry (2013), η ψηφιακότητα έχει πλέον μεταβεί από το στάδιο της καινοτομίας στο στάδιο της κανονικότητας (*normality*), γεγονός που χαρακτηρίζει το μετα-ψηφιακό μουσείο. Σε αυτό το πλαίσιο, η τεχνολογία έχει ενσωματωθεί τόσο βαθιά στις λειτουργίες του οργανισμού, ώστε παύει να γίνεται αντιληπτή ως ξεχωριστό στοιχείο και λειτουργεί ως αυτονόητη υποδομή που επιτρέπει στο μουσείο να επικεντρώνεται στην ουσία της πολιτιστικής και κοινωνικής του αποστολής.

#### **1.4. Η «Ψηφιακή Αυτοπεποίθηση» των πολιτιστικών οργανισμών**

Η έννοια της «ψηφιακής αυτοπεποίθησης» (*digital confidence*) αποτελεί μία από τις πλέον πρόσφατες θεωρητικές προσεγγίσεις στη μουσειολογία και περιγράφει τη μετάβαση των πολιτιστικών οργανισμών από την απλή αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών στην ουσιαστική ενσωμάτωσή τους ως αναπόσπαστου στοιχείου της οργανωσιακής τους ταυτότητας. Η μετάβαση αυτή προς τη μετα-ψηφιακή συνθήκη δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την υιοθέτηση τεχνολογικών εργαλείων ή την ύπαρξη προηγμένου τεχνολογικού εξοπλισμού, αλλά από μια βαθύτερη διαδικασία οργανωσιακής ωρίμανσης. Οι Parry et al. (2025) περιγράφουν την «ψηφιακή αυτοπεποίθηση» ως την ικανότητα ενός μουσείου και του ανθρώπινου δυναμικού του να αξιοποιούν τις ψηφιακές τεχνολογίες με αυτοπεποίθηση, δημιουργικότητα και στρατηγική σκέψη, ενσωματώνοντάς τις σε όλες τις λειτουργίες του οργανισμού προς εκπλήρωση της κοινωνικής και πολιτιστικής του αποστολής. Η έννοια αυτή υπερβαίνει τον ψηφιακό εγγραμματισμό και την κατοχή τεχνικών δεξιοτήτων, καθώς συνδέεται με τη συνολική οργανωσιακή ετοιμότητα και την ικανότητα του μουσείου να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις του σύγχρονου ψηφιακού περιβάλλοντος (Malde et al., 2019).

Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση εκφράζει τη μετάβαση από μια εργαλειακή αντίληψη της τεχνολογίας σε μια στρατηγική αξιοποίησή της για την παραγωγή πολιτιστικού νοήματος και την ενίσχυση της επικοινωνίας με το κοινό. Δεν αφορά απλώς την παρουσία ενός μουσείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά την ικανότητά του να αξιοποιεί τις ψηφιακές πλατφόρμες ως χώρους διαλόγου, συμμετοχής και συν-δημιουργίας. Παράλληλα, προϋποθέτει μια ουσιαστική αλλαγή της οργανωσιακής κουλτούρας, σύμφωνα με την οποία η ψηφιακή εμπειρία δεν αντιμετωπίζεται ως ανταγωνιστική προς τη φυσική επίσκεψη, αλλά ως συμπληρωματική διάστασή της, η οποία μπορεί να ενισχύσει τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη. Η ανάπτυξη της ψηφιακής αυτοπεποίθησης προϋποθέτει συνεχή εκπαίδευση και ενδυνάμωση του

προσωπικού, καθώς η επιτυχής αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών εξαρτάται πρωτίστως από τους ανθρώπους που καλούνται να τις εφαρμόσουν. Όταν οι επιμελητές, οι μουσειοπαιδαγωγοί και τα υπόλοιπα στελέχη αισθάνονται εξοικειωμένοι με τα ψηφιακά μέσα, ο οργανισμός αποκτά μεγαλύτερη ευελιξία, αυθεντικότητα και αποτελεσματικότητα στην επικοινωνία του με το κοινό.

Ένας πολιτιστικός οργανισμός που διαθέτει ψηφιακή αυτοπεποίθηση δεν περιορίζεται στην υιοθέτηση καθιερωμένων πρακτικών, αλλά επιδεικνύει διάθεση για καινοτομία, πειραματισμό και δημιουργική αξιοποίηση των νέων ψηφιακών εργαλείων. Είναι σε θέση να αναπτύσσει πιο άμεσες και διαδραστικές μορφές επικοινωνίας με το κοινό, να αξιοποιεί έγκαιρα αναδυόμενες ψηφιακές πλατφόρμες και να αντιμετωπίζει την αποτυχία ως μέρος της διαδικασίας οργανωσιακής μάθησης και συνεχούς βελτίωσης. Με τον τρόπο αυτό, το μουσείο μετατρέπεται σταδιακά από παθητικό αποδέκτη των τεχνολογικών εξελίξεων σε ενεργό διαμορφωτή τους, αναλαμβάνοντας ηγετικό ρόλο στον ευρύτερο πολιτιστικό τομέα. Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση επιτρέπει στους πολιτιστικούς οργανισμούς να διαμορφώνουν νέες τάσεις, να ενθαρρύνουν τον δημόσιο διάλογο και να καλλιεργούν μορφές ενεργού συμμετοχής του κοινού μέσα από δράσεις συνδημιουργίας, ψηφιακές κοινότητες και συμμετοχικές πρωτοβουλίες, ενισχύοντας έτσι τη σύγχρονη κοινωνική και πολιτιστική τους επιρροή.

Συνολικά, η ψηφιακή αυτοπεποίθηση επιτρέπει στο μουσείο να αναλαμβάνει έναν ευρύτερο ρόλο ως πρεσβευτής του πολιτισμού, διευρύνοντας την επιρροή του πέρα από τα όρια της φυσικής του παρουσίας και συμβάλλοντας στη διεθνή προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η ηγεσία σκέψης (thought leadership) στην ψηφιακή εποχή δεν συνδέεται με την κατοχή της πλέον προηγμένης τεχνολογίας, αλλά με την ικανότητα του μουσείου να αξιοποιεί στρατηγικά τα ψηφιακά μέσα ώστε να εμπνέει, να εκπαιδεύει και να ενισχύει τον δημόσιο διάλογο, παραμένοντας ταυτόχρονα προσηλωμένο στη θεμελιώδη αποστολή του, δηλαδή στη διατήρηση, την ερμηνεία και τη διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Σύμφωνα με τους Parry et al. (2025), η ψηφιακή αυτοπεποίθηση εκδηλώνεται όταν η ψηφιακότητα παύει να αντιμετωπίζεται ως μια τεχνική πρόκληση και αναγνωρίζεται ως μια οριζόντια οργανωσιακή ικανότητα που διαπερνά όλες τις λειτουργίες του μουσείου. Ένας οργανισμός με υψηλό επίπεδο ψηφιακής αυτοπεποίθησης ενθαρρύνει τον πειραματισμό, αντιμετωπίζει την τεχνολογία ως οργανικό στοιχείο της ερμηνείας και της επικοινωνίας των συλλογών του και ενδυναμώνει το προσωπικό του, από τους επιμελητές έως τους υπεύθυνους επικοινωνίας, να αναπτύσσει πρωτότυπες και δημιουργικές ψηφιακές αφηγήσεις. Η προσέγγιση αυτή ενισχύει την ικανότητα του μουσείου να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες του κοινού και να διαμορφώνει ουσιαστικές σχέσεις αλληλεπίδρασης με αυτό.

Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση αποτελεί επίσης βασική προϋπόθεση ώστε το μουσείο να λειτουργήσει ως πολιτιστικός παράγοντας επιρροής (cultural influencer). Όπως υποστηρίζει ο Wollentz (2025), οι πολιτιστικοί οργανισμοί που διαθέτουν υψηλό βαθμό ψηφιακής ωριμότητας μπορούν να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά σε κοινωνικές αλλαγές και κρίσεις, μετατρέποντας τις προκλήσεις σε ευκαιρίες διαλόγου και συμμετοχής. Η δυνατότητα αυτή επιτρέπει στα μουσεία να επικοινωνούν με αυθεντικότητα στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, προωθώντας τον εκδημοκρατισμό του πολιτισμού και ενισχύοντας τη συν-δημιουργία περιεχομένου με το κοινό (Συλαίου, 2023). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτέλεσε η περίοδος της πανδημίας, κατά την οποία αρκετά μουσεία αξιοποίησαν τις ψηφιακές τεχνολογίες όχι μόνο για την προβολή των συλλογών τους, αλλά και για τη δημιουργία νέων χώρων επικοινωνίας, συμμετοχής και κοινωνικής αλληλεπίδρασης, μετατρέποντας το ψηφιακό περιβάλλον σε πεδίο πολιτιστικής παρέμβασης.

Η εξέλιξη αυτή επηρεάζει άμεσα και τον ρόλο του επισκέπτη, ο οποίος ενθαρρύνεται να συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση της μουσειακής εμπειρίας ως συν-δημιουργός (co-creator). Στο σύγχρονο μουσείο, η γνώση δεν παράγεται αποκλειστικά από τον οργανισμό, αλλά συν-διαμορφώνεται μέσα από τη συμμετοχή του κοινού, με το μουσείο να λειτουργεί ως διευκολυντής (facilitator) αυτής της διαδικασίας. Η προσέγγιση αυτή βρίσκει πρακτική εφαρμογή στο Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, το οποίο αξιοποιεί συστηματικά το ψηφιακό περιεχόμενο για να καταστήσει σύνθετες έννοιες της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας περισσότερο κατανοητές και ελκυστικές στο ευρύ κοινό. Ενδεικτικά, σύντομα βίντεο που παρουσιάζουν λειτουργικά μοντέλα, όπως το αυτόματο θέατρο του Ήρωνα ή ο μηχανικός υπηρέτης του Φίλωνα, δεν περιορίζονται στην απλή προβολή των εκθεμάτων, αλλά αναπαριστούν τη λειτουργία τους, μετατρέποντας αφηρημένες έννοιες της μηχανικής σε άμεσα κατανοητές και βιωματικές εμπειρίες. Η στρατηγική αυτή έχει συμβάλει στην ενίσχυση της διεθνούς προβολής του μουσείου, με αποτέλεσμα την παρουσία του σε διεθνή μέσα ενημέρωσης, όπως το CNN και το BBC. Η συγκεκριμένη περίπτωση αποτελεί αντικείμενο διερεύνησης και στην παρούσα έρευνα, καθώς η ημι-δομημένη συνέντευξη εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η ψηφιακή επικοινωνιακή στρατηγική του μουσείου συνέβαλε στην ανάπτυξη διεθνούς δημοσιότητας και στη δημιουργία ενός ισχυρού μοντέλου πολιτιστικής επιρροής, όπως περιγράφεται στη σύγχρονη θεωρητική βιβλιογραφία.

Ο Navarrete (2019, 2021) επεκτείνει τη συγκεκριμένη θεωρητική προσέγγιση, υποστηρίζοντας ότι τα σύγχρονα μουσεία εξελίσσονται σε οργανισμούς παραγωγής πολιτιστικού περιεχομένου (content enterprises), των οποίων η βιωσιμότητα δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη διατήρηση και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και από την ικανότητά τους να δημιουργούν, να διαχέουν και, σε ορισμένες περιπτώσεις, να αξιοποιούν οικονομικά πρωτότυπο ψηφιακό περιεχόμενο. Η προσέγγιση αυτή αποτυπώνεται χαρακτηριστικά στην περίπτωση του Μουσείου Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, ενός ιδιωτικού και οικονομικά αυτοσυντηρούμενου μουσείου, το οποίο αναπτύσσει ποικίλες ψηφιακές πρωτοβουλίες που ενισχύουν τη βιωσιμότητά του. Ενδεικτικά, το μουσείο υλοποιεί διαδικτυακές ξεναγήσεις επί πληρωμή για διεθνείς εκπαιδευτικούς οργανισμούς και εταιρικούς πελάτες, ενώ έχει αναπτύξει εξειδικευμένες κατασκευές για τη [συλλογή Cruise 2022](#) του οίκου Dior, αναδεικνύοντας τον τρόπο με τον οποίο η ψηφιακή καινοτομία μπορεί να συνδυαστεί με τη στρατηγική ανάπτυξη και τη διεθνή εξωστρέφεια.

Στο ελληνικό μουσειακό περιβάλλον, οι Μπούνια και Νικονάνου (2022) υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη της ψηφιακής αυτοπεποίθησης αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη μετάβαση από το παραδοσιακό, εσωστρεφές μουσείο σε ένα ανοικτό και συμμετοχικό οικοσύστημα πολιτισμού, το οποίο παράγει κοινωνική αξία και αναπτύσσει ουσιαστικές σχέσεις με τις κοινότητες στις οποίες απευθύνεται. Παράλληλα, επισημαίνουν ότι η αξιοποίηση υβριδικών και δημιουργικών προσεγγίσεων επιτρέπει στους πολιτιστικούς οργανισμούς να ανταποκρίνονται αποτελεσματικότερα στις σύγχρονες προκλήσεις, όπως οι περιορισμένοι οικονομικοί και ανθρωπίνι πόροι, ενισχύοντας τη βιωσιμότητα και την ανθεκτικότητά τους.

Συνοψίζοντας, η ψηφιακή αυτοπεποίθηση αποτελεί το επιστέγασμα του μετα-ψηφιακού μετασχηματισμού των μουσείων. Πρόκειται για μια κατάσταση οργανωσιακής ωριμότητας, κατά την οποία η τεχνολογία έχει ενσωματωθεί πλήρως στις λειτουργίες του μουσείου και λειτουργεί ως αυτονόητη υποδομή που υποστηρίζει την πολιτιστική, εκπαιδευτική και κοινωνική του αποστολή. Υπό αυτές τις συνθήκες, το μουσείο δεν επικεντρώνεται πλέον στην ίδια την τεχνολογία, αλλά στη δημιουργία νοήματος, στην καλλιέργεια ουσιαστικών σχέσεων με το κοινό και στην άσκηση πολιτιστικής επιρροής μέσα σε ένα παγκόσμιο και ψηφιακά διασυνδεδεμένο περιβάλλον.

### 1.5. Η έννοια της «εμβύθισης» (immersion) στον πολιτισμό

Η έννοια της εμβύθισης (immersion) στον χώρο του πολιτισμού σηματοδοτεί τη μετάβαση από την παθητική παρατήρηση στην ενεργό και βιωματική συμμετοχή, κατά την οποία ο επισκέπτης παύει να αποτελεί απλό θεατή και αναλαμβάνει ενεργό ρόλο στη διαμόρφωση της μουσειακής εμπειρίας. Στο μουσειακό πλαίσιο, η εμβύθιση ορίζεται ως η κατάσταση κατά την οποία ο επισκέπτης αισθάνεται ότι «βυθίζεται» σε ένα φυσικό ή ψηφιακό περιβάλλον, το οποίο απορροφά πλήρως την προσοχή και τις αισθήσεις του. Σύμφωνα με την Kidd (2014), η εμβυθιστική εμπειρία αναφέρεται στην ψυχολογική και αισθητηριακή κατάσταση κατά την οποία ο επισκέπτης μεταβαίνει από τον ρόλο του παθητικού παρατηρητή σε εκείνον του ενεργού συμμετόχου, βιώνοντας μια εμπειρία που ενισχύει την εμπλοκή και τη συναισθηματική του σύνδεση με το πολιτιστικό περιεχόμενο. Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, η εμβύθιση επιτυγχάνεται μέσω της αξιοποίησης τεχνολογιών όπως η εικονική πραγματικότητα (virtual reality-VR) και η επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality-AR), οι οποίες δημιουργούν την αίσθηση παρουσίας σε έναν εικονικό ή επαυξημένο χώρο. Παράλληλα, η θεωρία της «ροής» (flow) υποστηρίζει ότι όταν ο βαθμός πρόκλησης μιας διαδραστικής εφαρμογής βρίσκεται σε ισορροπία με τις δεξιότητες του χρήστη, δημιουργείται μια κατάσταση βαθιάς συγκέντρωσης και εμπλοκής, κατά την οποία τα όρια μεταξύ φυσικού και ψηφιακού περιβάλλοντος καθίστανται λιγότερο διακριτά. Στο πλαίσιο αυτό, το μουσείο μετασχηματίζεται από έναν χώρο στατικής έκθεσης αντικειμένων σε ένα δυναμικό περιβάλλον βιωματικής μάθησης, ενισχύοντας τη συναισθηματική σύνδεση των επισκεπτών με την πολιτιστική κληρονομιά.

Παράλληλα, η διεθνής βιβλιογραφία επισημαίνει και το λεγόμενο «παράδοξο της εμβύθισης», σύμφωνα με το οποίο η υπερβολική έμφαση στον τεχνολογικό εντυπωσιασμό ενδέχεται να αποσπάσει την προσοχή του επισκέπτη από την ιστορική, πολιτιστική και καλλιτεχνική αξία του ίδιου του εκθέματος. Για τον λόγο αυτό, η αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών οφείλει να υπηρετεί την ερμηνεία και την κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και όχι να λειτουργεί ως αυτοσκοπός. Η τεχνολογία αποκτά πραγματική αξία όταν υποστηρίζει την αφήγηση και εμπλουτίζει τη μουσειακή εμπειρία χωρίς να επισκιάζει το ίδιο το πολιτιστικό αντικείμενο.

Η εξέλιξη αυτή σηματοδοτεί τη μετάβαση από το παραδοσιακό μοντέλο της «απόστασης ασφαλείας» μεταξύ επισκέπτη και εκθέματος σε ένα μοντέλο συμμετοχικής αλληλεπίδρασης. Οι ψηφιακές τεχνολογίες λειτουργούν ως διαμεσολαβητές που διευρύνουν τους τρόπους επικοινωνίας του κοινού με το πολιτιστικό περιεχόμενο, επιτρέποντας στον επισκέπτη να αλληλεπιδρά όχι μόνο οπτικά αλλά και βιωματικά με τα εκθέματα. Μέσω διαδραστικών εφαρμογών, αισθητήρων κίνησης και άλλων ψηφιακών μέσων, το έκθεμα παύει να αποτελεί ένα στατικό αντικείμενο παρατήρησης και μετατρέπεται σε μια δυναμική πηγή γνώσης, η οποία ανταποκρίνεται στις ενέργειες και στις επιλογές του χρήστη.

Η προσέγγιση αυτή βρίσκει πρακτική εφαρμογή στο Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, όπου η αξιοποίηση του ψηφιακού περιεχομένου αποτελεί βασικό στοιχείο της επικοινωνιακής του στρατηγικής. Ενδεικτικά, σύντομα βίντεο που παρουσιάζουν λειτουργικά μοντέλα, όπως το αυτόματο θέατρο του Ήρωνα ή ο μηχανικός υπηρέτης του Φίλωνα, δεν περιορίζονται στην απλή προβολή των εκθεμάτων, αλλά αναπαριστούν τη λειτουργία τους, μετατρέποντας σύνθετες έννοιες της αρχαίας μηχανικής σε εύληπτες και βιωματικές εμπειρίες για το ευρύ κοινό. Η στρατηγική αυτή έχει συμβάλει στη διεθνή προβολή του μουσείου, οδηγώντας στην παρουσίασή του από διεθνή μέσα ενημέρωσης, όπως το CNN και το BBC. Η συγκεκριμένη πρακτική αποτελεί και αντικείμενο διερεύνησης της παρούσας έρευνας, μέσω της ημι-δομημένης συνέντευξης, η οποία εξετάζει τον τρόπο με τον οποίο η ψηφιακή επικοινωνιακή στρατηγική του μουσείου συνέβαλε στη διεθνή προβολή του και στη διασύνδεση των μέσων

κοινωνικής δικτύωσης με την κάλυψη από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, στοιχείο που αναγνωρίζεται στη σύγχρονη βιβλιογραφία ως χαρακτηριστικό γνώρισμα πολιτιστικών οργανισμών με υψηλό επίπεδο ψηφιακής ωριμότητας και επιρροής.

Σύμφωνα με τον Navarrete (2019, 2021), τα σύγχρονα μουσεία εξελίσσονται σταδιακά σε οργανισμούς παραγωγής πολιτιστικού περιεχομένου (content enterprises), των οποίων η βιωσιμότητα δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη διατήρηση και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και από την ικανότητά τους να δημιουργούν, να διαχέουν και, όπου είναι εφικτό, να αξιοποιούν οικονομικά πρωτότυπο ψηφιακό περιεχόμενο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, ένα ιδιωτικό και οικονομικά αυτοσυντηρούμενο μουσείο χωρίς κρατική χρηματοδότηση, το οποίο έχει αναπτύξει ποικίλες ψηφιακές πρωτοβουλίες που ενισχύουν τη βιωσιμότητά του. Ενδεικτικά, προσφέρει διαδικτυακές ξεναγήσεις επί πληρωμή σε διεθνείς εκπαιδευτικούς οργανισμούς και εταιρικούς πελάτες, ενώ έχει υλοποιήσει εξειδικευμένες κατασκευές για τη συλλογή Cruise 2022 του οίκου Dior. Υπό το πρίσμα αυτό, η θεωρία του ψηφιακού αφηγηματικού σχεδιασμού (digital storytelling) προσφέρει ένα κατάλληλο ερμηνευτικό πλαίσιο για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο το μουσείο μετασχηματίζει εξειδικευμένη επιστημονική γνώση σε προσβάσιμο, διαμοιράσιμο και οικονομικά βιώσιμο πολιτιστικό περιεχόμενο. Στην παρούσα εργασία, η διαδικασία αυτή αποδίδεται με τον όρο «πρωτογενές πολιτιστικό περιεχόμενο», αναφερόμενη στην παραγωγή αυθεντικού ψηφιακού υλικού που συνδυάζει την επιστημονική τεκμηρίωση με την αποτελεσματική επικοινωνία προς το ευρύ κοινό.

## 2. Κεφάλαιο 2: Τεχνολογίες Αιχμής και Μουσειακή Εμπειρία

### 2.1. Τεχνολογίες εμπύθισης και διάδρασης: εικονική (VR) και επαυξημένη πραγματικότητα (AR).

Στο πλαίσιο του ψηφιακού μετασχηματισμού των μουσείων, οι τεχνολογίες εμπύθισης (immersive technologies) αναδεικνύονται σε βασικά εργαλεία αναδιαμόρφωσης της μουσειακής εμπειρίας. Η εικονική πραγματικότητα (virtual reality-VR) και η επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality-AR) δεν αποτελούν απλώς τεχνολογικά μέσα οπτικοποίησης, αλλά σύγχρονα εργαλεία επικοινωνίας και ερμηνείας της πολιτιστικής κληρονομιάς, τα οποία γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ του φυσικού εκθέματος και της ψηφιακής πληροφορίας.

Η εικονική πραγματικότητα (virtual reality-VR) ορίζεται ως ένα πλήρως προσομοιωμένο ψηφιακό περιβάλλον, το οποίο απομονώνει τον χρήστη από τον φυσικό χώρο μέσω ειδικών συσκευών προβολής (*head-mounted displays*). Σύμφωνα με τους Giannini και Bowen (2024), η αποτελεσματικότητα της VR βασίζεται στις έννοιες της εμπύθισης (immersion) και της αίσθησης παρουσίας (presence), καθώς ο επισκέπτης βιώνει την εμπειρία σαν να βρίσκεται πραγματικά μέσα στο εικονικό περιβάλλον. Στο μουσειακό πλαίσιο, η τεχνολογία αυτή επιτρέπει την αναπαράσταση ιστορικών τόπων, γεγονότων και πολιτισμικών συμφραζόμενων που δεν είναι πλέον προσβάσιμα ή έχουν χαθεί με την πάροδο του χρόνου. Κατά συνέπεια, ο επισκέπτης δεν περιορίζεται στην απλή παρατήρηση του παρελθόντος, αλλά συμμετέχει ενεργά σε αυτό, γεγονός που ενισχύει τη βιωματική μάθηση και την ανάπτυξη ενσυναίσθησης. Όπως υποστηρίζουν οι Κατσελάκη και Χρίστου (2025), η εικονική πραγματικότητα μετατρέπει το μουσείο σε έναν χώρο ενσώματης μάθησης, όπου η γνώση αποκτάται μέσα από την εμπειρία και την ενεργή συμμετοχή του επισκέπτη.

Σε αντίθεση με την εικονική πραγματικότητα (virtual reality-VR), η επαυξημένη, δεν απομονώνει τον χρήστη από το φυσικό του περιβάλλον, αλλά εμπλουτίζει το πραγματικό έκθεμα με πρόσθετα ψηφιακά στοιχεία, όπως τρισδιάστατα μοντέλα, κείμενα, εικόνες, ήχο ή βίντεο, μέσω φορητών συσκευών, όπως έξυπνα κινητά τηλέφωνα και tablets. Η τεχνολογία αυτή συνδέεται άμεσα με την έννοια της «αόρατης τεχνολογίας» που περιγράφει ο Parry (2013), καθώς επιτρέπει στον επισκέπτη να διατηρεί την άμεση επαφή με το αυθεντικό αντικείμενο, ενώ παράλληλα αποκτά πρόσβαση σε πρόσθετες πληροφορίες που εμπλουτίζουν την ερμηνεία του. Η επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality-AR) αξιοποιείται ιδιαίτερα για την αναπαράσταση πολύπλοκων μηχανισμών, την αποκατάσταση ελλειπών αρχαιολογικών ευρημάτων και την οπτικοποίηση στοιχείων που δεν είναι ορατά με γυμνό μάτι. Σύμφωνα με τους Drotner et al. (2018), η τεχνολογία αυτή ενισχύει την υβριδική φύση του σύγχρονου μουσείου, δημιουργώντας ένα ενιαίο περιβάλλον στο οποίο το φυσικό έκθεμα και η ψηφιακή πληροφορία συνυπάρχουν και αλληλοσυμπληρώνονται, χωρίς να υποβαθμίζεται η αυθεντικότητα του πρωτοτύπου.

Η αξιοποίηση των τεχνολογιών εικονικής πραγματικότητας (virtual reality-VR) και επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR) αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της ψηφιακής ωριμότητας και της ψηφιακής αυτοπεποίθησης των σύγχρονων μουσείων. Μέσα από τις εφαρμογές αυτές, οι πολιτιστικοί οργανισμοί μπορούν να προσεγγίσουν διαφορετικές ομάδες κοινού, να καταρρίψουν την εικόνα του μουσείου ως στατικού χώρου και να καταστήσουν την εξειδικευμένη επιστημονική γνώση περισσότερο προσβάσιμη και ελκυστική, συμβάλλοντας

στον εκδημοκρατισμό του πολιτισμού (Συλαίου, 2023). Παράλληλα, ο επισκέπτης μετατρέπεται από παθητικό παρατηρητή σε ενεργό εξερευνητή της πολιτιστικής εμπειρίας, συμμετέχοντας ουσιαστικά στη διαδικασία ερμηνείας και μάθησης.

Η προσέγγιση αυτή αποτυπώνεται και στην περίπτωση του Μουσείου Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, το οποίο αξιοποιεί εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR) και άλλες ψηφιακές τεχνολογίες για την ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών. Ενδεικτικά, εφαρμόζονται λύσεις τρισδιάστατης οπτικοποίησης του Μηχανισμού των Αντικυθήρων, κωδικοί QR που οδηγούν σε διαδραστικές παρουσιάσεις και ψηφιακό περιεχόμενο, καθώς και εικονικές περιηγήσεις 360 μοιρών με σημεία αλληλεπίδρασης που επιτρέπουν στους χρήστες να εξερευνούν τα εκθέματα και να λαμβάνουν πρόσθετες πληροφορίες για το ιστορικό και τεχνολογικό τους πλαίσιο. Μέσα από τις εφαρμογές αυτές, το μουσείο δημιουργεί μια εμπειρία που συνδυάζει την επιστημονική τεκμηρίωση με τη βιωματική συμμετοχή, ενισχύοντας τόσο την κατανόηση της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας όσο και την ενεργό εμπλοκή του κοινού.

## 2.2. Η στρατηγική της ψηφιακής και διαμεσικής αφήγησης.

Η μετάβαση του μουσείου στη μετα-ψηφιακή (post-digital) συνθήκη προϋποθέτει την αξιοποίηση ενός ολοκληρωμένου οικοσυστήματος ψηφιακών τεχνολογιών, το οποίο επιτρέπει τον μετασχηματισμό της υλικής πολιτιστικής κληρονομιάς σε πολυμεσικό και διαδραστικό περιεχόμενο. Στο πλαίσιο αυτό, η στρατηγική του μουσείου ως δημιουργού πολιτιστικού περιεχομένου υλοποιείται μέσω ενός συνόλου τεχνολογικών εργαλείων που δεν λειτουργούν αποσπασματικά, αλλά συμπληρωματικά, ως μηχανισμοί ερμηνείας και επικοινωνίας. Μέσα από τη συνδυαστική αξιοποίησή τους, τα φυσικά εκθέματα συνδέονται με ψηφιακές πληροφορίες, ενισχύοντας την κατανόηση, τη συμμετοχή και τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη.

Η ψηφιακή αφήγηση (digital storytelling) αποτελεί μία από τις σημαντικότερες στρατηγικές επικοινωνίας των σύγχρονων μουσείων, καθώς μετατρέπει τις στατικές πληροφορίες σε δυναμικές και συναισθηματικά εμπλουτισμένες εμπειρίες. Μέσω της αξιοποίησης πολυμέσων, όπως εικόνες, ήχος, βίντεο, κινούμενα γραφικά και διαδραστικές εφαρμογές, το μουσείο εντάσσει τα εκθέματα σε ένα συνεκτικό αφηγηματικό πλαίσιο που διευκολύνει τόσο την κατανόηση όσο και τη συγκράτηση της πληροφορίας. Σύμφωνα με τον Bedford (2001), η αφήγηση αποτελεί θεμελιώδη λειτουργία του μουσείου, καθώς οι επισκέπτες συνδέονται περισσότερο με τις ιστορίες που συνοδεύουν τα αντικείμενα παρά με τα ίδια τα αντικείμενα. Στην ψηφιακή εποχή, η αφήγηση αποκτά μη γραμμικό και συμμετοχικό χαρακτήρα, επιτρέποντας στον επισκέπτη να διαμορφώνει τη δική του διαδρομή μέσα στο περιεχόμενο και να αλληλεπιδρά ενεργά με αυτό. Η προσέγγιση αυτή ενισχύει την εμπλοκή και την ικανοποίηση του κοινού, δημιουργώντας μια πιο προσωπική σχέση με την πολιτιστική κληρονομιά. Παράλληλα, επιτρέπει στο μουσείο να λειτουργεί ως παραγωγός και εκδότης πολυμεσικού περιεχομένου, το οποίο διαχέεται σε πολλαπλά κανάλια επικοινωνίας. Υπό αυτό το πρίσμα, η δημιουργία περιεχομένου δεν αποτελεί πλέον μια δευτερεύουσα δραστηριότητα προβολής, αλλά μια βασική μουσειολογική λειτουργία που συμβάλλει στην παραγωγή νοήματος και στην ενίσχυση της μουσειακής εμπειρίας (Koster, 2006).

Η αποτελεσματική διάχυση του περιεχομένου και η ανάπτυξη σχέσεων με το κοινό υποστηρίζονται από εργαλεία διαχείρισης μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media

management) και συστήματα ανάλυσης δεδομένων (analytics), τα οποία επιτρέπουν στους μουσειακούς οργανισμούς να αξιολογούν την απήχηση του περιεχομένου τους και να προσαρμόζουν τη στρατηγική επικοινωνίας στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών. Στο πλαίσιο αυτό, η ψηφιακή αφήγηση συμπληρώνεται από τη διαμεσική αφήγηση (transmedia storytelling), η οποία βασίζεται στη στρατηγική ανάπτυξη και διάχυση μιας ενιαίας αφήγησης σε πολλαπλές πλατφόρμες επικοινωνίας. Σύμφωνα με τη Simon (2010), το συμμετοχικό μουσείο (the participatory museum) αξιοποιεί τις ψηφιακές πλατφόρμες όχι μόνο ως μέσα προβολής, αλλά και ως χώρους ενεργού συμμετοχής, στους οποίους το κοινό συνδιαμορφώνει το πολιτιστικό περιεχόμενο και συμβάλλει στη δημιουργία νέων μορφών γνώσης και εμπειρίας. Μέσα από τη διαδικασία αυτή, τα μουσεία αναπτύσσουν ισχυρές ψηφιακές κοινότητες και καλλιεργούν σχέσεις εμπιστοσύνης και αφοσίωσης που υπερβαίνουν τα όρια της φυσικής επίσκεψης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι επίσημοι ιστότοποι, οι εφαρμογές για φορητές συσκευές και οι τεχνολογίες επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR) αποτελούν βασικούς άξονες της διαμεσικής αφήγησης, καθώς επιτρέπουν την ανάπτυξη μιας ενιαίας αφηγηματικής εμπειρίας μέσα από διαφορετικά αλλά αλληλοσυμπληρούμενα μέσα επικοινωνίας. Η διαμεσική αφήγηση δεν συνίσταται στην απλή αναπαραγωγή του ίδιου περιεχομένου σε διαφορετικές πλατφόρμες, αλλά στη δημιουργία συμπληρωματικών αφηγηματικών στοιχείων, όπου κάθε μέσο προσθέτει μια νέα διάσταση στη συνολική ιστορία. Όπως υποστηρίζει ο Jenkins (2006), κάθε επιμέρους αφήγηση συμβάλλει ουσιαστικά στη διαμόρφωση ενός ευρύτερου αφηγηματικού σύμπαντος, ενθαρρύνοντας το κοινό να εξερευνήσει διαφορετικές πτυχές του ίδιου πολιτιστικού περιεχομένου. Στο μουσειακό περιβάλλον, αυτό σημαίνει ότι η εμπειρία που ξεκινά στον εκθεσιακό χώρο μπορεί να συνεχιστεί και να εμπλουτιστεί μέσω δημοσιεύσεων στο Instagram, διαδραστικών δράσεων στο Facebook, βίντεο στο YouTube ή άλλων ψηφιακών εφαρμογών, δημιουργώντας μια συνεκτική και πολυεπίπεδη εμπειρία. Με τον τρόπο αυτό, διαμορφώνεται ένα ολοκληρωμένο αφηγηματικό οικοσύστημα που ενισχύει τη συμμετοχή, διατηρεί το ενδιαφέρον του κοινού και ενδυναμώνει τη σχέση του επισκέπτη με το μουσείο και την πολιτιστική του αποστολή:

Η διαμεσική αφήγηση αναπτύσσεται σε τρεις διαδοχικές φάσεις που καλύπτουν ολόκληρο το ταξίδι του επισκέπτη: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψη στο μουσείο.

Πριν από την επίσκεψη, αξιοποιούνται ψηφιακά εργαλεία προσέλκυσης και προετοιμασίας του κοινού. Οι μικροαφηγήσεις (micro-narratives) που δημοσιεύονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram Reels και το TikTok, λειτουργούν ως ψηφιακά ερεθίσματα που προκαλούν το ενδιαφέρον του κοινού και ενισχύουν την πρόθεση επίσκεψης. Μέσα από σύντομα βίντεο, δυναμικές εικόνες και ήχο, οι πλατφόρμες αυτές δημιουργούν προσδοκίες και προετοιμάζουν τον επισκέπτη για τη μουσειακή εμπειρία. Η διαδικασία αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί ως «ψηφιακή προ-εμβύθιση», καθώς η αφήγηση αρχίζει να διαμορφώνεται ήδη πριν από τη φυσική παρουσία στο μουσείο, συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας πρώτης συναισθηματικής σύνδεσης με το πολιτιστικό περιεχόμενο.

Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, η εμπειρία εμπλουτίζεται μέσω εργαλείων ερμηνείας και εμβάθυνσης της γνώσης. Οι εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR), οι ψηφιακοί οδηγοί (smart guides) και οι κωδικοί QR επιτρέπουν στους επισκέπτες να αποκτούν πρόσβαση σε πρόσθετο ψηφιακό υλικό, όπως τρισδιάστατες αναπαραστάσεις, βίντεο, ηχητικές αφηγήσεις και ιστορικές πληροφορίες που δεν είναι άμεσα διαθέσιμες στον εκθεσιακό χώρο. Με τον τρόπο αυτό, η τεχνολογία λειτουργεί ως ερμηνευτικό εργαλείο που ενισχύει την κατανόηση του εκθέματος, χωρίς να αποσπά την προσοχή από το αυθεντικό αντικείμενο. Παράλληλα, η ανάγκη για καθολική προσβασιμότητα και ψηφιακή ανθεκτικότητα οδήγησε στην ευρύτερη

αξιοποίηση πλατφορμών ζωντανής μετάδοσης, όπως το Zoom και το [YouTube Live](#), οι οποίες επιτρέπουν την παρακολούθηση μουσειακών δράσεων από απομακρυσμένους επισκέπτες και άτομα που αδυνατούν να μεταβούν στον φυσικό χώρο. Αν και η πρακτική αυτή δεν ταυτίζεται με την έννοια της ανοικτής πρόσβασης (open access), η οποία αφορά κυρίως την ελεύθερη διάθεση και επαναχρησιμοποίηση ψηφιακών δεδομένων, συμβάλλει ουσιαστικά στον εκδημοκρατισμό του πολιτισμού, καθιστώντας τη μουσειακή εμπειρία προσβάσιμη σε πραγματικό χρόνο για ευρύτερες κοινωνικές ομάδες (Haynes, 2022). Η αξιοποίηση ζωντανών διαδικτυακών ξεναγήσεων (live online tours) αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της πρακτικής και εφαρμόστηκε συστηματικά από το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά κατά την περίοδο της πανδημίας, διατηρώντας την επαφή του με το κοινό και προσφέροντας μια εμπειρία τηλεπαρουσίας που υπερέβαινε τους γεωγραφικούς περιορισμούς (Agostino et al., 2021). Αντιπροσωπευτικό δείγμα αυτής της εφαρμογής είναι προσβάσιμο στο Βίντεο της Live Virtual Tour του Μουσείου Κοτσανά στο [Facebook](#).

Μετά την επίσκεψη, η μουσειακή εμπειρία συνεχίζεται μέσω εργαλείων που ενισχύουν τη διατήρηση της γνώσης και τη μακροχρόνια σχέση του επισκέπτη με τον οργανισμό. Εκπαιδευτικά podcasts, ψηφιακά παιχνίδια (gamification) και διαδραστικές εκπαιδευτικές εφαρμογές παρατείνουν τη μαθησιακή διαδικασία πέρα από τον φυσικό χώρο του μουσείου. Η αξιοποίηση μηχανισμών παιχνιδοποίησης, όπως προκλήσεις, επιβραβεύσεις και διαδραστικές δραστηριότητες, ενισχύει την εμπλοκή του χρήστη, διευκολύνει τη συγκράτηση της γνώσης και αυξάνει την πιθανότητα επαναλαμβανόμενης επίσκεψης. Παράλληλα, τα ενημερωτικά δελτία (newsletters) λειτουργούν ως μηχανισμός διατήρησης της επικοινωνίας, προσφέροντας εξατομικευμένο περιεχόμενο, ενημερώσεις για νέες δράσεις και πρόσθετο εκπαιδευτικό υλικό. Μέσα από αυτή τη συνεχή επικοινωνία, η μεμονωμένη επίσκεψη μετατρέπεται σε μια διαρκή σχέση μεταξύ μουσείου και κοινού, ενισχύοντας τη συμμετοχή και την αφοσίωση των επισκεπτών (Villaespesa & Wowkowych, 2021). Η περίπτωση του Μουσείου Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της στρατηγικής, καθώς ο συνδυασμός ζωντανών διαδικτυακών ξεναγήσεων και στοχευμένης ψηφιακής επικοινωνίας συνέβαλε στη διατήρηση της σχέσης του μουσείου με το κοινό και μετά το πέρας της φυσικής ή ψηφιακής επίσκεψης.

Η υιοθέτηση πολιτικών ανοικτής πρόσβασης (open access) και η αξιοποίηση διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών (application programming interfaces -APIs) αποτελούν σημαντικά στάδια του ψηφιακού μετασχηματισμού των μουσείων, σηματοδοτώντας τη μετάβασή τους από κλειστούς χώρους διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ανοικτές ψηφιακές πλατφόρμες διάχυσης της γνώσης. Η ανοικτή πρόσβαση (open access) αναφέρεται στην πολιτική ελεύθερης διάθεσης ψηφιακών συλλογών, όπως εικόνων υψηλής ανάλυσης, μεταδεδομένων και τεκμηριωτικού υλικού, μέσω ανοικτών αδειών χρήσης, επιτρέποντας την επαναχρησιμοποίησή τους από την ερευνητική, εκπαιδευτική και δημιουργική κοινότητα. Παράλληλα, οι διεπαφές προγραμματισμού εφαρμογών (application programming interfaces-APIs) λειτουργούν ως τεχνικοί μηχανισμοί διασύνδεσης που επιτρέπουν την αυτοματοποιημένη ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ των πληροφοριακών συστημάτων του μουσείου και εξωτερικών ψηφιακών εφαρμογών. Μέσω των APIs, πλατφόρμες όπως το Google Arts & Culture ή η Wikipedia μπορούν να αντλούν επικαιροποιημένες πληροφορίες και ψηφιακό υλικό απευθείας από τις βάσεις δεδομένων των μουσείων, διευρύνοντας σημαντικά την εμβέλεια και τη διάχυση του πολιτιστικού περιεχομένου. Επιπλέον, η τεχνολογία αυτή επιτρέπει την παροχή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο (*just-in-time*), δίνοντας τη δυνατότητα σε εφαρμογές ψηφιακής ξενάγησης να εμφανίζουν δυναμικά το κατάλληλο περιεχόμενο τη στιγμή που ο επισκέπτης αλληλεπιδρά με ένα συγκεκριμένο έκθεμα.

Σύμφωνα με τη Navarrete (2021), οι τεχνολογίες αυτές ενισχύουν τον ψηφιακό εκδημοκρατισμό της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς το μουσείο παύει να αποτελεί τον αποκλειστικό φορέα διαχείρισης της γνώσης και μετατρέπεται σε έναν ανοικτό κόμβο δεδομένων που υποστηρίζει τη δημιουργία νέας γνώσης και ψηφιακού περιεχομένου. Μέσα από τη διάθεση ανοικτών δεδομένων, το πολιτιστικό περιεχόμενο ενσωματώνεται σε εκπαιδευτικές πλατφόρμες, ερευνητικές εφαρμογές και συστήματα τεχνητής νοημοσύνης, διευρύνοντας την κοινωνική και πολιτιστική επιρροή του μουσείου και ενισχύοντας την προσβασιμότητα της πολιτιστικής κληρονομιάς σε διεθνές επίπεδο.

Συνοψίζοντας, η σύγκλιση της ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling) και της διαμεσικής αφήγησης (transmedia storytelling) επαναπροσδιορίζει τον ρόλο του μουσείου ως ενός δυναμικού οικοσυστήματος εμπειριών που υπερβαίνει τα όρια του φυσικού χώρου και του γραμμικού χρόνου. Η ψηφιακή αφήγηση αξιοποιεί πολυμεσικά εργαλεία για την ερμηνεία και την εμβάθυνση στο πολιτιστικό περιεχόμενο, ενώ η διαμεσική στρατηγική διασφαλίζει τη συνεχή διάχυση της αφήγησης μέσα από πολλαπλές ψηφιακές πλατφόρμες, προσφέροντας στους επισκέπτες μια συνεκτική, συμμετοχική και πολυεπίπεδη εμπειρία. Όπως υποστηρίζει ο Jenkins (2006), η αποτελεσματικότητα αυτού του μοντέλου προϋποθέτει ότι ο οργανισμός παραχωρεί μέρος του ελέγχου της αφήγησης στο ίδιο το κοινό, το οποίο συμμετέχει ενεργά στη συνδιαμόρφωση του πολιτιστικού νοήματος. Κατά συνέπεια, στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, η επιρροή ενός μουσείου δεν απορρέει αποκλειστικά από τη διαχείριση της γνώσης, αλλά από την ικανότητά του να μετατρέπει το πολιτιστικό περιεχόμενο σε διασυνδεδεμένες, ελκυστικές και συμμετοχικές αφηγήσεις που κινητοποιούν και εμπνέουν τους πολίτες μιας δικτυωμένης κοινωνίας.

Η συγκεκριμένη προσέγγιση αποκτά ιδιαίτερη σημασία στην περίπτωση μουσείων τεχνολογικού χαρακτήρα, όπως το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά, όπου η κατανόηση πολύπλοκων μηχανισμών απαιτεί την αξιοποίηση διαφορετικών επιπέδων αφήγησης, όπως οπτικών, ακουστικών και διαδραστικών μέσων. Ο συνδυασμός αυτών των μορφών επικοινωνίας επιτρέπει την αποτελεσματικότερη ερμηνεία της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας, καθιστώντας το επιστημονικό περιεχόμενο περισσότερο κατανοητό, προσβάσιμο και ελκυστικό για το ευρύ κοινό.

### **2.3. Η Στρατηγική της «Αυθεντικότητας»: Το παρασκήνιο (Behind-the-Scenes) ως μέσο ψηφιακής εμπιστοσύνης.**

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί η ανάδειξη της αυθεντικότητας ως στρατηγικής επιλογής των σύγχρονων μουσείων, καθώς αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ της ψηφιακής τεχνολογίας και της ανθρώπινης εμπειρίας. Εάν η ψηφιακή αφήγηση (digital storytelling) λειτουργεί ως το μέσο διάχυσης της γνώσης, η αυθεντικότητα λειτουργεί ως ο παράγοντας που ενισχύει την αξιοπιστία, την εμπιστοσύνη και τη συναισθηματική σύνδεση του κοινού με τον οργανισμό. Στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, η επιρροή ενός μουσείου συνδέεται άμεσα με τη διαφάνεια των πρακτικών του και την ικανότητά του να επικοινωνεί με τρόπο ειλικρινή και ανθρώπινο. Υπό αυτή την έννοια, η αυθεντικότητα δεν αποτελεί απλώς επικοινωνιακή επιλογή, αλλά βασική προϋπόθεση για τη διαμόρφωση σχέσεων εμπιστοσύνης και τη διατήρηση της κοινωνικής του επιρροής.

Στο πλαίσιο αυτό, το περιεχόμενο behind-the-scenes (bts) αναδεικνύεται σε μία από τις σημαντικότερες μορφές ψηφιακής επικοινωνίας των μουσείων, καθώς ενισχύει την εμπιστοσύνη και τη συναισθηματική δέσμευση του κοινού. Σε ένα ψηφιακό περιβάλλον όπου κυριαρχεί το επιμελημένο και συχνά απρόσωπο περιεχόμενο, η παρουσίαση της καθημερινής λειτουργίας του μουσείου και των ανθρώπων που εργάζονται σε αυτό δημιουργεί μια αίσθηση διαφάνειας και αυθεντικότητας. Η προβολή της εργασίας συντηρητών, επιμελητών, ερευνητών και μουσειοπαιδαγωγών αποκαλύπτει στο κοινό τις διαδικασίες που προηγούνται της έκθεσης των αντικειμένων, συμβάλλοντας στην κατανόηση του επιστημονικού έργου που επιτελείται. Όπως υποστηρίζει η Kidd (2014), η ανθρωποκεντρική αυτή προσέγγιση μετασχηματίζει το μουσείο από έναν απόμακρο θεσμό σε έναν προσιτό κοινωνικό οργανισμό, ενισχύοντας την αίσθηση συμμετοχής και ταύτισης των επισκεπτών με τις ψηφιακές του κοινότητες.

Παράλληλα, το περιεχόμενο behind-the-scenes (bts) προσφέρει στους επισκέπτες μια μορφή προνομιακής πρόσβασης σε χώρους και διαδικασίες που παραμένουν συνήθως αθέατοι, όπως τα εργαστήρια συντήρησης, οι αποθήκες των συλλογών ή η προετοιμασία μιας νέας έκθεσης. Η πρακτική αυτή ενισχύει τη διαφάνεια και την αξιοπιστία του μουσείου, καθώς επιτρέπει στο κοινό να γνωρίσει τον τρόπο με τον οποίο παράγεται η επιστημονική γνώση και οργανώνεται το μουσειακό έργο. Σύμφωνα με τους Villaespesa και Wowkowych (2021), η διαφάνεια των διαδικασιών ενδυναμώνει τη σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ μουσείου και κοινού, μετατρέποντας τον οργανισμό σε έναν θεσμικό φορέα επιρροής που ενθαρρύνει τον διάλογο και τη συμμετοχή, αντί να περιορίζεται στη μονοδιάστατη μετάδοση της γνώσης.

Επιπλέον, η αξιοποίηση του περιεχομένου behind-the-scenes (bts) ενισχύει σημαντικά την εκπαιδευτική διάσταση του μουσείου, καθώς μετατοπίζει το ενδιαφέρον από το τελικό έκθεμα στις διαδικασίες έρευνας, τεκμηρίωσης, συντήρησης και προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μέσα από αυτήν τη μορφή αφήγησης, το κοινό αποκτά βαθύτερη κατανόηση των επιστημονικών, τεχνικών και ηθικών ζητημάτων που συνοδεύουν τη διαχείριση των συλλογών. Σύμφωνα με τη Navarrete (2021), όταν οι επισκέπτες κατανοούν την πολυπλοκότητα της μουσειακής εργασίας, αναπτύσσουν μεγαλύτερη εκτίμηση για τον πολιτισμό και ενισχύεται η πρόθεσή τους να στηρίξουν ενεργά τους πολιτιστικούς οργανισμούς.

Συνοψίζοντας, η αξιοποίηση του εν λόγω περιεχομένου, δεν αποτελεί απλώς μια σύγχρονη επικοινωνιακή πρακτική, αλλά μια στρατηγική επιλογή που προάγει τη διαφάνεια, την αυθεντικότητα και τη συμμετοχικότητα. Μέσα από την ανάδειξη των ανθρώπων, των διαδικασιών και της καθημερινής λειτουργίας του οργανισμού, το μουσείο μετατρέπεται σε έναν ανοικτό και ζωντανό πολιτιστικό φορέα, ο οποίος οικοδομεί σχέσεις εμπιστοσύνης με το κοινό και ενισχύει ουσιαστικά την κοινωνική και πολιτιστική του επιρροή.

## 2.4. Gamification και Edutainment: Η ψηφιακή παιδαγωγική της εμπειρίας

Στο σύγχρονο μουσειακό περιβάλλον, η μάθηση παύει να αντιμετωπίζεται ως μια γραμμική και παθητική διαδικασία και μετατοπίζεται προς μια βιωματική και συμμετοχική εκπαιδευτική προσέγγιση. Στο πλαίσιο αυτό, η παιχνιδοποίηση (gamification), δηλαδή η αξιοποίηση στοιχείων και μηχανισμών σχεδιασμού παιχνιδιών σε μη παιγνιώδη περιβάλλοντα, συμβάλλει στην ενίσχυση της γνωστικής εμπλοκής, της ενεργού συμμετοχής και του εσωτερικού κινήτρου των

επισκεπτών. Σύμφωνα με τους Villaespesa και Wowkowych (2021), η παιχνιδοποίηση δεν αποτελεί απλώς μια μέθοδο ψυχαγωγίας, αλλά μια ολοκληρωμένη στρατηγική που διευκολύνει την κατανόηση σύνθετων εννοιών μέσω της εξερεύνησης, της ανακάλυψης και της άμεσης ανατροφοδότησης.

Ειδικότερα, η παιχνιδοποίηση στα μουσεία βασίζεται σε τρεις αλληλένδετες διαστάσεις: τους μηχανισμούς παιχνιδιού, τη δυναμική της αλληλεπίδρασης και τη συναισθηματική εμπλοκή του επισκέπτη. Η πρώτη διάσταση περιλαμβάνει τη χρήση στοιχείων, όπως πόντοι, εμβλήματα (badges), πίνακες κατάταξης (leaderboards) και συστήματα εξέλιξης δεξιοτήτων, τα οποία παρέχουν συνεχή ανατροφοδότηση και ενισχύουν το κίνητρο συμμετοχής. Η δεύτερη διάσταση αφορά τη δημιουργία αφηγηματικών σεναρίων, μέσα στα οποία ο επισκέπτης αναλαμβάνει έναν συγκεκριμένο ρόλο, όπως ερευνητής, εξερευνητής ή τεχνίτης της αρχαιότητας, και καλείται να επιλύσει γρίφους ή να ολοκληρώσει αποστολές (quests) που βασίζονται στην παρατήρηση και την ερμηνεία των εκθεμάτων. Η τρίτη διάσταση αξιοποιεί σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες, όπως η επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality-AR), καθώς και δραστηριότητες αναζήτησης θησαυρού (scavenger hunts), οι οποίες ενθαρρύνουν την εξερεύνηση του χώρου και την ενεργό συμμετοχή των επισκεπτών. Ο συνδυασμός αυτών των στοιχείων μετατρέπει το μουσείο από χώρο παθητικής παρατήρησης σε ένα δυναμικό περιβάλλον βιωματικής μάθησης, όπου η πρόκληση, η ανακάλυψη και η ψυχαγωγία λειτουργούν ως καταλύτες για την οικοδόμηση της γνώσης.

Η εξέλιξη αυτή συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη του edutainment (educational entertainment), ενός εκπαιδευτικού μοντέλου που συνδυάζει την επιστημονική εγκυρότητα με την ψυχαγωγική εμπειρία. Το edutainment αξιοποιεί οπτικοακουστικά μέσα, αφηγηματικές τεχνικές και διαδραστικές ψηφιακές εφαρμογές με στόχο την επίτευξη μαθησιακών αποτελεσμάτων μέσα από ευχάριστες και συμμετοχικές εμπειρίες. Η συγκεκριμένη προσέγγιση δεν επιδιώκει απλώς να καταστήσει τη μάθηση διασκεδαστική, αλλά να ενισχύσει την ουσιαστική εμπλοκή του επισκέπτη με το πολιτιστικό περιεχόμενο. Σύμφωνα με τους Villaespesa et al. (2021), μέσω του edutainment τα μουσεία απομακρύνονται από την εικόνα του αυστηρού και απρόσιτου θεσμού, μετατρέποντας την επιστημονική γνώση σε ελκυστικές μορφές ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling) που ανταποκρίνονται στις επικοινωνιακές συνήθειες του σύγχρονου κοινού. Η προσέγγιση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία για τις γενιές Gen Z και Generation Alpha, οι οποίες χαρακτηρίζονται από υψηλό επίπεδο ψηφιακού εγγραμματισμού και προτίμηση σε διαδραστικές και πολυμεσικές εμπειρίες. Όπως επισημαίνει η Kidd (2014), το μουσείο αξιοποιεί το edutainment ως μέσο μετάφρασης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε μια μορφή περισσότερο κατανοητή, οικεία και ελκυστική για τις νεότερες ηλικιακές ομάδες, συμβάλλοντας στην αναδιαμόρφωση της δημόσιας εικόνας του.

Παράλληλα, η προσέγγιση αυτή ενισχύει τη βιωματική μάθηση, καθώς ο επισκέπτης δεν περιορίζεται στην παθητική λήψη πληροφοριών, αλλά συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση της

εκπαιδευτικής εμπειρίας. Η σύνδεση της γνώσης με θετικά συναισθήματα, προσωπικές εμπειρίες και στοιχεία ψυχαγωγίας διευκολύνει τη μακροχρόνια συγκράτηση της πληροφορίας και ενισχύει τη δημιουργία ουσιαστικών μαθησιακών εμπειριών (Villaespesa et al., 2021). Η αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης προσέγγισης ερμηνεύεται και μέσα από τη θεωρία της «ροής» (flow), σύμφωνα με την οποία ο χρήστης επιτυγχάνει υψηλό επίπεδο συγκέντρωσης όταν η δυσκολία της δραστηριότητας βρίσκεται σε ισορροπία με τις δεξιότητές του. Μέσα από ψηφιακές εφαρμογές, δραστηριότητες αναζήτησης θησαυρού και εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR), τα μουσεία ενισχύουν την κριτική σκέψη, την επίλυση προβλημάτων και τη συνεργατική μάθηση. Σύμφωνα με τη Navarrete (2021), το edutainment συμβάλλει στη μακροχρόνια διατήρηση της γνώσης, καθώς οι πληροφορίες

συνδέονται με θετικά συναισθήματα και βιωματικές εμπειρίες, ενισχύοντας τη διαχρονική σχέση του επισκέπτη με τον πολιτιστικό οργανισμό.

Συνοψίζοντας, το edutainment αποτελεί μία από τις σημαντικότερες στρατηγικές επικοινωνίας και εκπαίδευσης των σύγχρονων μουσείων, καθώς συνδυάζει την επιστημονική τεκμηρίωση με τη συμμετοχική εμπειρία και την ψηφιακή αφήγηση. Μέσα από την παραγωγή περιεχομένου που αξιοποιεί σύγχρονες μορφές επικοινωνίας, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ψηφιακές πλατφόρμες, τα μουσεία μπορούν να προσεγγίσουν αποτελεσματικότερα νέες ομάδες κοινού, να ενισχύσουν την πολιτιστική τους επιρροή και να οικοδομήσουν σταθερές σχέσεις συμμετοχής και αλληλεπίδρασης με τους επισκέπτες τους (Kidd, 2014).

### **3. Κεφάλαιο 3: Από τη Δημιουργία Περιεχομένου στην Πολιτιστική Επιδραστικότητα**

#### **3.1. Περιεχόμενο παραγόμενο από τον χρήστη και η έννοια της συνδημιουργίας.**

Στο πλαίσιο του μετα-ψηφιακού μουσείου, η παραδοσιακή αυθεντία του οργανισμού υποχωρεί σταδιακά απέναντι στην αυξανόμενη σημασία του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC). Ο όρος αναφέρεται σε κάθε μορφή ψηφιακού περιεχομένου, όπως φωτογραφίες, βίντεο, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κριτικές ή δημοσιεύσεις σε ιστολόγια, η οποία δημιουργείται και κοινοποιείται εθελοντικά από τους επισκέπτες. Η ανάπτυξη του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εξελίξεις στη σύγχρονη πολιτιστική επικοινωνία, καθώς μεταβάλλει ουσιαστικά τη σχέση μεταξύ μουσείου και κοινού. Η εξέλιξη αυτή είχε προβλεφθεί ήδη από τον Toffler (1981, 1991), ο οποίος εισήγαγε την έννοια του prosumer, υποστηρίζοντας ότι η διάκριση μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή θα αμβλυνθεί, καθώς οι ψηφιακές τεχνολογίες θα επιτρέψουν στους πολίτες να συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή περιεχομένου και όχι μόνο στην κατανάλωσή του.

Η λογική του prosumer εκδηλώνεται σήμερα με πολλαπλούς τρόπους στο μουσειακό περιβάλλον. Οι επισκέπτες φωτογραφίζουν και βιντεοσκοπούν τα εκθέματα, δημιουργούν σύντομα βίντεο για πλατφόρμες όπως το TikTok και το Instagram, δημοσιεύουν κριτικές, μοιράζονται προσωπικές εμπειρίες και προτείνουν τις δικές τους ερμηνείες του πολιτιστικού περιεχομένου. Οι πρακτικές αυτές δεν αποτελούν πλέον μια περιφερειακή διάσταση της μουσειακής εμπειρίας, αλλά έναν από τους βασικούς μηχανισμούς επικοινωνίας και διάχυσης της πολιτιστικής πληροφορίας. Ένα δημοφιλές βίντεο που δημιουργείται από έναν επισκέπτη μπορεί να έχει μεγαλύτερη απήχηση από μια συμβατική εκστρατεία προβολής του ίδιου του μουσείου. Σύμφωνα με τους Drotner et al. (2018), η πολιτιστική επιρροή των μουσείων ενισχύεται σημαντικά όταν το περιεχόμενο δημιουργείται από τους ίδιους τους επισκέπτες, καθώς αυτοί λειτουργούν ως μικροδιαμορφωτές κοινής γνώμης (micro-influencers) μέσα στα προσωπικά τους ψηφιακά δίκτυα. Παράλληλα, η Συλαίου (2023) υποστηρίζει ότι η πρακτική αυτή συμβάλλει στον εκδημοκρατισμό του πολιτισμού, καθώς επιτρέπει την έκφραση πολλαπλών οπτικών και εμπειριών, περιορίζοντας τον αποκλειστικό ρόλο του μουσείου ως μοναδικού φορέα ερμηνείας της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Η εξέλιξη αυτή συνδέεται άμεσα με την έννοια της συν-δημιουργίας (co-creation), η οποία αποτελεί μία από τις βασικές αρχές του σύγχρονου συμμετοχικού μουσείου. Αντί να παρουσιάζουν αποκλειστικά προκαθορισμένες αφηγήσεις, τα μουσεία ενθαρρύνουν πλέον τους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση του πολιτιστικού νοήματος, στην αφήγηση ιστοριών και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ακόμη και στη διαδικασία της επιμέλειας. Η προσέγγιση αυτή αντανάκλα σύγχρονες αντιλήψεις για τη συλλογική παραγωγή γνώσης, οι οποίες αναγνωρίζουν τη σημασία της κατανομημένης γνώσης, της συλλογικής νοημοσύνης και της πολυφωνίας. Όπως υποστηρίζουν οι Μπούνια και Νικονάνου (2022), το περιεχόμενο που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content – UGC) δεν αποτελεί απλώς ένα εργαλείο

προβολής, αλλά έναν βασικό μηχανισμό συν-δημιουργίας πολιτιστικού νοήματος. Στο πλαίσιο αυτό, μουσείο και επισκέπτης λειτουργούν ως ισότιμοι εταίροι: το μουσείο παρέχει το πολιτιστικό ερέθισμα μέσω των συλλογών του, ενώ ο επισκέπτης συμβάλλει με τις προσωπικές του εμπειρίες, τις ερμηνείες και τις αφηγήσεις του, μετατρέποντας τη μουσειακή εμπειρία σε μια δυναμική διαδικασία παραγωγής νέου πολιτιστικού περιεχομένου.

Ωστόσο, η ενίσχυση της συμμετοχικότητας συνοδεύεται και από σημαντικές προκλήσεις. Η αξιοποίηση του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες εγείρει ζητήματα σχετικά με την επιστημονική τεκμηρίωση, την εγκυρότητα των πληροφοριών, την ποιότητα του περιεχομένου και τη διατήρηση της θεσμικής αξιοπιστίας του μουσείου. Παράλληλα, ανακύπτουν ζητήματα διαχείρισης αμφιλεγόμενων, παραπλανητικών ή προσβλητικών δημοσιεύσεων, γεγονός που καθιστά αναγκαία τη διαμόρφωση σαφών πολιτικών εποπτείας, συντονισμού και συμμετοχής. Η συμμετοχικότητα, επομένως, δεν αναιρεί την επιστημονική ευθύνη του μουσείου, αλλά απαιτεί την ανάπτυξη μηχανισμών που διασφαλίζουν την ισορροπία μεταξύ ανοικτού διαλόγου και επιστημονικής εγκυρότητας.

Στο πλαίσιο αυτό, τα σύγχρονα μουσεία καλούνται να υιοθετήσουν μια περισσότερο αναστοχαστική και συμμετοχική προσέγγιση απέναντι στην παραγωγή γνώσης. Αντί να διεκδικούν την αποκλειστική κατοχή της ερμηνείας, μπορούν να αναγνωρίζουν την ύπαρξη πολλαπλών και συμπληρωματικών μορφών γνώσης, διατηρώντας παράλληλα σαφή επιστημονικά κριτήρια τεκμηρίωσης και αξιολόγησης. Η συν-δημιουργία δεν συνεπάγεται την υποβάθμιση της επιστημονικής εξειδίκευσης, αλλά τη δημιουργική συνύπαρξη της επιμελητικής γνώσης, της επιστημονικής έρευνας και της βιωματικής εμπειρίας των επισκεπτών.

Η συμμετοχή των χρηστών στην παραγωγή πολιτιστικού περιεχομένου συνδέεται, τέλος, με ευρύτερες θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με την πολιτιστική αξία και τη θεσμική νομιμοποίηση. Οι θεωρίες των Throsby και Holden υποστηρίζουν ότι η πολιτιστική αξία δεν αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό ενός πολιτιστικού αγαθού, αλλά διαμορφώνεται μέσα από κοινωνικές διαδικασίες αξιολόγησης, συμμετοχής και διαλόγου. Υπό αυτή την οπτική, η ενσωμάτωση του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content -UGC) αναγνωρίζει ότι το πολιτιστικό νόημα δεν παράγεται αποκλειστικά από τη θεσμική αυθεντία του μουσείου, αλλά συνδιαμορφώνεται μέσα από τη συμμετοχή της κοινότητας, τις προσωπικές εμπειρίες των επισκεπτών και τη συνεχή κοινωνική αλληλεπίδραση.

Μία ακόμη σημαντική διάσταση της συμμετοχικής λειτουργίας των μουσείων αναδεικνύεται μέσα από τη θεωρία της δημιουργικής τάξης (creative class) του Florida (2002). Σύμφωνα με τον Florida (2002), στην οικονομία της γνώσης τα πολιτιστικά ιδρύματα δεν επιτελούν αποκλειστικά εκπαιδευτικό ή διαχειριστικό ρόλο, αλλά συμβάλλουν ουσιαστικά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής, στην ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών και στην ενίσχυση της πολιτιστικής και οικονομικής δυναμικής των πόλεων. Τα μουσεία που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του κοινού και αξιοποιούν τις δυνατότητες της ψηφιακής συνδημιουργίας εξελίσσονται σε βασικούς πυλώνες της δημιουργικής οικονομίας, προσελκύοντας δημιουργικούς επαγγελματίες, ενισχύοντας την καινοτομία και συμβάλλοντας στη διαμόρφωση μιας ισχυρής τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας.

Με βάση τα παραπάνω, γίνεται σαφές ότι η ενθάρρυνση του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) αποτελεί έναν ουσιαστικό δείκτη της ψηφιακής ωριμότητας και της ψηφιακής αυτοπεποίθησης ενός μουσείου. Ένας οργανισμός που επιτρέπει και ενθαρρύνει τη φωτογράφιση των εκθεμάτων, τη δημιουργία ψηφιακών αφηγήσεων και τη δημοσίευση πρωτότυπου περιεχομένου από τους επισκέπτες του αποδεικνύει ότι εμπιστεύεται το κοινό του και αναγνωρίζει τον ενεργό του ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτιστικής εμπειρίας.

Η προσέγγιση αυτή ενισχύει τη συμμετοχή, την αλληλεπίδραση και τη μακροχρόνια ψηφιακή δέσμευση των επισκεπτών, καλλιεργώντας το αίσθημα ότι το μουσείο αποτελεί έναν ανοιχτό και συμμετοχικό πολιτιστικό χώρο. Κατά συνέπεια, η συνδημιουργία μέσω του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) μετατρέπει το μουσείο σε έναν ζωντανό οργανισμό πολιτιστικής επιρροής, ικανό να παράγει αυθεντικό ψηφιακό περιεχόμενο, να ενισχύει την κοινωνική του απήχηση και να διατηρεί τη διαχρονική του συνάφεια στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον της σύγχρονης ψηφιακής κοινωνίας.

### 3.2. Το Μουσείο ως Ψηφιακός Διαμορφωτής Γνώμης

Η αντίληψη του μουσείου ως φορέα επιρροής συνιστά έναν σύγχρονο επαναπροσδιορισμό τόσο της θεσμικής του ταυτότητας όσο και της επικοινωνιακής του στρατηγικής. Στο έργο «Μουσεία influencers», ο Λασκαράτος (2023) αναλύει τον τρόπο με τον οποίο ελληνικά μουσεία υιοθετούν πρακτικές και αισθητικές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, επιδιώκοντας να προσεγγίσουν αποτελεσματικότερα το σύγχρονο κοινό. Η μεταβολή αυτή εντάσσεται στη γενικότερη μετάβαση των πολιτιστικών οργανισμών προς ένα δικτυωμένο επικοινωνιακό περιβάλλον, όπου, σύμφωνα με τον Castells (2013), η εξουσία ασκείται κυρίως μέσω της διαμόρφωσης του νοήματος και της ανάπτυξης δικτύων επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης.

Στο πλαίσιο αυτό, είναι απαραίτητο να διακριθούν δύο έννοιες που συχνά συγχέονται, αλλά επιτελούν διαφορετικές λειτουργίες: ο δημιουργός περιεχομένου (content creator) και ο διαμορφωτής κοινής γνώμης (influencer). Ο δημιουργός περιεχομένου (content creator) επικεντρώνεται στην παραγωγή αισθητικά και τεχνικά ποιοτικού υλικού, όπως βίντεο, φωτογραφίες, podcasts και ψηφιακές αφηγήσεις, με στόχο την ενημέρωση, την εκπαίδευση ή την ψυχαγωγία του κοινού. Αντίθετα, ο διαμορφωτής κοινής γνώμης (influencer) αξιοποιεί την αξιοπιστία, την αυθεντικότητα και την κοινωνική του επιρροή προκειμένου να επηρεάσει αντιλήψεις, στάσεις και συμπεριφορές. Ενώ ο πρώτος προσφέρει κυρίως περιεχόμενο προς κατανάλωση, ο δεύτερος διαμορφώνει αξίες, ενισχύει τον δημόσιο διάλογο και καλλιεργεί κοινωνική επιρροή. Για τα σύγχρονα μουσεία, η παραγωγή ποιοτικού ψηφιακού περιεχομένου αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση της επικοινωνιακής τους στρατηγικής· ωστόσο, η ανάληψη του ρόλου του διαμορφωτή κοινής γνώμης (influencer) τους επιτρέπει να λειτουργούν ως φορείς κοινωνικής ευθύνης και πολιτιστικής ηγεσίας (Koster, 2006; MuseumNext, 2021).

Η παραπάνω διάκριση καθιστά αναγκαίο τον προσδιορισμό της έννοιας του influencer marketing, το οποίο βασίζεται στην αξιοποίηση ατόμων ή οργανισμών με υψηλή κοινωνική επιρροή και ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η επιρροή αυτή δεν στηρίζεται αποκλειστικά στον αριθμό των ακολούθων, αλλά κυρίως στην αξιοπιστία, την αυθεντικότητα, τη συνέπεια του περιεχομένου και την ικανότητα διαμόρφωσης ελκυστικών αφηγήσεων που κινητοποιούν συγκεκριμένες κοινότητες. Πρόκειται για μια ουσιαστική μεταβολή σε σχέση με τις παραδοσιακές, ιεραρχικές μορφές επικοινωνίας που χαρακτήριζαν επί δεκαετίες τα μουσεία. Όπως επισημαίνουν οι Castells και Cardoso (2006), η επικοινωνιακή εξουσία στις σύγχρονες κοινωνίες δεν επιβάλλεται μονομερώς, αλλά διαμορφώνεται μέσα από οριζόντια δίκτυα επικοινωνίας, στα οποία το νόημα συνδιαμορφώνεται μεταξύ των συμμετεχόντων.

Στην παραδοσιακή του μορφή, το μουσείο λειτουργούσε ως ένας θεσμός μετάδοσης επιστημονικά τεκμηριωμένης γνώσης, όπου η πληροφορία μεταφερόταν μονοδρομικά από τον ειδικό προς τον επισκέπτη. Στη μετα-ψηφιακή εποχή, ο ρόλος αυτός μετασχηματίζεται

ουσιαστικά. Αξιοποιώντας τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της ψηφιακής επικοινωνίας, το μουσείο μεταβαίνει από την απλή παρουσίαση πληροφοριών στη διαμόρφωση δημόσιου διαλόγου και στην ενεργή πολιτιστική παρέμβαση. Η εξέλιξη αυτή ενισχύει τον κοινωνικό του ρόλο, καθώς το μουσείο χρησιμοποιεί το κύρος και την αξιοπιστία του προκειμένου να συμβάλει στη διαμόρφωση στάσεων και αντιλήψεων γύρω από σύγχρονα κοινωνικά ζητήματα.

Η πρώτη διάσταση αυτής της παρέμβασης αφορά την επανανοηματοδότηση της ενημέρωσης. Το μουσείο δεν περιορίζεται πλέον στην παρουσίαση ιστορικών γεγονότων ή πολιτιστικών αντικειμένων, αλλά επιχειρεί να αναδείξει τη σύγχρονη σημασία τους και τη σύνδεσή τους με επίκαιρα κοινωνικά ζητήματα. Σύμφωνα με τον Koster (2006), η κοινωνική συνάφεια ενός μουσείου εξαρτάται από την ικανότητά του να συνδέει τις συλλογές του με τις προκλήσεις της σύγχρονης κοινωνίας. Μέσα από ψηφιακές καμπάνιες και θεματικές δράσεις, τα μουσεία αναδεικνύουν ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή, η κοινωνική δικαιοσύνη, η ισότητα και τα ανθρώπινα δικαιώματα, μετατρέποντας την πολιτιστική γνώση σε αφορμή για δημόσιο προβληματισμό και κοινωνικό διάλογο.

Η δεύτερη διάσταση αφορά τον κοινωνικό ακτιβισμό, ο οποίος αποτελεί ολοένα και συχνότερα στοιχείο της σύγχρονης μουσειακής πρακτικής. Ως φορείς πολιτιστικής επιρροής, τα μουσεία αξιοποιούν την ψηφιακή τους παρουσία για να αναδείξουν ιστορίες και ομάδες που ιστορικά παρέμειναν στο περιθώριο της επίσημης αφήγησης. Μέσα από τεχνικές ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling), δίνεται χώρος σε αφηγήσεις που σχετίζονται με μειονότητες, κοινωνικά αποκλεισμένες ομάδες και ζητήματα διαφορετικότητας, προωθώντας τη συμπερίληψη και την κοινωνική ισότητα ως θεμελιώδεις αξίες του σύγχρονου πολιτισμού (Tallon & Walker, 2008).

Η εξέλιξη αυτή κορυφώνεται με τη συμμετοχή των μουσείων σε διεθνείς ψηφιακές εκστρατείες και δημόσιες πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης. Πολλά μουσεία αξιοποιούν πλέον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θεματικές καμπάνιες και ψηφιακές δράσεις προκειμένου να εκφράσουν δημόσια θέση απέναντι σε κοινωνικά ή πολιτιστικά ζητήματα. Σύμφωνα με το MuseumNext (2021), η πρακτική αυτή ενισχύει την αξιοπιστία και την αυθεντικότητα του μουσείου, εδραιώνοντάς το ως ενεργό κοινωνικό θεσμό και όχι ως ουδέτερο χώρο διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Υπό αυτή την οπτική, το μουσείο της ψηφιακής εποχής δεν περιορίζεται στη διαφύλαξη του παρελθόντος, αλλά συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση του δημόσιου διαλόγου, αξιοποιώντας την πολιτιστική γνώση ως μέσο κοινωνικής παρέμβασης και δημοκρατικής συμμετοχής (Arvanitis, 2014).

### **3.3. Το συμμετοχικό μουσείο και η αλληλεπίδραση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.**

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που αναδεικνύονται στη σύγχρονη βιβλιογραφία αφορά τη σταδιακή άρση των ορίων μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή πολιτιστικού περιεχομένου στην ψηφιακή εποχή, καθώς και τις επιπτώσεις που η εξέλιξη αυτή έχει στην επικοινωνιακή στρατηγική, την αξιοπιστία και τη σχέση των μουσείων με τα διαφορετικά κοινά τους. Η έννοια του prosumer, που εισήγαγε ο Toffler (1981), περιγράφει τον πολίτη ο οποίος δεν περιορίζεται στην κατανάλωση πληροφοριών, αλλά συμμετέχει ενεργά και στην παραγωγή τους. Η θεωρητική αυτή προσέγγιση προαναγγέλλει τη σημερινή πραγματικότητα του Περιεχομένου που

Παράγεται από τους Χρήστες (User-Generated Content-UGC), όπου οι επισκέπτες των μουσείων λειτουργούν ταυτόχρονα ως αποδέκτες, δημιουργοί και διανομείς πολιτιστικού περιεχομένου.

Η δυναμική αυτή αποτυπώνεται χαρακτηριστικά στην περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά. Όταν ένας επισκέπτης φωτογραφίζει ή βιντεοσκοπεί τη λειτουργία ενός μηχανικού ομοιώματος και δημοσιεύει το υλικό αυτό σε πλατφόρμες όπως το TikTok ή το Instagram, δεν καταγράφει απλώς μια προσωπική εμπειρία. Δημιουργεί ένα νέο πολιτιστικό αφήγημα, το οποίο μεταφέρει τη γνώση και την εμπειρία του μουσείου σε ευρύτερες ψηφιακές κοινότητες. Το περιεχόμενο αυτό συχνά γίνεται περισσότερο αυθεντικό και συναισθηματικά πειστικό από την επίσημη επικοινωνία του ίδιου του οργανισμού, καθώς προέρχεται από την προσωπική εμπειρία του επισκέπτη και όχι από μια θεσμική αφήγηση.

Η ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το Facebook και το YouTube, έχει μεταβάλει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο τα μουσεία αλληλεπιδρούν με το κοινό τους. Σύμφωνα με τους Kaplan και Haenlein (2010), οι πλατφόρμες αυτές βασίζονται στη συμμετοχή των χρηστών μέσα από σχόλια, κοινοποιήσεις, αποθηκεύσεις, αντιδράσεις και προσωπικά μηνύματα, μετατοπίζοντας το ενδιαφέρον από τις παραδοσιακές μετρήσεις προβολής στη δημιουργία ουσιαστικής αλληλεπίδρασης. Για τα μουσεία, η εξέλιξη αυτή σημαίνει ότι η επιτυχία της επικοινωνιακής στρατηγικής δεν εξαρτάται πλέον αποκλειστικά από το μέγεθος του κοινού που προσεγγίζουν, αλλά από τον βαθμό στον οποίο το περιεχόμενό τους κινητοποιεί τη συμμετοχή, τον διάλογο και την επαναχρησιμοποίηση από τους ίδιους τους επισκέπτες.

Αντίστοιχα, ο Giaccardi (2012) υποστηρίζει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετασχηματίζουν την παραδοσιακή «αρχιτεκτονική του μουσείου», η οποία βασιζόταν στη σταθερότητα, στη θεσμική αυθεντία και στη μονοδιάστατη μετάδοση της γνώσης, σε μια νέα μορφή «κοινωνικότητας του μουσείου». Στο νέο αυτό περιβάλλον, η πολιτιστική γνώση διαμορφώνεται διαρκώς μέσα από τις αλληλεπιδράσεις των χρηστών, ενώ η ερμηνεία των συλλογών παύει να αποτελεί αποκλειστικό προνόμιο του ίδιου του οργανισμού. Η μουσειακή αφήγηση μετατρέπεται σε μια διαδικασία συνεχούς διαλόγου, όπου διαφορετικές εμπειρίες, απόψεις και προσωπικές αναγνώσεις συνυπάρχουν και αλληλοσυμπληρώνονται.

Ιδιαίτερη σημασία αποκτά η προσέγγιση της γενιάς Z (generation Z), η οποία αποτελεί βασικό κοινό-στόχο για τα σύγχρονα μουσεία και ειδικότερα για το Μουσείο Κοτσανά. Η συγκεκριμένη γενιά, που γεννήθηκε μεταξύ 1997 και 2012, αποτελεί την πρώτη γενιά ψηφιακών γηγενών, έχοντας αναπτυχθεί σε ένα περιβάλλον όπου η χρήση των έξυπνων κινητών συσκευών, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των αλγοριθμικών πλατφορμών αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητάς της (Seemiller & Grace, 2016). Σύμφωνα με τους Priporas et al. (2017), τα μέλη της Γενιάς Z προτιμούν περιεχόμενο που χαρακτηρίζεται από αυθεντικότητα, αμεσότητα, υψηλή αισθητική, διαδραστικότητα και δυνατότητες εξατομίκευσης, ενώ εμφανίζουν περιορισμένη ανοχή απέναντι σε τυπικές ή αποστασιοποιημένες μορφές θεσμικής επικοινωνίας.

Υπό αυτό το πρίσμα, ο Kidd (2014) υποστηρίζει ότι τα μουσεία οφείλουν να λειτουργούν ως φορείς edutainment, συνδυάζοντας την επιστημονική εγκυρότητα με σύγχρονες μορφές ψηφιακής αφήγησης που ανταποκρίνονται στις επικοινωνιακές συνήθειες των νεότερων γενεών. Η προσαρμογή αυτή δεν συνεπάγεται την απλοποίηση ή την υποβάθμιση του επιστημονικού περιεχομένου, αλλά την αναδιατύπωσή του με τρόπους περισσότερο κατανοητούς, οπτικά ελκυστικούς και συμβατούς με τις συνθήκες της ψηφιακής επικοινωνίας, όπου κυριαρχούν τα σύντομα βίντεο, οι διαδραστικές εφαρμογές και τα αλγοριθμικά συστήματα προτάσεων.

Μέσα από τις παραπάνω θεωρητικές προσεγγίσεις αναδύεται η σύγχρονη αντίληψη του μουσείου ως οργανισμού πολιτιστικής επιρροής. Ένα μουσείο δεν θεωρείται πλέον επιδραστικό

μόνο επειδή διαθέτει μεγάλη ψηφιακή απήχηση ή σημαντικό αριθμό ακολούθων, αλλά κυρίως επειδή το περιεχόμενό του θεωρείται αξιόπιστο, κοινοποιείται οργανικά, επαναχρησιμοποιείται από τις κοινότητες και λειτουργεί ως σημείο αναφοράς για τη δημόσια συζήτηση. Σύμφωνα με τον Suarez (2020), η επιρροή αυτή μπορεί να ερμηνευθεί μέσα από την έννοια της «κοινωνικής απόδειξης» (social proof), δηλαδή του βαθμού στον οποίο το κοινό αναπαράγει, αναδιαμορφώνει και αξιοποιεί το πολιτιστικό περιεχόμενο ενός οργανισμού, συμμετέχοντας ενεργά στη διαμόρφωση της δημόσιας αφήγησής του.

Η συμμετοχική αυτή στρατηγική συνοδεύεται, ωστόσο, τόσο από σημαντικές ευκαιρίες όσο και από προκλήσεις. Η αποδοχή του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) προϋποθέτει ότι το μουσείο αποδέχεται έναν περιορισμό του αποκλειστικού ελέγχου που ασκούσε παραδοσιακά στην πολιτιστική αφήγηση, αναγνωρίζοντας ότι οι ερμηνείες των επισκεπτών ενδέχεται να είναι υποκειμενικές ή ακόμη και επιστημονικά ελλειπείς. Από την άλλη πλευρά, η στρατηγική αυτή ενισχύει σημαντικά την απήχηση του οργανισμού, καλλιεργεί το αίσθημα συμμετοχής της κοινότητας και ενδυναμώνει τη συλλογική ιδιοκτησία του πολιτιστικού νοήματος. Υπό το πρίσμα αυτό, οι συνεργασίες του Μουσείου Κοτσανά με δημιουργούς ψηφιακού περιεχομένου και η συστηματική διαχείριση του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) μπορούν να ερμηνευθούν ως πρακτικές που ενσωματώνουν τις σύγχρονες θεωρίες της κατανεμημένης πολιτιστικής παραγωγής, της διαπραγματευόμενης αυθεντίας και της συμμετοχικής επικοινωνίας.

### **3.4. Ψηφιακή μεταμόρφωση, βασικοί δείκτες απόδοσης (KPI) και ψηφιακή εμπιστοσύνη των φορέων**

Το θεωρητικό πλαίσιο του ψηφιακού μετασχηματισμού των πολιτιστικών οργανισμών στηρίζεται στην παραδοχή ότι η ψηφιακή τεχνολογία δεν αποτελεί απλώς μια τεχνική αναβάθμιση των υφιστάμενων λειτουργιών, αλλά έναν συνολικό μετασχηματισμό της οργανωσιακής ταυτότητας, της στρατηγικής και του τρόπου με τον οποίο οι οργανισμοί επιτελούν την αποστολή τους. Σύμφωνα με τον Parry (2007, 2013), η πραγματική ψηφιακή ωριμότητα ενός μουσείου δεν αποτυπώνεται στην υιοθέτηση μεμονωμένων ψηφιακών εφαρμογών, αλλά στην ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης κουλτούρας ψηφιακής αυτοπεποίθησης (digital confidence), όπου η ψηφιακή διάσταση διαπερνά οριζόντια όλες τις λειτουργίες του οργανισμού, από τη διαχείριση των συλλογών και την επικοινωνία με το κοινό έως τον εκπαιδευτικό σχεδιασμό και τη στρατηγική ανάπτυξη. Υπό αυτή την οπτική, οι ψηφιακές τεχνολογίες δεν αποτελούν απλώς εργαλεία επικοινωνίας, αλλά μηχανισμούς μέσω των οποίων η πολιτιστική κληρονομιά αποκτά νέα ερμηνευτική αξία, εκπαιδευτική αποτελεσματικότητα και διεθνή προσβασιμότητα. Η συγκεκριμένη θεωρητική προσέγγιση είναι ιδιαίτερα σημαντική για την κατανόηση της λειτουργίας του Μουσείου Κοτσανά, το οποίο αξιοποιεί τον ψηφιακό μετασχηματισμό όχι μόνο για την προβολή των συλλογών του, αλλά και για τη δημιουργία νέων μορφών πολιτιστικής επικοινωνίας και κοινωνικής επιρροής.

Η προσέγγιση αυτή εμπλουτίζεται από την πρόσφατη μελέτη των Parry et al. (2025), οι οποίοι διακρίνουν μεταξύ επιφανειακής και δομικής ψηφιακής αυτοπεποίθησης (digital confidence). Η πρώτη αφορά οργανισμούς που χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία, όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή διαδραστικές εφαρμογές, χωρίς όμως να έχουν ενσωματώσει ουσιαστικά τον ψηφιακό μετασχηματισμό στη στρατηγική τους λειτουργία. Αντίθετα, η δομική ψηφιακή

αυτοπεποίθηση χαρακτηρίζει οργανισμούς στους οποίους η ψηφιακή στρατηγική αποτελεί οργανικό στοιχείο του θεσμικού σχεδιασμού, της οικονομικής ανάπτυξης, της αξιολόγησης του αντίκτυπου και της συνολικής οργανωσιακής κουλτούρας. Υπό αυτό το πρίσμα, το Μουσείο Κοτσανά φαίνεται να προσεγγίζει το δεύτερο επίπεδο ψηφιακής ωριμότητας, καθώς έχει εντάξει τις ψηφιακές του δραστηριότητες σε μια ολοκληρωμένη στρατηγική εξωστρέφειας, η οποία περιλαμβάνει περιοδεύουσες εκθέσεις, συνεργασίες με διεθνή μέσα ενημέρωσης, διαδικτυακές εκπαιδευτικές υπηρεσίες και στρατηγικές συνεργασίες με διεθνώς αναγνωρισμένους οργανισμούς και επιχειρήσεις.

Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του ψηφιακού μετασχηματισμού αποτελεί επίσης βασικό αντικείμενο της σύγχρονης μουσειολογικής βιβλιογραφίας. Σύμφωνα με τους Villaespesa και Wowkowych (2021), η επιτυχία μιας ψηφιακής στρατηγικής δεν μπορεί να αποτιμηθεί αποκλειστικά μέσω ποσοτικών δεικτών προβολής ή επισκεψιμότητας, αλλά απαιτεί τη χρήση βασικών δεικτών απόδοσης (key performance indicators-KPIs) που αποτυπώνουν το επίπεδο και την ποιότητα της αλληλεπίδρασης του κοινού. Ενδεικτικοί δείκτες αποτελούν το ποσοστό εμπλοκής ανά δημοσίευση (engagement rate), ο αριθμός αποθηκεύσεων (saves), οι κοινοποιήσεις (shares), το συναίσθημα που εκφράζεται στα σχόλια (sentiment analysis) και ο βαθμός μετατροπής της ψηφιακής αλληλεπίδρασης σε φυσική επίσκεψη ή σε αξιοποίηση ψηφιακών υπηρεσιών. Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιήθηκαν ως θεωρητική βάση και για τη διαμόρφωση της ημι-δομημένης συνέντευξης της παρούσας έρευνας, καθώς επιτρέπουν την αποτίμηση όχι μόνο της απήχησης, αλλά κυρίως της ουσιαστικής συμμετοχής του κοινού.

Η πανδημία της COVID-19 αποτέλεσε ένα ιδιαίτερα κρίσιμο σημείο καμπής για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών ψηφιακού μετασχηματισμού των μουσείων. Οι Agostino et al. (2020, 2021) χαρακτηρίζουν την περίοδο αυτή ως ένα άτυπο «εργαστήριο» δοκιμής της ψηφιακής ετοιμότητας των πολιτιστικών οργανισμών, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι τα μουσεία που είχαν ήδη αναπτύξει υψηλό επίπεδο ψηφιακής αυτοπεποίθησης (digital confidence) κατάφεραν να διατηρήσουν την κοινωνική τους παρουσία, την επικοινωνία με το κοινό και σημαντικό μέρος των οικονομικών τους πόρων, παρά τη μακροχρόνια αναστολή της φυσικής λειτουργίας τους. Η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της προσαρμοστικότητας, καθώς κατά την περίοδο 2020–2021 ανέπτυξε πολυγλωσσικές ζωντανές διαδικτυακές ξεναγήσεις (live online tours), προσαρμοσμένες στις ανάγκες εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και εταιρικών πελατών, διατηρώντας τόσο τη διεθνή του παρουσία όσο και σημαντικό μέρος των εσόδων του. Αντίστοιχα, οι Samaroudi et al. (2020) διαπιστώνουν ότι τα μουσεία που αξιοποίησαν ζωντανές μορφές ψηφιακής επικοινωνίας, με δυνατότητα αλληλεπίδρασης σε πραγματικό χρόνο μεταξύ ξεναγών και κοινού, διατήρησαν σε μεγαλύτερο βαθμό την κοινωνική τους αξία και το αίσθημα συμμετοχής των επισκεπτών κατά τη διάρκεια των περιοριστικών μέτρων.

Οι μελλοντικές προοπτικές του ψηφιακού μετασχηματισμού των μουσείων συνδέονται ολοένα και περισσότερο με την αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης (artificial intelligence -AI) και των τεχνολογιών εικονικής πραγματικότητας (virtual reality-VR) και επανξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR). Σύμφωνα με τους Giannini και Bowen (2024), μία από τις σημαντικότερες εξελίξεις της επόμενης περιόδου θα είναι η δυνατότητα εξατομίκευσης της μουσειακής εμπειρίας σε πραγματικό χρόνο, μέσω της προσαρμογής του περιεχομένου, του βάθους της ερμηνείας και της μορφής της αφήγησης στις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και το γνωστικό υπόβαθρο κάθε επισκέπτη. Η αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης (artificial intelligence-AI) αναμένεται να επιτρέψει στα μουσεία να προσφέρουν πολυεπίπεδες εμπειρίες μάθησης, οι οποίες θα μπορούν να απευθύνονται ταυτόχρονα σε διαφορετικές ομάδες κοινού, από μαθητές της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης έως ερευνητές και εξειδικευμένους επιστήμονες, χωρίς να αλλοιώνεται ο βασικός επιστημονικός και πολιτιστικός πυρήνας του περιεχομένου. Για

οργανισμούς όπως το Μουσείο Κοτσανά, οι δυνατότητες αυτές δημιουργούν τις προϋποθέσεις για ακόμη μεγαλύτερη διεθνή εξωστρέφεια, προσβασιμότητα και κοινωνική επιρροή, επιβεβαιώνοντας ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί πλέον μια διαρκή στρατηγική εξέλιξη και όχι μια παροδική τεχνολογική καινοτομία.

### 3.5. Σύνοψη: Προς ένα πλαίσιο για την ψηφιακή επιρροή των μουσείων

Η θεωρητική βιβλιογραφία που εξετάστηκε στην παρούσα εργασία αναδεικνύει τέσσερις αλληλένδετες αναλυτικές διαστάσεις, οι οποίες συμβάλλουν στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ένα σύγχρονο μουσείο λειτουργεί ως δημιουργός πολιτιστικού περιεχομένου και φορέας ψηφιακής επιρροής. Η πρώτη διάσταση αφορά το συμμετοχικό μοντέλο επικοινωνίας, μέσα από το οποίο το μουσείο μετασχηματίζεται από έναν θεσμό μονοδιάστατης μετάδοσης της γνώσης σε έναν οργανισμό που διευκολύνει τη συλλογική παραγωγή πολιτιστικού νοήματος. Η προσέγγιση αυτή προϋποθέτει την αναδιαμόρφωση των επικοινωνιακών πρακτικών του μουσείου και τη σταδιακή μετατόπιση μέρους της ερμηνευτικής και αφηγηματικής εξουσίας προς το κοινό.

Η δεύτερη διάσταση αφορά την ψηφιακή αφήγηση (digital storytelling) ως βασικό μηχανισμό πολιτιστικής παραγωγής. Η ψηφιακή αφήγηση δεν αποτελεί πλέον μια συμπληρωματική επικοινωνιακή πρακτική, αλλά ένα θεμελιώδες στοιχείο της σύγχρονης μουσειακής εμπειρίας, μέσω του οποίου η πολιτιστική κληρονομιά μετατρέπεται σε πολυμεσικό, διαδραστικό και προσβάσιμο περιεχόμενο.

Η τρίτη διάσταση σχετίζεται με τη στρατηγική αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία οφείλει να προσαρμόζεται στα χαρακτηριστικά, τις ανάγκες και τις επικοινωνιακές συνήθειες των διαφορετικών ομάδων κοινού, με ιδιαίτερη έμφαση στη γενιά Z (generation Z). Παράλληλα, η αποτελεσματικότητα της στρατηγικής αυτής δεν αξιολογείται αποκλειστικά με βάση δείκτες εμβέλειας ή αριθμού ακολούθων, αλλά κυρίως μέσω δεικτών ουσιαστικής εμπλοκής, όπως η αλληλεπίδραση, οι κοινοποιήσεις, οι αποθηκεύσεις και η ενεργός συμμετοχή του κοινού.

Η τέταρτη διάσταση αφορά την ψηφιακή αυτοπεποίθηση (digital confidence) του οργανισμού, η οποία εκφράζει τον βαθμό στον οποίο η ψηφιακή στρατηγική έχει ενσωματωθεί οριζόντια στη συνολική λειτουργία του μουσείου. Η διάσταση αυτή περιλαμβάνει την οργανωσιακή κουλτούρα, την ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων του προσωπικού, την τεχνολογική υποδομή, τη βιωσιμότητα του επιχειρησιακού μοντέλου, τη δημιουργία εσόδων και τη συστηματική ανάπτυξη του κοινού.

Οι τέσσερις αυτές διαστάσεις δεν λειτουργούν ανεξάρτητα ούτε ιεραρχικά, αλλά συνθέτουν ένα ενιαίο θεωρητικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο κάθε στοιχείο ενισχύει τα υπόλοιπα. Ένα μουσείο μπορεί να αναπτύσσει ποιοτικό συμμετοχικό περιεχόμενο ή να επιτυγχάνει υψηλά επίπεδα αλληλεπίδρασης στα ψηφιακά μέσα, εάν όμως η δραστηριότητα αυτή δεν υποστηρίζεται από μια συνεκτική οργανωσιακή στρατηγική και δεν μεταφράζεται σε ουσιαστικά θεσμικά αποτελέσματα, δεν μπορεί να θεωρηθεί πλήρως ώριμος φορέας ψηφιακής πολιτιστικής επιρροής.

Υπό το πρίσμα αυτό, το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κοτσανά αποτελεί μια ιδιαίτερα χαρακτηριστική περίπτωση μελέτης για την εφαρμογή του παραπάνω θεωρητικού πλαισίου. Πρώτον, τα λειτουργικά ομοιώματα και οι ανακατασκευές αρχαίων τεχνολογικών επιτευγμάτων συνιστούν πρωτογενές πολιτιστικό περιεχόμενο με έντονο οπτικό και βιωματικό χαρακτήρα. Δεύτερον, η διεθνής προβολή του μουσείου μέσω έγκριτων μέσων ενημέρωσης επιβεβαιώνει ότι η πολιτιστική του επιρροή υπερβαίνει τα όρια της φυσικής επισκεψιμότητας. Τρίτον, η αξιοποίηση της παιχνιδοποίησης (gamification), της εικονικής πραγματικότητας (virtual reality-VR), της επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality-AR) και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης καταδεικνύει την ύπαρξη μιας συνεκτικής και προσαρμοστικής ψηφιακής στρατηγικής. Τέλος, η οικονομική αυτοδυναμία του οργανισμού, η οποία βασίζεται σε πολλαπλές και διαφοροποιημένες πηγές χρηματοδότησης, υποδηλώνει ότι η ψηφιακή του αυτοπεποίθηση έχει μετατραπεί σε ουσιαστικό παράγοντα θεσμικής ανθεκτικότητας και βιωσιμότητας.

Οι παραπάνω θεωρητικές διαστάσεις αποτέλεσαν τη βάση για τον σχεδιασμό της ημι-δομημένης συνέντευξης της παρούσας έρευνας. Τα ερευνητικά ερωτήματα διαμορφώθηκαν έτσι ώστε να διερευνήσουν εμπειρικά τον τρόπο με τον οποίο το Μουσείο Κοτσανά εφαρμόζει στην πράξη τις αρχές της συμμετοχικής επικοινωνίας, της ψηφιακής αφήγησης, της στρατηγικής αξιοποίησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της ψηφιακής αυτοπεποίθησης, επιτρέποντας τη σύνδεση του θεωρητικού πλαισίου με την πραγματική λειτουργία του οργανισμού.

### **3.6. Η οικοδόμηση της κοινότητας, η πολιτιστική «ήπια δύναμη» και το μουσείο ως καθοριστής της ατζέντας**

Ένα ιδιαίτερα σημαντικό πεδίο της σύγχρονης θεωρητικής έρευνας αφορά τη σχέση μεταξύ της επικοινωνιακής στρατηγικής των μουσείων και της έννοιας της ήπιας πολιτιστικής ισχύος (soft cultural power), δηλαδή της ικανότητας ενός πολιτιστικού οργανισμού να επηρεάζει αντιλήψεις, στάσεις και πολιτισμικές αναπαραστάσεις πέρα από τα όρια της άμεσης αλληλεπίδρασης και του εθνικού του πλαισίου. Τα μουσεία δεν παράγουν μόνο εκπαιδευτική αξία για τον επισκέπτη, αλλά συμβάλλουν και στη διαμόρφωση συμβολικού και πολιτισμικού κεφαλαίου, επηρεάζοντας τον δημόσιο διάλογο γύρω από την πολιτιστική κληρονομιά, την επιστήμη και τη συλλογική ταυτότητα μέσω των σύγχρονων οικοσυστημάτων επικοινωνίας (Scott, 2014). Στην περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά, οι διεθνείς περιοδεύουσες εκθέσεις που έχουν παρουσιαστεί σε χώρες όπως η Νότια Κορέα, η Σιγκαπούρη, η Γαλλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Αυστραλία, και οι οποίες τεκμηριώνονται πλήρως μέσα από το δίκτυο εξωστρέφειας στον [Επίσημο Ιστότοπο του Μουσείου Κοτσανά](#), καθώς και [η προβολή τους από διεθνή μέσα ενημέρωσης](#), αναδεικνύουν ότι η άσκηση αυτής της πολιτιστικής επιρροής αποτελεί συνειδητή στρατηγική επιλογή και όχι συγκυριακό αποτέλεσμα.

Ο Navarrete (2021) επισημαίνει ότι μία από τις σημαντικότερες εξελίξεις στη σύγχρονη μουσειακή επικοινωνία είναι η αξιοποίηση περιεχομένου behind the scenes (bts), μέσω του οποίου αποκαλύπτονται οι συνήθως αθέατες διαδικασίες της έρευνας, της συντήρησης, της τεκμηρίωσης, της ανακατασκευής και της επιμέλειας των συλλογών. Η στρατηγική αυτή επιτελεί πολλαπλές λειτουργίες: ανθρωποποιεί τον οργανισμό, αναδεικνύει την επιστημονική εργασία που προηγείται της παρουσίασης των εκθεμάτων, ενισχύει την αξιοπιστία του μουσείου και παράγει περιεχόμενο υψηλής απήχησης στις ψηφιακές πλατφόρμες, όπου η αυθεντικότητα

αποτελεί βασικό κριτήριο προβολής. Για το Μουσείο Κοτσανά, το περιεχόμενο behind the scenes δεν αποτελεί μια αποσπασματική επικοινωνιακή πρακτική, αλλά οργανικό στοιχείο της συνολικής στρατηγικής ανάδειξης του επιστημονικού και πολιτιστικού του έργου.

Στο ίδιο θεωρητικό πλαίσιο εντάσσεται και η έννοια της οικοδόμησης κοινότητας (community building). Η δημιουργία ενεργών κοινοτήτων ενδιαφέροντος, αποτελούμενων από άτομα που αλληλεπιδρούν συστηματικά με το περιεχόμενο ενός μουσείου και λειτουργούν ως άτυποι πρεσβευτές του στις προσωπικές και επαγγελματικές τους σχέσεις, θεωρείται σήμερα σημαντικότερη από τη μεγιστοποίηση της απλής ψηφιακής εμβέλειας. Ο Falk (2009) υποστηρίζει ότι οι πιο ουσιαστικές και διαχρονικές μουσειακές εμπειρίες συνδέονται με κίνητρα που σχετίζονται με την προσωπική ταυτότητα του επισκέπτη, τις αξίες του και τα ενδιαφέροντά του. Στην περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά, η ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας δημιουργεί ένα κοινό σημείο αναφοράς για επισκέπτες διαφορετικών ηλικιών, επαγγελματικών ομάδων και πολιτισμικών προελεύσεων, όπως μηχανικούς, εκπαιδευτικούς, ερευνητές, μαθητές και επισκέπτες από το εξωτερικό. Η διάσταση αυτή διερευνάται και στην παρούσα έρευνα μέσω των ερωτήσεων της ημιδομημένης συνέντευξης, οι οποίες εστιάζουν στη δημιουργία κοινοτήτων, στο περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες (user-generated content-UGC) και στη συνεργασία με ψηφιακούς διαμορφωτές κοινής γνώμης (influencers).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης η έννοια του μουσείου ως καθοριστή της δημόσιας ατζέντας (agenda setter). Σύμφωνα με την Kidd (2014), η πολιτιστική επιρροή ενός μουσείου δεν προκύπτει επειδή υπαγορεύει στο κοινό τι να πιστέψει, αλλά επειδή αναδεικνύει ζητήματα που αξίζει να αποτελέσουν αντικείμενο δημόσιου προβληματισμού. Υπό αυτή την οπτική, το Μουσείο Κοτσανά προβάλλει συστηματικά τη συμβολή της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας στην εξέλιξη του ανθρώπινου πολιτισμού, διευρύνοντας την κυρίαρχη αντίληψη που συνδέει την αρχαιότητα αποκλειστικά με τη φιλοσοφία, τη λογοτεχνία ή την τέχνη. Μέσα από την ανάδειξη των επιτευγμάτων του Ήρωνα, του Φίλωνα, του Αρχιμήδη, του Μηχανισμού των Αντικυθήρων και άλλων τεχνολογικών καινοτομιών, το μουσείο συμβάλλει στον επαναπροσδιορισμό της πολιτιστικής αξίας της αρχαίας ελληνικής επιστήμης και τεχνολογίας σε διεθνές επίπεδο. Η στρατηγική αυτή ενισχύει τη διεθνή προβολή του οργανισμού και εξηγεί σε σημαντικό βαθμό το αυξημένο ενδιαφέρον που επιδεικνύουν διεθνή μέσα ενημέρωσης για τις δράσεις του. Η διερεύνηση αυτής της δυναμικής αποτελεί βασικό άξονα του εμπειρικού μέρους της παρούσας έρευνας και εξετάζεται συστηματικά μέσω της ημι-δομημένης συνέντευξης.

### 3.7. Ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση το θεωρητικό μοντέλο των Sylaiou και Fidas (2022), καθώς και τη συστηματική ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, η παρούσα έρευνα οργανώθηκε γύρω από έξι βασικά ερευνητικά ερωτήματα. Τα ερωτήματα αυτά αποτέλεσαν τον άξονα σχεδιασμού της ημι-δομημένης συνέντευξης, της συλλογής των δεδομένων και της θεματικής ανάλυσης των ευρημάτων, επιτρέποντας τη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο τα σύγχρονα μουσεία λειτουργούν ως δημιουργοί πολιτιστικού περιεχομένου και αναπτύσσουν τις επικοινωνιακές τους στρατηγικές στο σύγχρονο φυσικό και ψηφιακό περιβάλλον.

Συγκεκριμένα, τα ερευνητικά ερωτήματα εστιάζουν:

- **RQ1:** στους τύπους πολιτιστικού περιεχομένου που παράγονται από τα σύγχρονα μουσεία,
- **RQ2:** στους επικοινωνιακούς ρόλους που υιοθετούν ως δημιουργοί πολιτιστικού περιεχομένου,
- **RQ3:** στα ψηφιακά και φυσικά κανάλια επικοινωνίας που αξιοποιούνται,
- **RQ4:** στις διαφοροποιήσεις των επικοινωνιακών πρακτικών μεταξύ φυσικού, ψηφιακού και υβριδικού μουσειακού περιβάλλοντος,
- **RQ5:** στον βαθμό προώθησης της συμμετοχής, της συμπερίληψης και της αλληλεπίδρασης του κοινού, και
- **RQ6:** στις κυριότερες σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις που χαρακτηρίζουν την πολιτιστική επικοινωνία των μουσείων.

## 4. Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία

### 4.1. Εισαγωγή: Αναθεώρηση της μεθοδολογίας και αιτιολόγηση

Το παρόν κεφάλαιο παρουσιάζει τη μεθοδολογία που τελικά υιοθετήθηκε για την παρούσα έρευνα, μετά από ουσιαστική αναθεώρηση του αρχικού σχεδιασμού. Η μελέτη είχε αρχικά σχεδιαστεί ως ποιοτική έρευνα μίας μόνο περίπτωσης, βασισμένη σε μια ημι-δομημένη συνέντευξη με ανώτερα στελέχη του Μουσείου Κοτσανά, Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας, η οποία θα συμπληρωνόταν από βιβλιογραφική ανασκόπηση και δομημένη παρατήρηση των ψηφιακών καναλιών του μουσείου. Κατά τη διάρκεια της επιτόπιας έρευνας, κατάφερε να ολοκληρωθεί μόνο μία συνέντευξη, λόγω της περιορισμένης διαθεσιμότητας συγκρίσιμων ιδρυμάτων και των πρακτικών περιορισμών στην πρόσβαση σε ανώτερα στελέχη επικοινωνίας σε μικρούς, μη κερδοσκοπικούς πολιτιστικούς οργανισμούς. Μετά από συνεννόηση με την επιβλέπουσα, συμφωνήθηκε ότι μια μόνο ολοκληρωμένη συνέντευξη δεν θα παρείχε επαρκώς στέρεη βάση, και ο σχεδιασμός επανεξετάστηκε αντί να εγκαταλειφθεί.

Η αναθεωρημένη μεθοδολογία διατηρεί τη συνέντευξη ως πολύτιμη πρωτογενή πηγή, αλλά την εντάσσει σε ένα ευρύτερο, τριγωνοποιημένο σχεδιασμό που ενσωματώνει επίσης μια ανασκόπηση βιβλιογραφίας για τον προσδιορισμό του πεδίου και μια συγκριτική, στοχευμένη έρευνα περιπτώσεων μουσείων. Αυτό ακολουθεί την καθοδήγηση της επιβλέπουσας, που είχε ως σκοπό να αναδιαρθρωθεί η μελέτη γύρω από μια συνδυασμένη προσέγγιση ανασκόπησης και συγκριτικής ανάλυσης περιεχομένου, με πρότυπο τους Sylaiou και Fidas (2022), οι οποίοι χαρτογράφησαν τους εικονικούς ανθρώπους στα μουσεία σύμφωνα με τύπους, ρόλους, τεχνολογίες και πλαίσια χρήσης. Η παρούσα διατριβή προσαρμόζει αυτή τη λογική στα μουσεία ως δημιουργούς πολιτιστικού περιεχομένου, διατηρώντας τη συνέντευξη του μουσείου Κοτσανά, ως μια περίπτωση βαθύτερης θεσμικής κατανόησης που στηρίζει την ευρύτερη άσκηση χαρτογράφησης. Η αναθεώρηση αυτή ενισχύει, αντί να υποβαθμίζει, την εμπειρική φιλοδοξία της διατριβής: ο συνδυασμός μιας βαθιά ενταγμένης στο πλαίσιο συνέντευξης με μια συστηματική χαρτογράφηση της βιβλιογραφίας και μια δομημένη συγκριτική έρευνα αντιμετωπίζει μια μεθοδολογική αδυναμία που θα παρουσίαζε μια μελέτη βασισμένη αποκλειστικά σε συνεντεύξεις. Ο σχεδιασμός που προκύπτει είναι μια διαδοχική, πολυδιάστατη ποιοτική μεθοδολογία που συνδυάζει μια εργαλειοτική μελέτη περίπτωσης, μια ανασκόπηση εύρους και μια συγκριτική εμπειρική έρευνα. Κάθε σκέλος καλύπτει ένα κενό που αφήνουν τα άλλα: συνέντευξη παρέχει θεσμικό βάθος· η ανασκόπηση εύρους χαρτογραφεί το εννοιολογικό πεδίο, ενώ η συγκριτική έρευνα παρέχει διαθεσμικό εύρος που δεν μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω συνεντεύξεων.

## 4.2. Γνωσιολογική και οντολογική θέση

Ο επιστημολογικός προσανατολισμός παραμένει ερμηνευτικός, σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο των προηγούμενων κεφαλαίων. Η μελέτη βασίζεται στην παραδοχή ότι οι επικοινωνιακές πρακτικές των μουσείων, καθώς και οι έννοιες που συνδέονται με αυτές, αποτελούν κοινωνικά κατασκευασμένα φαινόμενα τα οποία δεν μπορούν να αποτυπωθούν επαρκώς μόνο μέσω μιας αξιακά ουδέτερης μέτρησης. Όπως υποστηρίζει ο Poth (2023), η ερμηνευτική έρευνα αφορά τη συμμετοχή στη δημιουργία νοήματος και όχι την αντικειμενική παρατήρηση μιας προϋπάρχουσας πραγματικότητας, ενώ η γνώση θεωρείται μερική και συγκεκριμένη.

Η προσθήκη μιας ανασκόπησης εύρους και μιας συγκριτικής έρευνας δεν απομακρύνεται από αυτή τη στάση, αλλά αντανakλά αυτό που ο Bryman (2016) περιγράφει ως μεθοδολογική τριγωνοποίηση: τη χρήση πολλαπλών, συμπληρωματικών μεθόδων για τη δημιουργία μιας πληρέστερης εικόνας από ό,τι θα μπορούσε να προσφέρει οποιαδήποτε μεμονωμένη μέθοδος. Ο Inghilleri (2023) υποστηρίζει ότι η τριγωνοποίηση αποτελεί πρωτίστως μια επιστημολογική στρατηγική που επιτρέπει πολλαπλές αναλυτικές οπτικές γωνίες επί του ίδιου φαινομένου, παρά μια απλή επικύρωση. Στην περίπτωση αυτή, η συνέντευξη φωτίζει την εσωτερική λογική ενός ιδρύματος· η ανασκόπηση εύρους φωτίζει την εννοιολογική κατάσταση του πεδίου· και η συγκριτική έρευνα φωτίζει τον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρεται στην πράξη ένα ευρύτερο σύνολο ιδρυμάτων.

## 4.3. Γενικός σχεδιασμός της έρευνας: Μια πολυδιάστατη ποιοτική προσέγγιση

Ο σχεδιασμός συνδυάζει τρία στοιχεία που υλοποιήθηκαν σε γενικές γραμμές διαδοχικά, αλλά αναλύθηκαν από κοινού: (Α) μια ημι-δομημένη συνέντευξη με το Μουσείο Κοτσανά, η οποία αντιμετωπίστηκε ως εργαλειακή μελέτη περίπτωσης· (Β) μια ανασκόπηση εύρους της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας σχετικά με την επικοινωνία των μουσείων· και (Γ) μια συγκριτική έρευνα ενός σκόπιμου δείγματος ψηφιακών και φυσικών καναλιών επικοινωνίας ελληνικών και διεθνών μουσείων. Αυτό ακολουθεί την εναλλακτική μεθοδολογία που πρότεινε ο επιβλέπων, η οποία βασίζεται στην ανασκόπηση εύρους και στη συγκριτική ανάλυση περιεχομένου.

Ο σχεδιασμός συνάδει με την πρόσφατη πρακτική που συνδυάζει την ανάλυση εγγράφων, τη χαρτογράφηση ψηφιακού περιεχομένου και τις συνεντεύξεις για τη μελέτη της θεσμικής επικοινωνίας χωρίς μεγάλα δείγματα συνεντεύξεων (Parsehyan, 2020· Giannini και Bowen, 2022). Ο Alotaibi (2026), μελετώντας δέκα πολιτιστικούς φορείς της Μέσης Ανατολής, συνδύασε τη θεματική κωδικοποίηση του περιεχομένου των κοινωνικών μέσων, χρησιμοποιώντας το πλαίσιο των Braun και Clarke (2006), με συγκριτική ανάλυση μεταξύ των φορέων, προκειμένου να αντισταθμίσει τα περιορισμένα εσωτερικά δεδομένα, επιβεβαιώνοντας ότι η προσέγγιση αυτή αποτελεί καθιερωμένη πρακτική και όχι μια ad hoc λύση.

Οι τρεις αυτές πτυχές είναι αλληλοσυμπληρούμενες και όχι ξεχωριστές υπομελέτες: η ανασκόπηση εύρους καθορίζει το εννοιολογικό λεξιλόγιο και τα κενά· η συγκριτική έρευνα εφαρμόζει εμπειρικά αυτό το λεξιλόγιο· και η συνέντευξη παρέχει μια αφήγηση σε πρώτο πρόσωπο για το πώς ένας θεσμός εφαρμόζει αυτές τις κατηγορίες, επιτρέποντας την ερμηνεία ευρύτερων ευρημάτων με βάση μια πλούσια σε πλαίσιο περίπτωση.

#### **4.4. Μεθοδολογικοί άξονες της έρευνας**

##### **4.4.1. Ενότητα Α: Ημι-δομημένη Συνέντευξη με το Μουσείο Κοτσανά**

###### **4.4.1.1. Λόγοι για τη διατήρηση της συνέντευξης ως εργαλειακής μελέτης περίπτωσης**

Σύμφωνα με τον Stake (1995), οι μελέτες περίπτωσης διακρίνονται σε «εγγενείς» (intrinsic), όπου το ίδιο το αντικείμενο της μελέτης αποτελεί το κύριο ερευνητικό ενδιαφέρον, και σε «εργαλειακές» (instrumental), στις οποίες η επιλεγμένη περίπτωση αξιοποιείται για την κατανόηση ενός ευρύτερου θεωρητικού ή εμπειρικού ζητήματος. Η παρούσα έρευνα υιοθετεί τη δεύτερη προσέγγιση, αντιμετωπίζοντας το μουσείο Κοτσανά ως εργαλειακή μελέτη περίπτωσης, η οποία συμβάλλει στη διερεύνηση των σύγχρονων επικοινωνιακών πρακτικών των μουσείων και της μετάβασής τους από φορείς διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ενεργούς παραγωγούς και διαμεσολαβητές πολιτιστικού περιεχομένου.

Η επιλογή του συγκεκριμένου μουσείου δεν αποσκοπεί στη στατιστική γενίκευση των ευρημάτων, αλλά στην εις βάθος κατανόηση των διαδικασιών, των στρατηγικών και των μηχανισμών που διαμορφώνουν την επικοινωνιακή του λειτουργία. Όπως επισημαίνει ο Tight (2022), μια προσεκτικά επιλεγμένη μελέτη περίπτωσης μπορεί να προσφέρει ουσιαστική ερμηνευτική αξία, αναδεικνύοντας τη λογική που διέπει τη λήψη αποφάσεων, τις οργανωσιακές πρακτικές και τις ιδιαίτερες συνθήκες λειτουργίας ενός οργανισμού. Υπό αυτό το πρίσμα, η ημιδομημένη συνέντευξη αξιοποιείται ως εργαλείο εμβάθυνσης και ερμηνείας των ευρημάτων της συγκριτικής ανάλυσης, προσφέροντας ποιοτικά δεδομένα που συμπληρώνουν και εμπλουτίζουν την κατανόηση του υπό διερεύνηση φαινομένου.

###### **4.4.1.2. Σχεδιασμός, εργαλείο και διεξαγωγή της συνέντευξης**

Το εργαλείο ανάπτυξης της συνέντευξης περιελάμβανε τέσσερις θεματικές ενότητες που συνάδουν με το θεωρητικό πλαίσιο: το μουσείο ως δημιουργός περιεχομένου· η επιρροή των μέσων ενημέρωσης και η ψηφιακή αυθεντία· οι σχέσεις με το κοινό της Γενιάς Z και ο μετρήσιμος αντίκτυπος και οι μελλοντικές τάσεις. Οι Brinkmann και Kvale (2015) υποστηρίζουν ότι η ημιδομημένη μορφή υποστηρίζει τη συστηματική ανάλυση, ενώ παράλληλα επιτρέπει την εξερεύνηση απροσδόκητων αλλά εποικοδομητικών κατευθύνσεων ερωτήσεων. Η συνέντευξη διεξήχθη με τον Διευθυντή Επικοινωνίας και Ψηφιακής Στρατηγικής, σύμφωνα με την παρατήρηση του Tight (2022) ότι σε οργανισμούς με λιτή δομή, μία ενιαία εντατική συνέντευξη με τον καταλληλότερο πληροφοριοδότη, δύναται να αποφέρει πιο χρήσιμα δεδομένα από ό,τι

πολλαπλές συνεντεύξεις με λιγότερο κεντρικά στελέχη. Η συνέντευξη διεξήχθη στα ελληνικά, προκειμένου να μειωθούν τα επικοινωνιακά εμπόδια και να αυξηθεί το βάθος και η ακρίβεια, με μεθοδολογική υποστήριξη από την εργασία του Gee (2025) σχετικά με την ανάλυση του λόγου.

#### **4.4.1.3. Αντιμετώπιση του περιορισμού που συνεπάγεται η διεξαγωγή μίας μόνο ολοκληρωμένης συνέντευξης**

Παρότι η συλλογή πρωτογενών δεδομένων περιορίστηκε στη διεξαγωγή μιας ολοκληρωμένης - ημι-δομημένης - συνέντευξης, ο περιορισμός αυτός δεν υπονομεύει τη μεθοδολογική επάρκεια της έρευνας, καθώς η συνέντευξη δεν χρησιμοποιείται ως μοναδική πηγή τεκμηρίωσης. Αντιθέτως, εντάσσεται σε ένα ευρύτερο σχέδιο μεθοδολογικής τριγωνοποίησης, στο οποίο τα ποιοτικά δεδομένα ερμηνεύονται σε συνδυασμό με τα ευρήματα της ανασκόπησης εύρους και της συγκριτικής ανάλυσης δεκαέξι μουσείων. Η συμπληρωματική αξιοποίηση των τριών αυτών πηγών δεδομένων επιτρέπει την αμοιβαία επιβεβαίωση ή ερμηνεία των ευρημάτων, ενισχύοντας την αξιοπιστία, την εγκυρότητα και την ερμηνευτική ισχύ των συμπερασμάτων, χωρίς να επιδιώκεται στατιστική γενίκευση αλλά εμβάθυνση του υπό μελέτη φαινομένου.

#### **4.4.2. Ενότητα Β: Ανασκόπηση του πεδίου εφαρμογής της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας**

##### **4.4.2.1. Αιτιολόγηση**

Επιλέχθηκε μια ανασκόπηση εύρους (scoping review) αντί για συστηματική ανασκόπηση, καθώς οι Munn et al. (2018) διακρίνουν τις δύο αυτές μορφές με βάση τον σκοπό τους: οι συστηματικές ανασκοπήσεις εξετάζουν στενά καθορισμένα ερωτήματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα μιας παρέμβασης, ενώ οι ανασκοπήσεις εύρους χαρτογραφούν την έκταση και τη φύση της βιβλιογραφίας, αποσαφηνίζουν έννοιες και εντοπίζουν κενά, κάτι που είναι κατάλληλο στην περίπτωση αυτή, δεδομένου του στόχου να κατανοηθεί το πώς τα μουσεία εκλαμβάνονται ως παραγωγοί περιεχομένου. Η ανασκόπηση ακολουθεί το πενταστοιχείο πλαίσιο των Arksey και O'Malley (2005): προσδιορισμός του ερευνητικού ερωτήματος, εντοπισμός σχετικών μελετών, επιλογή μελετών, καταγραφή δεδομένων και συγκέντρωση/αναφορά αποτελεσμάτων, το οποίο βελτιώθηκε από τους Khalil et al. (2024), δίνοντας έμφαση στην επαναληπτική, ομαδική επιλογή και στη σαφή αναφορά των αποτελεσμάτων της αναζήτησης και της διαλογής.

##### **4.4.2.2. Στρατηγική αναζήτησης, βάσεις δεδομένων και κριτήρια επιλεξιμότητας**

Η βιβλιογραφική αναζήτηση πραγματοποιήθηκε στις επιστημονικές βάσεις δεδομένων Scopus, Web of Science, Google Scholar και MDPI, με στόχο τον εντοπισμό συναφούς και επιστημονικά τεκμηριωμένης βιβλιογραφίας. Η στρατηγική αναζήτησης σχεδιάστηκε σύμφωνα με το εννοιολογικό πλαίσιο «πληθυσμός-έννοια-πλαίσιο» των Peters et al. (2020), για τις ανασκοπήσεις χαρτογράφησης (scoping reviews). Ειδικότερα, ως πληθυσμός (population) ορίστηκαν τα μουσεία και οι συναφείς πολιτιστικοί οργανισμοί, ως έννοια (concept) οι επικοινωνιακές πρακτικές παραγωγής, διαχείρισης και διάδοσης πολιτιστικού περιεχομένου,

ενώ ως πλαίσιο (context) προσδιορίστηκαν τόσο η φυσική όσο και η ψηφιακή επικοινωνία σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Οι όροι αναζήτησης διαμορφώθηκαν μέσω συνδυασμού της λέξης «μουσείο» με λέξεις κλειδιά που αφορούσαν την επικοινωνία, το ψηφιακό περιεχόμενο, την αφήγηση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τη συμμετοχή του κοινού και την εμπειρία των επισκεπτών. Η αναζήτηση πραγματοποιήθηκε αυτοτελώς στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα, προκειμένου να διασφαλιστεί η ευρύτερη δυνατή κάλυψη της σχετικής βιβλιογραφίας. Επιπλέον, οι βιβλιογραφικές αναφορές βασικών μελετών, συμπεριλαμβανομένης της εργασίας των Sylaiou και Fidas (2022), εξετάστηκαν συστηματικά και επεκτάθηκαν με την εφαρμογή της μεθόδου της «χιονοστιβάδας», όπως συνιστούν οι Arksey και O'Malley (2005).

Τα κριτήρια συμπερίληψης των μελετών περιλάμβαναν: α) εστίαση σε μουσεία ή άλλους πολιτιστικούς οργανισμούς, β) διερεύνηση θεμάτων που σχετίζονται με την επικοινωνία, το ψηφιακό περιεχόμενο, την αφήγηση, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τη συμμετοχή του κοινού ή το πολιτιστικό μάρκετινγκ, γ) δημοσίευση από το 2015 και εξής, δ) αξιολόγηση μέσω διαδικασίας ομότιμης κρίσης ή έκδοση από αναγνωρισμένο θεσμικό φορέα και ε) διαθεσιμότητα του πλήρους κειμένου στην ελληνική γλώσσα ή στην αγγλική. Σύμφωνα με τους Tricco et al. (2018), η διαλογή πραγματοποιήθηκε σε δύο διαδοχικά στάδια: διαλογή τίτλων/περιλήψεων των δημοσιεύσεων, ακολουθούμενη από ανασκόπηση του πλήρους κειμένου, ενώ οι αμφίβολες περιπτώσεις συζητήθηκαν με την επιβλέπουσα, σύμφωνα με τη σύσταση των Khalil et al. (2024) για επαναληπτική, συνεργατική επιλογή. Αυτό το τελικό σώμα της βιβλιογραφίας αποτελεί την εννοιολογική βάση για το θεωρητικό πλαίσιο και διαμορφώνει άμεσα το σύστημα κωδικοποίησης που εφαρμόστηκε στη συγκριτική ανάλυση.

#### **4.4.3. Ενότητα Γ: Συγκριτική εμπειρική έρευνα περιπτώσεων μουσείων**

##### **4.4.3.1. Αιτιολόγηση και μεθοδολογική σύνδεση με τη μελέτη των Sylaiou και Fidas (2022)**

Η υιοθέτηση της συγκριτικής προσέγγισης λειτουργεί συμπληρωματικά προς την εις βάθος, μονογραφική μελέτη περίπτωσης του Μουσείου Κοτσανά, στοχεύοντας στην άντληση ευρύτερων, διαθεσμικών δεδομένων και στην επίτευξη μεθοδολογικής τριγωνοποίησης. Η παρούσα ερευνητική προσπάθεια εδράζεται μεθοδολογικά στο ταξινομικό μοντέλο των Sylaiou και Fidas (2022), οι οποίοι κατηγοριοποίησαν τις εφαρμογές εικονικών ανθρώπων βάσει του τύπου, του ρόλου, της χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας και του γενικότερου πλαισίου εφαρμογής τους. Σε αναλογία με το ανωτέρω μοντέλο, η παρούσα διατριβή επεκτείνει το αναλυτικό πεδίο, ταξινομώντας τα εξεταζόμενα μουσεία με βάση τον τύπο του ψηφιακού περιεχομένου, τους επιτελούμενους επικοινωνιακούς ρόλους, τα διαθέσιμα κανάλια διάχυσης, τα επίπεδα διαδραστικότητας και συμμετοχής των χρηστών, καθώς και τις αναδυόμενες τεχνολογικές και μουσειολογικές τάσεις. Μέσα από αυτή τη συγκριτική οπτική, η έρευνα υπερβαίνει τους εγγενείς περιορισμούς της μεμονωμένης ποιοτικής συνέντευξης, διασφαλίζοντας μια ολιστική και συγχρονική αποτύπωση του σύγχρονου μουσειακού τοπίου, γεγονός που ενισχύει την εξωτερική εγκυρότητα και τη γενικευσιμότητα των τελικών συμπερασμάτων της μελέτης.

#### 4.4.3.2. Στρατηγική σκόπιμης δειγματοληψίας

Για τις ανάγκες της συγκριτικής ανάλυσης εφαρμόστηκε η μεθοδολογία της σκόπιμης δειγματοληψίας (purposive sampling), η οποία κρίνεται ως η πλέον ενδεδειγμένη για ποιοτικές προσεγγίσεις όπου πρωτεύων στόχος είναι η εσκεμμένη επιλογή περιπτώσεων με υψηλό πληροφοριακό πλούτο και όχι η στατιστική γενίκευση του δείγματος (Bryman, 2016). Το τελικό δείγμα συγκροτήθηκε από δεκαέξι μουσειακούς οργανισμούς, αριθμός που εμπίπτει εντός του προτεινόμενου -από την επιβλέπουσα- εύρους των δώδεκα έως είκοσι περιπτώσεων, διασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο τη βέλτιστη ισορροπία μεταξύ της αναλυτικής ποικιλομορφίας και της διαχειριστικής επάρκειας της έρευνας. Τα κριτήρια για τη συμπερίληψη των ιδρυμάτων στο δείγμα καθορίστηκαν βάσει της διεθνούς ή εθνικής τους εμβέλειας, της δυναμικής ψηφιακής τους παρουσίας, της ετερογένειας ως προς το θεματικό τους αντικείμενο, της διαθεσιμότητας επαρκούς διαδικτυακού υλικού για τη διεξαγωγή συστηματικής τεκμηρίωσης, καθώς και της υιοθέτησης αποδεδειγμένα καινοτόμων πρακτικών στο πεδίο της ψηφιακής μουσειολογίας.

Προκειμένου να επιτευχθεί μια σφαιρική και πολυεπίπεδη χαρτογράφηση, το δείγμα ισοκατανεμήθηκε μεταξύ του εγχώριου και του διεθνούς περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει οκτώ ελληνικά ιδρύματα, και ειδικότερα το Μουσείο Ακρόπολης, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το Μουσείο Μπενάκη, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (ΕΜΣΤ), το Ίδρυμα Βασιλή & Ελίζας Γουλανδρή, το Μουσείο Νεότερου Ελληνικού Πολιτισμού και το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού. Στον αντίποδα, το διεθνές σκέλος του δείγματος απαρτίζεται από οκτώ οργανισμούς παγκόσμιας εμβέλειας, όπως το Βρετανικό Μουσείο, το Μουσείο του Λούβρου, το Rijksmuseum, το Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης της Νέας Υόρκης (ΜοΜΑ), το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης (Met), την Tate, το Μουσείο Βικτωρίας και Αλβέρτου (V&A), καθώς και το Ινστιτούτο Σμιθσόνιαν (Smithsonian Institution). Η συγκεκριμένη συνδυαστική σύνθεση διευκολύνει την άντληση συγκριτικών συμπερασμάτων ανάμεσα σε οργανισμούς που λειτουργούν εντός του ίδιου εθνικού και πολιτισμικού πλαισίου με το Μουσείο Κοτσανά, και σε εμβληματικά ιδρύματα της αλλοδαπής, αντανakλώντας ταυτόχρονα την ευρύτερη τυπολογική ποικιλομορφία του σύγχρονου μουσειακού γίγνεσθαι.

#### 4.4.3.3. Πηγές δεδομένων και πλαίσιο κωδικοποίησης

Η συγκέντρωση του πρωτογενούς υλικού πραγματοποιήθηκε μέσω της συστηματικής άντλησης δεδομένων από δημόσια προσβάσιμες πηγές, οι οποίες περιλαμβάνουν τους επίσημους ιστότοπους των μουσείων, τις ψηφιακές τους συλλογές, τις διαδικτυακές εκθέσεις, καθώς και τα επίσημα κανάλια τους σε πλατφόρμες αναπαραγωγής βίντεο και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το YouTube, το Instagram, το Facebook, το TikTok, το X και το LinkedIn. Παράλληλα, εξετάστηκαν ενημερωτικά δελτία (newsletters), ιστολόγια (blogs), ψηφιακές ακουστικές εκπομπές (podcasts), ανοικτοί εκπαιδευτικοί πόροι, δελτία τύπου, επικοινωνιακές εκστρατείες, εφαρμογές για φορητές συσκευές (mobile apps), εικονικές περιηγήσεις, καθώς και τεκμηριωμένες συμμετοχικές πρωτοβουλίες. Η συγκεκριμένη πολυεπίπεδη προσέγγιση ευθυγραμμίζεται με τη θεωρητική θέση του Ponroznik (2024), ο οποίος υποστηρίζει ότι η ψηφιακή ταυτότητα των σύγχρονων μουσειακών οργανισμών εκτείνεται πλέον σε ένα σύνθετο πλέγμα ψηφιακών πλατφορμών, αντανakλώντας παράλληλα την ανάλυση του Parsehyan (2020) αναφορικά με τις διαστάσεις του ψηφιακού μετασχηματισμού στον πολιτιστικό κλάδο. Επισημαίνεται ότι η ερευνητική διαδικασία βασίστηκε αποκλειστικά σε ελεύθερα διαθέσιμα

υλικό, χωρίς να υπάρξει άμεση διαδραστική επικοινωνία με τα εξεταζόμενα ιδρύματα, με μοναδική εξαίρεση τη διεξαχθείσα ημιδομημένη συνέντευξη με τον υπεύθυνο ψηφιακής στρατηγικής του Μουσείου Κοτσανά.

Το αναλυτικό πλαίσιο κωδικοποίησης, το οποίο αναπτύχθηκε με βάση το [θεωρητικό μοντέλο των Sylaiou και Fidas \(2022\)](#), σχεδιάστηκε για να καταγράψει και να ομογενοποιήσει τις πληροφορίες κάθε μουσείου ως προς ένα ευρύ φάσμα μεταβλητών. Συγκεκριμένα, το πλαίσιο αυτό χαρτογραφεί τον θεσμικό τύπο του οργανισμού, τις κατηγορίες του παραγόμενου ψηφιακού περιεχομένου, τους επιτελούμενους επικοινωνιακούς ρόλους, καθώς και τις υιοθετούμενες στρατηγικές ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling). Επιπλέον, εξετάζονται τα κανάλια διάχυσης της πληροφορίας, ο τύπος της προσφερόμενης εμπειρίας -διαχωριζόμενος σε φυσική, διαδικτυακή ή υβριδική-, το επίπεδο διαδραστικότητας, καθώς και οι επιμέρους μορφές συμμετοχής του κοινού. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην τεχνολογική διάσταση των εφαρμογών, ενσωματώνοντας παραμέτρους όπως οι ψηφιακές συλλογές, οι τεχνολογίες επαυξημένης και εικονικής πραγματικότητας (AR/VR), τα συστήματα αυτόματης συνομιλίας (chatbots), οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης, οι τρισδιάστατες (3D) αποτυπώσεις και οι εικονικές ξεναγήσεις. Τέλος, το πλαίσιο συμπληρώνεται από την αξιολόγηση των μέτρων συμπερίληψης και προσβασιμότητας, τον επικοινωνιακό τόνο (tone of voice) και τον προσδιορισμό των επιμέρους κοινών-στόχων (target audiences) του κάθε οργανισμού.

#### 4.5. Ενσωμάτωση των τριών μεθοδολογικών πτυχών

Οι άξονες ενσωματώνονται σε αναλυτικό επίπεδο. Οι εννοιολογικές κατηγορίες της ανασκόπησης εύρους ενημερώνουν το πλαίσιο κωδικοποίησης της έρευνας· στη συνέχεια, τα δεδομένα των συνεντεύξεων ερμηνεύονται με βάση αυτές τις ίδιες κατηγορίες, επιτρέποντας τη συστηματική σύγκριση. Ο σχεδιασμός κινείται μεταξύ του εννοιολογικού (ανασκόπηση εύρους), του συγκριτικού (έρευνα σε δεκαέξι μουσεία) και του συγκεκριμένου (συνέντευξη). Όπου τα ευρήματα των συνεντεύξεων συνάδουν με το ευρύτερο δείγμα, αυτό ενισχύει την αξιοπιστία· όπου αποκλίνουν, αυτό αντιμετωπίζεται, σύμφωνα με τον Bryman (2016), ως αναλυτικά σημαντικό και όχι ως αποτυχία, κάτι που ενδεχομένως αντανάκλα τους περιορισμούς πόρων του μουσείου Κοτσανά και την ταυτότητά του ως μικρού, ανεξάρτητου, μη κρατικά χρηματοδοτούμενου ιδρύματος.

#### 4.6. Ανάλυση δεδομένων

##### 4.6.1. Θεματική ανάλυση της συνέντευξης

Η μεταγραφή της συνέντευξης αναλύθηκε με τη χρήση της θεματικής ανάλυσης έξι φάσεων των Braun και Clarke (2006): εξοικείωση, αρχική κωδικοποίηση, αναζήτηση θεμάτων, επανεξέταση θεμάτων, καθορισμός θεμάτων και σύνταξη της αφήγησης. Αυτή η ευέλικτη προσέγγιση

προτιμήθηκε έναντι εναλλακτικών μεθόδων που βασίζονται στη θεωρία, όπως η «grounded theory», καθώς είναι κατάλληλη για τον εντοπισμό μοτίβων μέσα σε ένα ενιαίο πλούσιο σύνολο δεδομένων χωρίς να δημιουργεί νέα τυπική θεωρία.

#### 4.6.2. Περιγραφική ανάλυση της συγκριτικής έρευνας

Τα δομημένα δεδομένα για τα δεκαέξι μουσεία αναλύθηκαν περιγραφικά, με σκοπό την ποσοτικοποίηση του ποσοστού χρήσης κάθε πρακτικής επικοινωνίας (π.χ. ψηφιακές συλλογές, βιντεοπεριεχόμενο, podcast, χρήση TikTok/Reels, συμμετοχικές πρωτοβουλίες, υβριδικές εμπειρίες). Η ανάλυση αυτή απαντά στις ερευνητικές ερωτήσεις RQ1, RQ3 και RQ4 και παρέχει το συγκριτικό πλαίσιο αναφοράς βάσει του οποίου ερμηνεύονται οι πρακτικές του μουσείου Κοτσανά.

#### 4.6.3. Θεματική ανάλυση των ρόλων στην επικοινωνία

Σε ένα πιο ερμηνευτικό επίπεδο, εντοπίζονται επαναλαμβανόμενα θέματα: το μουσείο ως αφηγητής, εκπαιδευτική πλατφόρμα, εμπορικό σήμα, κοινότητα, παραγωγός πολυμέσων και κόμβος συμμετοχής. Αυτά αντιστοιχούν σε θεωρητικές κατηγορίες του Κεφαλαίου 1, ιδίως στο «συμμετοχικό μουσείο» (Simon, 2010) και στο «μετα-μουσείο» (Olsen et al., 2025), και αφορούν τις ερευνητικές ερωτήσεις RQ2, RQ5 και RQ6.

#### 4.6.4. Συγκριτική ανάλυση

Σε ένα τρίτο επίπεδο, γίνεται σύγκριση μεταξύ ελληνικών και διεθνών μουσείων, μεταξύ μεγαλύτερων και μικρότερων ιδρυμάτων, μεταξύ παραδοσιακών και ψηφιακά εγγενών τρόπων επικοινωνίας, μεταξύ φυσικών και ψηφιακών στρατηγικών εντός των ιδρυμάτων, καθώς και μεταξύ προσεγγίσεων «από πάνω προς τα κάτω» και συμμετοχικών προσεγγίσεων, τοποθετώντας το μουσείο Κοτσανά στο ευρύτερο πλαίσιο του κεφαλαίου που αφιερώνεται στη συζήτηση.

### 4.7. Αξιοπιστία και μεθοδολογική ακρίβεια

Λόγω του ερμηνευτικού χαρακτήρα της παρούσας μελέτης, η διασφάλιση της επιστημονικής εγκυρότητας επικεντρώθηκε στην ποιοτική της θεμελίωση (trustworthiness) και όχι στη στατιστική γενίκευση. Προς την κατεύθυνση αυτή, η αξιοπιστία (credibility) των ευρημάτων ενισχύθηκε μέσω της τριγωνοποίησης των δεδομένων, συνδυάζοντας τα ευρήματα των συνεντεύξεων, τα στοιχεία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας. Παράλληλα, η επιβεβαιωσιμότητα (confirmability) της διαδικασίας εξασφαλίστηκε με τη συστηματική και ρητή τεκμηρίωση των ερευνητικών ισχυρισμών στο πλαίσιο κωδικοποίησης, καθώς και με την ενσωμάτωση αυτούσιων αποσπασμάτων από τις συνεντεύξεις των συμμετεχόντων.

Η σταθερότητα και η επαναληψιμότητα (dependability) της μεθοδολογικής προσέγγισης διασφαλίστηκαν μέσω της πιστής εφαρμογής των αναγνωρισμένων πλαισίων των Arksey και O'Malley (2005) και Khalil κ.ά. (2024). Η διαδικασία αυτή υποστηρίχθηκε από τη συνεπή χρήση

ενός ενιαίου συστήματος κωδικοποίησης, βασισμένου στο μοντέλο των Sylaiou και Fidas (2022), το οποίο εφαρμόστηκε ομοιόμορφα και στα δεκαέξι μουσεία του δείγματος. Τέλος, η μεταβιβασιμότητα (transferability) των αποτελεσμάτων δεν επιδιώκεται μέσω ποσοτικών όρων, αλλά υποστηρίζεται από την παροχή ενδεδειγμένων πληροφοριών σχετικά με το υπό εξέταση πλαίσιο (thick description). Με τον τρόπο αυτό, παρέχεται στους αναγνώστες η δυνατότητα να αξιολογήσουν την εφαρμοσιμότητα και τη συνάφεια των συμπερασμάτων σε εναλλακτικά ερευνητικά περιβάλλοντα.

#### 4.8. Ηθική της έρευνας

Η παρούσα ερευνητική διαδικασία διεξήχθη σε πλήρη εναρμόνιση με τις καθορισμένες ηθικές αρχές και τα δεοντολογικά πρότυπα του ιδρύματος υποδοχής σε όλα τα στάδια εξέλιξής της. Ειδικότερα, ο συμμετέχων από το Μουσείο Κοτσανά έλαβε εκ των προτέρων αναλυτική ενημέρωση αναφορικά με τον σκοπό της μελέτης, τη μετέπειτα διαχείριση και χρήση των δεδομένων, τις διαδικασίες ανωνυμοποίησης, καθώς και το δικαίωμα οικειοθελούς αποχώρησης από την έρευνα ανά πάσα στιγμή.

Το πρωτογενές υλικό που προέκυψε από τη συνέντευξη ενσωματώθηκε στην εργασία κατόπιν ρητής έγκρισης του ερωτώμενου, ο οποίος είχε τη δυνατότητα να επισκοπήσει και να επικυρώσει το περιεχόμενο των απαντήσεών του πριν από την τελική τους συμπερίληψη. Όσον αφορά τα δευτερογενή συγκριτικά δεδομένα, αυτά αντλήθηκαν αποκλειστικά από δημόσια προσβάσιμες πηγές, διασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό ότι δεν υπήρξε καμία παραβίαση της θεσμικής εμπιστευτικότητας ή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας των εμπλεκόμενων οργανισμών.

#### 4.9. Περιορισμοί του αναθεωρημένου σχεδιασμού

Παρά τη μεθοδολογική ενίσχυση του ερευνητικού σχεδιασμού, η παρούσα μελέτη υπόκειται σε ορισμένους περιορισμούς που πρέπει να επισημανθούν. Αρχικά, ο σκοπικός χαρακτήρας (purposive sampling) και των δύο ερευνητικών συνιστωσών συνεπάγεται ότι τα ευρήματα δεν δύνανται να γενικευθούν στατιστικά. Ωστόσο, προσφέρουν μια αναλυτικά πλούσια περιγραφή, η οποία εναρμονίζεται πλήρως με τους στόχους μιας εργαλειακής μελέτης περίπτωσης (instrumental case study), σύμφωνα με τον Stake (1995). Επιπλέον, η διεξαγωγή της συνέντευξης βασίστηκε σε έναν και μόνο βασικό πληροφοριοδότη (key informant). Κατά συνέπεια, η αποτύπωση της περίπτωσης του Μουσείου Κοτσανά αντανakλά μια μερική και θεσμικά προσδιορισμένη προοπτική, η οποία θα μπορούσε να διευρυνθεί σε μελλοντικές μελέτες μέσω πρόσθετων συνεντεύξεων ή μεθόδων εστιασμένων στο κοινό των μουσείων.

Σε ό,τι αφορά τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, και σε συμφωνία με τους Munn κ.ά. (2018) και Peters κ.ά. (2020), η εφαρμογή της μεθοδολογίας της ανασκόπησης εύρους (scoping review) δεν περιλαμβάνει επίσημη αξιολόγηση της ποιότητας των μελετών. Η επιλογή αυτή δικαιολογείται από το γεγονός ότι οι ανασκοπήσεις εύρους στοχεύουν στη χαρτογράφηση του εύρους της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και όχι στη σύνθεση των αποτελεσμάτων συγκεκριμένων παρεμβάσεων. Παράλληλα, παρά τη διεξοδική αναζήτηση στην ελληνική και την αγγλική

γλώσσα σε τέσσερις έγκριτες βάσεις δεδομένων, υφίσταται η πιθανότητα παράλειψης σχετικών δημοσιεύσεων σε άλλες γλώσσες ή σε μη ευρετηριασμένα επιστημονικά μέσα. Στο ίδιο πλαίσιο, κρίθηκε σκόπιμη η διατήρηση ενός περιορισμένου αριθμού θεμελιωδών κειμένων προγενέστερων του 2015, καθώς αυτά κρίθηκαν κεντρικής σημασίας για τη συγκρότηση του θεωρητικού πλαισίου.

Παρά τους ανωτέρω περιορισμούς, ο συνδυασμός της ποιοτικής συνέντευξης, της ανασκόπησης εύρους και της συγκριτικής μελέτης στο δείγμα των δεκαέξι μουσείων διασφαλίζει μια σημαντικά πιο στιβαρή και τριγωνοποιημένη εμπειρική βάση σε σύγκριση με τον αρχικό σχεδιασμό της μεμονωμένης περίπτωσης. Το γεγονός αυτό καθιστά τα δεδομένα επαρκή και έγκυρα για την αποτελεσματική απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων στο επίπεδο μιας μεταπτυχιακής διατριβής.

## 5. Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα

Το παρόν κεφάλαιο παρουσιάζει τα ευρήματα που προέκυψαν από τις τρεις εμπειρικές πτυχές του αναθεωρημένου ερευνητικού σχεδιασμού που περιγράφεται στο Κεφάλαιο 4: τη θεματική ανάλυση της ημι-δομημένης συνέντευξης που πραγματοποιήθηκε με το Μουσείο Κοτσανά (Ενότητα 5.1), τα αποτελέσματα της ανασκόπησης της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας, τα οποία οργανώνονται γύρω από τα έξι ερευνητικά ερωτήματα που παρουσιάστηκαν στην Ενότητα 4.3 (Ενότητα 5.2), καθώς και τα περιγραφικά και συγκριτικά ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα σε δεκαέξι μουσεία που επιλέχθηκαν σκόπιμα (Ενότητα 5.4/πίνακας 5.1). Το κεφάλαιο παρουσιάζει τα ευρήματα κάθε πτυχής με τη σειρά, σύμφωνα με τη χρονολογική σειρά με την οποία προέκυψαν, ενώ το κεφάλαιο «συζήτηση» που ακολουθεί συνενώνει τις τρεις πτυχές και τις ερμηνεύει με βάση το θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στα Κεφάλαια 1 έως 3.

### 5.1. Αποτελέσματα της συνέντευξης στο Μουσείο Κοτσανά

Ακολουθώντας τη διαδικασία θεματικής ανάλυσης έξι φάσεων που περιγράφεται στην ενότητα 4.8.1, εντοπίστηκαν πέντε γενικά θέματα στις είκοσι τέσσερις ερωτήσεις και τις πέντε θεματικές ενότητες της ολοκληρωμένης συνέντευξης. Αυτά παρουσιάζονται παρακάτω, το καθένα συνοδευόμενο από υλικό που προέρχεται απευθείας από τη μεταγραφή.

#### 5.1.1. Θέμα 1ο: Η Αυτοαντίληψη του Μουσείου Κοτσανά ως Δημιουργού Πολιτιστικού Περιεχομένου-Από τη διαφύλαξη στο ζωντανό πολιτιστικό περιεχόμενο.

Κατά την ανάλυση της πρώτης θεματικής ενότητας, αναδύθηκε με σαφήνεια μια δομική αναπλαισίωση του θεσμικού ρόλου του οργανισμού, ο οποίος υπερβαίνει το παραδοσιακό, εσωστρεφές μοντέλο της μουσειακής διατήρησης. Συγκεκριμένα, ο Διευθυντής Επικοινωνίας και Ψηφιακής Στρατηγικής προσέδωσε έναν δυναμικό χαρακτήρα στην αποστολή του ιδρύματος. Όπως επισημάνθηκε, ο πρωταρχικός σκοπός δεν εντοπίζεται στην απλή, παθητική συντήρηση υλικών καταλοίπων, αλλά στη συστηματική μετεξέλιξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας σε «ζωντανές αφηγήσεις» και βιωματικές εμπειρίες μάθησης, ικανές να διαπεράσουν τα φυσικά όρια του εκθεσιακού χώρου.

Στο πλαίσιο αυτό, η ψηφιακή επικοινωνία δεν προσεγγίζεται ως ένα περιφερειακό ή εργαλειακό μέσο μάρκετινγκ, αλλά ως οργανικό, συστατικό στοιχείο της ευρύτερης πολιτισμικής ταυτότητας και στρατηγικής του μουσείου. Το εύρημα αυτό παρουσιάζει ιδιαίτερο θεωρητικό ενδιαφέρον, καθώς εναρμονίζεται πλήρως με τη διάκριση που αναπτύχθηκε στο Κεφάλαιο 1, αναφορικά με τη μετάβαση από τα μουσεία-παθητικά αποθετήρια στα μουσεία-ενεργούς παραγωγούς πολιτιστικού κεφαλαίου.

Η συγκεκριμένη ιδεολογική και επιχειρησιακή μετατοπίση διατρέχει οριζόντια το σύνολο της συνέντευξης. Οι μόνιμες και περιοδικές εκθέσεις, τα εφαρμοσμένα εκπαιδευτικά προγράμματα, καθώς και οι πρακτικές της ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling) δεν νοούνται ως αποσπασματικές δράσεις, αλλά ως συμπληρωματικές εκφάνσεις μιας ενιαίας, συγκροτημένης στρατηγικής πολιτισμικής εξωστρέφειας.

Η ταυτότητα ενός σύγχρονου πολιτιστικού οργανισμού δεν καθορίζεται πλέον αποκλειστικά από τα φυσικά του όρια ή τα υλικά αντικείμενα των συλλογών που εκθέτει, αλλά κυρίως από τον τρόπο με τον οποίο ο ίδιος αντιλαμβάνεται τον ρόλο του στην παραγωγή και διαχείριση της γνώσης. Στο πλαίσιο αυτό, η αυτοαντίληψη του Μουσείου Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κώστα Κοτσανά ως δημιουργού πολιτιστικού περιεχομένου παρουσιάζει μια εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ερευνητική ιδιομορφία. Ο οργανισμός δεν αυτοπροσδιορίζεται ως ένας παθητικός θεματοφύλακας (custodian) αυθεντικών αρχαιολογικών ευρημάτων, αλλά ως ένας δυναμικός παραγωγός, ανακατασκευαστής και ερμηνευτής (producer and interpreter) ζωντανού πολιτιστικού περιεχομένου.

Αυτή η θεσμική αυτοαντίληψη αρθρώνεται και αναπτύσσεται γύρω από τρεις κεντρικούς, αλληλένδετους άξονες:

*1. Οργανισμός Ερευνητικής Ανασύνθεσης και Τεκμηρίωσης:*

Το Μουσείο Κοτσανά δεν αγοράζει ούτε απλώς εκθέτει έτοιμο υλικό, αλλά παράγει το ίδιο το περιεχόμενό του μέσα από μια μακροχρόνια, συστηματική διαδικασία επιστημονικής έρευνας. Η αυτοαντίληψή του εδράζεται στην ιδιότητα του ερευνητή-δημιουργού, καθώς η επιστημονική τεκμηρίωση των εκθεμάτων βασίζεται στη διεξοδική μελέτη της αρχαίας ελληνικής, λατινικής και αραβικής γραμματείας, σε αγγειογραφικές μαρτυρίες και σε ελάχιστα σωζόμενα αρχαιολογικά σπαράγματα. Κατά συνέπεια, ο οργανισμός αντιλαμβάνεται τον εαυτό του ως έναν «μεταφραστή» της θεωρητικής αρχαίας γραπτής κληρονομιάς σε απτό, τρισδιάστατο και λειτουργικό πολιτιστικό προϊόν.

*2. Δημιουργός μιας «Βιώσιμης και Λειτουργικής» Μουσειακής Εμπειρίας:*

Σε αντίθεση με την παραδοσιακή μουσειακή πρακτική του «παρατηρώ από απόσταση», το Μουσείο Κοτσανά αυτοπροσδιορίζεται ως δημιουργός διαδραστικού και βιωματικού περιεχομένου. Η φιλοσοφία του οργανισμού υπαγορεύει ότι η αρχαία ελληνική τεχνολογία δεν μπορεί να γίνει κατανοητή αν παραμείνει στατική. Ως εκ τούτου, το περιεχόμενο που δημιουργεί - είτε πρόκειται για τις φυσικές ανακατασκευές των αυτομάτων του Ήρωνα είτε για ψηφιακές προσομοιώσεις στο διαδραστικό εργαστήριο (interactive LAB) - έχει σχεδιαστεί για να προκαλεί την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη. Το μουσείο λειτουργεί ως καταλύτης που μετατρέπει τον θεατή από παθητικό δέκτη σε «συν-δημιουργό» της μουσειακής εμπειρίας μέσω της αφής και του πειραματισμού.

*3. Αναθεωρητής του Ιστορικού Αφηγήματος (perception changer):*

Μια από τις ισχυρότερες πτυχές της αυτοαντίληψης του μουσείου είναι ο ρόλος του ως ιδεολογικού αναθεωρητή της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο οργανισμός αναγνωρίζει ότι η παγκόσμια κοινότητα είναι ευρέως εξοικειωμένη με τις ανθρωπιστικές επιστήμες, τη φιλοσοφία και τις καλές τέχνες της αρχαίας Ελλάδας, αλλά διατηρεί ελλιπή γνώση για το «τεχνολογικό θαύμα» της περιόδου. Το Μουσείο Κοτσανά, λοιπόν, αυτοαναλύεται ως ένας φορέας που έρχεται να αποκαταστήσει αυτή την ασυμμετρία στο ιστορικό αφήγημα. Επιχειρεί να αποδείξει ότι οι απαρχές της σύγχρονης τεχνολογίας αιχμής (όπως η ρομποτική, η ατμοκίνηση και οι υπολογιστές) δεν γεννήθηκαν στη Δύση κατά τη Βιομηχανική Επανάσταση, αλλά είχαν ήδη τεθεί στην ελληνική αρχαιότητα.

Στο πεδίο της Πολιτιστικής Διαχείρισης, η ολιστική αυτοαντίληψη του Μουσείου Κοτσανά μπορεί να μοντελοποιηθεί ως ένα σύστημα τριπλής ταυτότητας:

- *Scientific Lab (Ερευνητικό Εργαστήριο):* Εστιάζει στην παραγωγή πρωτογενούς γνώσης μέσω φυσικών ανακατασκευών. Στο πλαίσιο αυτό, η επιστήμη συναντά τη φυσική, καθώς οι αρχαίοι μηχανικοί υπέταξαν τις φυσικές δυνάμεις (υδραυλική, πνευματική και οπτική) θέτοντάς τες υπό έλεγχο, δημιουργώντας τις πρώτες μορφές αυτοματοποίησης

και προγραμματισμού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν «η υπηρέτρια του Ήρωνα» (το πρώτο λειτουργικό ρομπότ της ιστορίας) και «το αυτόματο θέατρο του Ήρωνα», τα οποία αναδεικνύουν τη μηχανική ως μια αναπτυσσόμενη δύναμη με υψηλή ικανότητα καινοτομίας.

- *Educational Hub (Εκπαιδευτικός Κόμβος)*: Αφορά τη δημιουργία εκπαιδευτικού περιεχομένου STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics) που συνδέει το παρελθόν με το μέλλον. Μέσα από την ενσωμάτωση των μοντέλων STEAM και τη χρηστική ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας ως ιδανικού πεδίου μελέτης, το μουσείο αναπτύσσει την κριτική σκέψη και την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων των επισκεπτών. Με τη χρήση εκπαιδευτικών μορφοτύπων περιεχομένου STEAM όπως, οι μουσειοσκευές (educational kits), τα interactive labs, δηλαδή τα τρισδιάστατα ψηφιακά περιβάλλοντα για πειραματισμό πάνω στις αρχαίες μηχανές, αλλά και τα STEAM workshops, τα οποία υλοποιούνται συστηματικά μέσα από τη θεσμοθετημένη συνεργασία του μουσείου με τον οργανισμό [STEM Education](#). Πρόκειται για εργαστήρια βιωματικής μάθησης εντός του μουσείου ή μέσω livestreaming, βασισμένα στη μεθοδολογία του «learning by doing», αναδεικνύεται πως το περιεχόμενο STEAM μετατρέπεται σε γέφυρα των επιστημών και των ανθρωπιστικών σπουδών, απομυθοποιώντας τη δυσκολία των θετικών επιστημών και ταυτόχρονα τοποθετώντας τις σε ένα ελκυστικό ιστορικό και πολιτισμικό πλαίσιο που διεγείρει τη φαντασία και κριτική σκέψη του μαθητή. Τα τελευταία υλοποιούνται συστηματικά μέσα από τη θεσμοθετημένη συνεργασία του μουσείου με τον οργανισμό STEM Education
- *Cultural Storyteller (Πολιτιστικός Αφηγητής)*: Στοχεύει στον επαναπροσδιορισμό της εικόνας της αρχαίας Ελλάδας στη διεθνή σκηνή, λειτουργώντας ως ένας σύγχρονος πρεσβευτής πολιτισμού.

Αυτή η ολιστική προσέγγιση διασφαλίζει ότι το περιεχόμενο που παράγει ο οργανισμός διατηρεί υψηλή ψηφιακή και επιστημονική αυθεντικότητα (authenticity) ως προς την επιστημονική του βάση, αλλά παράλληλα και υψηλή συναφή αξία (relevance) ως προς τις ανάγκες και τις επικοινωνιακές συνήθειες της σύγχρονης κοινωνίας της πληροφορίας.

### 5.1.2. Θέμα 2ο: Η τεχνολογία ως υπηρέτης της αφήγησης, όχι ως κινητήρια δύναμη της (story-first, tech-second).

Η υποταγή της τεχνολογίας στην υπηρεσία της αφήγησης (narrative-driven technology/tech subservient to storytelling) αποτελεί θεμελιώδη αρχή της μουσειολογικής φιλοσοφίας του Μουσείου Κοτσανά. Στο σύγχρονο μουσειακό περιβάλλον, ελλοχεύει συχνά ο κίνδυνος του λεγόμενου «τεχνολογικού εντυπωσιασμού», όπου οι οθόνες και τα εντυπωσιακά εφέ τείνουν να επισκιάζουν το ίδιο το νόημα των εκθεμάτων. Το Μουσείο Κοτσανά ανατρέπει συστηματικά αυτή την τάση: χρησιμοποιεί την τεχνολογία όχι ως αυτοσκοπό, αλλά ως ένα υποστηρικτικό εργαλείο (enabler) που σκοπό έχει να υπηρετεί, να ζωντανεύει και να επεξηγεί την ιστορική και επιστημονική αφήγηση.

Το δεύτερο κεντρικό θέμα, το οποίο αναδύθηκε κατά την ανάλυση της τρίτης θεματικής ενότητας («Εμβύθιση και Ψηφιακές Τεχνολογίες»), αφορά τη συγκρότηση μιας σαφούς αξιολογικής και λειτουργικής ιεραρχίας μεταξύ της μουσειακής αφήγησης και της τεχνολογικής υποδομής. Από τις τοποθετήσεις του συνεντευξιαζόμενου κατέστη σαφές ότι ο σχεδιασμός οποιασδήποτε ψηφιακής εφαρμογής δεν εκκινεί από μια τεχνολογικά κεντρική προσέγγιση

(δηλαδή το ερώτημα «ποιά τεχνολογία είναι διαθέσιμη προς χρήση»), αλλά από μια ανθρωποκεντρική και περιεχομενοκεντρική βάση. Το κύριο μεθοδολογικό μέλημα εντοπίζεται στον τρόπο με τον οποίο το εκάστοτε ψηφιακό μέσο μπορεί να διευκολύνει την πρόσληψη και την εμβάθυνση στην ιστορική αφήγηση που επιδιώκει να επικοινωνήσει το μουσείο.

Στο πλαίσιο αυτό, τα ψηφιακά και οπτικοακουστικά εργαλεία δεν προσεγγίζονται ως αυτόνομα υποκατάστατα της μουσειακής εμπειρίας, αλλά ως οργανικά συμπληρώματα των φυσικών, λειτουργικών αντιγράφων των αρχαίων ελληνικών εφευρέσεων. Κατά συνέπεια, η έννοια της εμβύθισης (immersion) αποσυνδέεται από τον αυστηρά τεχνοκρατικό της ορισμό και επαναπροσδιορίζεται με όρους εμπειρικούς και γνωστικούς. Ορίζεται, ειδικότερα, ως η νοητική εκείνη στιγμή κατά την οποία ο επισκέπτης αποκωδικοποιεί την υποκείμενη ιδέα, την ιστορική ανάγκη και τη δημιουργική διαδικασία που οδήγησαν στη γέννηση μιας εφεύρεσης.

Το συγκεκριμένο εύρημα προσφέρει ισχυρή εμπειρική υποστήριξη στη θεωρητική συζήτηση γύρω από το «μετα-ψηφιακό» μουσείο (post-digital museum), η οποία αναπτύχθηκε στο Κεφάλαιο 1. Στο μοντέλο αυτό, η τεχνολογία καθίσταται εννοιολογικά «αόρατη» (conceptually invisible), καθώς υποτάσσεται πλήρως στις ανάγκες της αφήγησης και στην πρωτοκαθεδρία του πολιτισμικού περιεχομένου.

Η πιο πάνω προσέγγιση αρθρώνεται και αναλύεται μέσα από τρεις βασικούς άξονες:

*1. Η Μηχανική ως Φορέας Μυθολογικής και Ιστορικής Αφήγησης:* Στο Μουσείο Κοτσανά, η αρχαία τεχνολογία δεν παρουσιάζεται ως ένα ψυχρό, αποκομμένο σύνολο από γρανάζια, αλλά ως το καίριο μέσο για να ειπωθεί μια ιστορία.

- *Το Κλασικό Παράδειγμα:* Το Κινητό Αυτόματο Θέατρο του Ήρωνος ή το Στατό Αυτόματο Θέατρο. Πρόκειται για ένα πρωτοποριακό «ρομποτικό» σύστημα της αρχαιότητας, το οποίο, ωστόσο, κατασκευάστηκε με μοναδικό σκοπό να αφηγηθεί αυτόματα έναν μύθο (όπως τον μύθο του Ναυπλίου και της καταστροφής του στόλου των Αχαιών).
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η τεχνολογία της κίνησης (τροχαλίες, νήματα, βάρη) υποτάσσεται πλήρως στην ανάγκη της θεατρικής και μυθολογικής αφήγησης. Το μουσείο αναδεικνύει ότι οι αρχαίοι μηχανικοί ανέπτυξαν τον αυτοματισμό όχι για βιομηχανική παραγωγή, αλλά για να δημιουργήσουν θέαμα, θαυμασμό (θαύμα) και αφήγηση.

*2. Η Ψηφιακή Τεχνολογία ως Μεταφραστής της Πολιτιστικής Ταυτότητας (Phygital Storytelling):* Όταν ο οργανισμός εισάγει σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία —όπως το διαδραστικό εργαστήριο (Interactive LAB) ή εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας (VR)— δεν το κάνει για να επιδείξει απλώς ψηφιακά γραφικά, αλλά για να επιτρέψει στον χρήστη να «ξεκλειδώσει» το βαθύτερο αφήγημα του εκθέματος.

- *Η Λειτουργία:* Ο Μηχανισμός των Αντικυθήρων ή η Αυτόματη Υπηρέτρια του Φίλωνος αποτελούν εξαιρετικά σύνθετα αντικείμενα, για τα οποία μια απλή, στατική επεξηγηματική πινακίδα θα αποτύγχανε. Η ψηφιακή τεχνολογία (μέσω 3D animations και animations ροής υγρών) έρχεται να λειτουργήσει ως ένας αποτελεσματικός «οπτικός αφηγητής».
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η εικονική πραγματικότητα (VR) και οι ψηφιακές οθόνες υποτάσσονται στο να κάνουν ορατό το αόρατο αφήγημα (τη ροή του αέρα, την εσωτερική κίνηση των οδοντωτών τροχών). Με τον τρόπο αυτό, βοηθούν τον επισκέπτη να κατανοήσει βιωματικά το πνεύμα και τη διάνοια του αρχαίου εφευρέτη.

3. *Η Μετατροπή της Ξενάγησης σε Δραματουργική Εμπειρία (Experiential Narrative):* Η τεχνολογία των ιδίων των λειτουργικών ανακατασκευών του μουσείου αξιοποιείται για να δημιουργήσει μια δομημένη «πλοκή» κατά τη διάρκεια της επίσκεψης.

- *Η Εφαρμογή:* Κατά την περιήγηση, ο ξεναγός ή το ψηφιακό σύστημα δεν παραθέτει απλώς ξερές χρονολογίες. Η αφήγηση χτίζεται γύρω από την έκπληξη και τον εντυπωσιασμό που προκαλεί η ίδια η λειτουργία της μηχανής. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η κούπα του Πυθαγόρα (που αδειάζει αν ο χρήστης αποδειχθεί πλεονέκτης) ή οι αυτόματες πόρτες ναού (που ανοίγουν με τη φωτιά στο βωμό), προκαλώντας το δέος του θεατή.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η τεχνολογία λειτουργεί ως το «εύρημα» της αφήγησης (plot device). Το έκθεμα «ενεργοποιείται» για να επιβεβαιώσει το ιστορικό αφήγημα, μετατρέποντας την επίσκεψη από παθητική ανάγνωση πληροφοριών σε μια ζωντανή, διαδραστική ιστορία.

Στη μουσειολογική θεωρία, το Μουσείο Κοτσανά εφαρμόζει υποδειγματικά την αρχή του «story-first, tech-second». Η τεχνολογία -είτε πρόκειται για την αρχαία μηχανική είτε για τη σύγχρονη ψηφιακή εφαρμογή- χρησιμοποιείται ως το όχημα, ενώ η αφήγηση παραμένει ο τελικός προορισμός. Αυτή η ιεράρχηση διασφαλίζει ότι ο επισκέπτης δεν αποχωρεί από το μουσείο θυμύμενος απλώς μια ωραία οθόνη ή ένα περίπλοκο σίδερο, αλλά έχοντας αφοσιώσει και κατανοήσει το βαθύτερο αφήγημα: ότι ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός είχε θέσει με ακρίβεια τις βάσεις της παγκόσμιας τεχνολογικής εξέλιξης.

### 5.1.3. Θέμα 3ο: Ο Επισκέπτης ως συν-δημιουργός νοήματος στο Μουσείο Κοτσανά (active meaning-maker)

Το τρίτο κεντρικό θέμα, το οποίο αποκρυσταλλώθηκε με μεγαλύτερη σαφήνεια κατά την εξέταση της δεύτερης θεματικής ενότητας, επικεντρώνεται στη ριζική επαναδιατύπωση της σχέσης του μουσείου με το κοινό του. Η αντιμετώπιση του κοινού ως συν-δημιουργού νοήματος (co-creator of meaning / active meaning-maker) αποτελεί την αιχμή του δόρατος της σύγχρονης Νέας Μουσειολογίας (New Museology) και της επικοινωνιακής θεωρίας των μουσείων. Στο Μουσείο Κοτσανά, η αρχή αυτή δεν εφαρμόζεται απλώς ως μια θεωρητική διακήρυξη, αλλά ως μια ζωντανή πρακτική που επαναπροσδιορίζει ριζικά τη σχέση μεταξύ εκθέματος, θεσμού και επισκέπτη.

Η παραδοσιακή μουσειακή πρακτική βασιζόταν για δεκαετίες σε ένα γραμμικό, μεταδοτικό μοντέλο επικοινωνίας, όπου το μουσείο κατείχε την «απόλυτη αλήθεια» και ο επισκέπτης λειτουργούσε ως παθητικός καταναλωτής έτοιμων πληροφοριών. Το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κώστα Κοτσανά ανατρέπει αυτό το αυταρχικό μοντέλο, υιοθετώντας μια εποικοδομητική (constructivist) και συμμετοχική (participatory) προσέγγιση. Οργανώνει το περιβάλλον του με τέτοιο τρόπο, ώστε το «νόημα» της έκθεσης να μην μεταδίδεται απλώς, αλλά να παράγεται από κοινού μέσα από την αλληλεπίδραση του κοινού με τα εκθέματα.

Η μεθοδολογία αυτή υλοποιείται μέσα από τρεις κύριους άξονες:

1. *Η Απτική και Μηχανική Διάδραση ως Γνωστικό Εργαλείο (Hands-on Experience):* Στο Μουσείο Κοτσανά, η κλασική απαγόρευση «μην αγγίζετε» αντικαθίσταται πλήρως από την προτροπή για ενεργή ενεργοποίηση των εκθεμάτων. Όταν ένας επισκέπτης καλείται να θέσει σε λειτουργία την Κούπα του Πυθαγόρα, το Υδραυλικό Ωρολόγιο του Κτησιβίου ή τις Τροχαλίες του Αρχιμήδη, το νόημα της φυσικής και της μηχανικής δεν προέρχεται από την ανάγνωση μιας στατικής ταμπέλας (label).

- *Η Διαδικασία:* Ο επισκέπτης πειραματίζεται, κάνει λάθη, παρατηρεί τη ροή του νερού ή την κατανομή του βάρους και βγάζει τα δικά του συμπεράσματα.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Το νόημα της «μηχανικής υπεροχής» ή της «γεωμετρικής ακρίβειας» οικοδομείται στο μυαλό του ίδιου του υποκειμένου μέσα από το βίωμα. Ο επισκέπτης συνδημιουργεί τη γνώση, μετατρέποντας τη θεωρία σε απτή εμπειρία.

2. *Ο Ψηφιακός Πειραματισμός και η Εξατομίκευση (digital co-creation):* Μέσω των ψηφιακών εφαρμογών, όπως αυτές που αναπτύσσονται στο διαδραστικό εργαστήριο (Interactive LAB), η συνδημιουργία νοήματος μεταφέρεται στον κυβερνοχώρο, προσφέροντας ένα περιβάλλον ελεύθερης περιήγησης και επιλογής (free-choice learning).

- *Η Διαδικασία:* Ο χρήστης δεν ακολουθεί μια προκαθορισμένη, αυστηρή ψηφιακή διαδρομή. Έχει τη δυνατότητα να αποσυναρμολογήσει τρισδιάστατα τον Μηχανισμό των Αντικυθήρων, να αλλάξει τις παραμέτρους λειτουργίας ενός αυτομάτου ή να εστιάσει στις λεπτομέρειες που κεντρίζουν το προσωπικό του ενδιαφέρον.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η τεχνολογία δίνει στον επισκέπτη τα εργαλεία να γίνει ο «επιμελητής» (curator) της δικής του μαθησιακής εμπειρίας. Το τελικό νόημα που αποκομίζει είναι μοναδικό και εξαρτάται από τις δικές του γνωστικές αναζητήσεις, τις πρότερες γνώσεις και τα ενδιαφέροντά του.

3. *Η Γεφύρωση του Παρελθόντος με το Παρόν (Contextual Model of Learning):* Σύμφωνα με το συμφοραζόμενο μοντέλο μάθησης (contextual model of learning) των Falk και Dierking, η μάθηση στο μουσείο επηρεάζεται βαθύτατα από το προσωπικό, κοινωνικό και χωρικό πλαίσιο του επισκέπτη. Το Μουσείο Κοτσανά, ωθεί το κοινό να συν-δημιουργήσει νόημα κάνοντας συνειρμικές συνδέσεις με τη σύγχρονη καθημερινότητα.

- *Η Διαδικασία:* Αντικρίζοντας τα αρχαία αυτόματα, ο επισκέπτης δεν βλέπει απλώς «αρχαιότητες», αλλά τα συγκρίνει ασυνείδητα ή συνειδητά με τα σύγχρονα smartphone, τα ρομπότ και τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Το μουσείο δεν επιβάλλει μια στείρα ιστορική αφήγηση. Αντίθετα, αφήνει χώρο στον επισκέπτη να αναπτύξει τη δική του κριτική σκέψη και να επαναπροσδιορίσει τη σχέση του με τη σύγχρονη τεχνολογία, αναγνωρίζοντας τις ρίζες της.

Στο Μουσείο Κοτσανά, ο επισκέπτης παύει να είναι ένας απλός «θεατής» και μετατρέπεται σε «ενεργό ερευνητή» (active researcher). Ο οργανισμός παρέχει το πλαίσιο και τα ερεθίσματα (φυσικά και ψηφιακά εκθέματα), αλλά η παραγωγή του νοήματος ολοκληρώνεται αποκλειστικά μέσα από τη νοητική, συναισθηματική και σωματική εμπλοκή του κοινού. Αυτή η συμμετοχική διάσταση διασφαλίζει ότι η παραγόμενη πολιτιστική αξία είναι βαθιά ριζωμένη στην προσωπική εμπειρία του επισκέπτη, καθιστώντας τη μάθηση ουσιαστική και μακροπρόθεσμη.

Σύμφωνα με τις τοποθετήσεις του ερωτώμενου, η ανατροφοδότηση (feedback) των επισκεπτών, οι προσωπικές τους αφηγήσεις και το παραγόμενο από τους ίδιους περιεχόμενο (user-generated content) δεν αντιμετωπίζονται ως δευτερεύοντα δεδομένα, αλλά ως πολύτιμοι γνωστικοί πόροι που επηρεάζουν και ανασχηματίζουν άμεσα την επικοινωνιακή στρατηγική του ιδρύματος.

Συγκεκριμένα, το εύρημα αυτό τεκμηριώνει εμπειρικά το διαπραγματευόμενο και συν-δημιουργημένο μοντέλο παραγωγής πολιτισμικής σημασίας (co-creation model), το οποίο αναλύθηκε στο Κεφάλαιο 3. Η προσέγγιση αυτή αντανάκλα πλήρως τις αρχές του συμμετοχικού μουσείου (participatory museum), όπου η παραγωγή νοήματος παύει να είναι μια μονοδρομική, αυθεντική αυθεντία του θεσμού και μετατρέπεται σε μια συλλογική, ανοιχτή διαδικασία.

#### 5.1.4. Θέμα 4ο: Το Διττό Μοντέλο Αξιολόγησης Ψηφιακού Αντικτύπου (Digital Impact Framework) του Μουσείου Κοτσανά

Στο πλαίσιο του σύγχρονου ψηφιακού μετασχηματισμού των πολιτιστικών οργανισμών, η αποτίμηση της αποτελεσματικότητας των νέων τεχνολογιών δεν μπορεί να περιορίζεται σε μια μονοδιάστατη προσέγγιση. Κατά την εξέταση της πέμπτης θεματικής ενότητας της συνέντευξης, αναδείχθηκε ένα συγκροτημένο και μεθοδολογικά συνεπές πλαίσιο αξιολόγησης της μουσειακής απόδοσης, το οποίο βασίζεται στη σύγκλιση ποσοτικών και ποιοτικών παραμέτρων. Από την πλευρά του οργανισμού, οι συμβατικοί ποσοτικοί δείκτες -όπως η ψηφιακή εμβέλεια (reach), τα ποσοστά αλληλεπίδρασης (engagement rates), οι κοινοποιήσεις, ο ρυθμός αύξησης των ακολούθων και η συνολική επισκεψιμότητα στα ψηφιακά κανάλια- δεν εξετάζονται απομονωμένα. Αντίθετα, συνδυάζονται οργανικά με ποιοτικούς δείκτες, οι οποίοι εστιάζουν στο συναισθηματικό κλίμα και το νοηματικό περιεχόμενο των σχολίων, στη φύση των ερωτημάτων που διατυπώνει το κοινό, καθώς και στις προσωπικές εμπειρίες που επιλέγουν να επικοινωνήσουν οι επισκέπτες.

Κομβικό εύρημα της ανάλυσης αποτελεί το γεγονός ότι ο συνεντευξιαζόμενος προσέδωσε πρωτεύουσα αξία στη διαδικασία «μετατροπής» (conversion) της αρχικής ψηφιακής επαφής σε μια βαθύτερη, ουσιαστική σχέση με το πολιτισμικό περιεχόμενο. Ως ο πλέον καθοριστικός δείκτης επιτυχίας (KPI) του μουσείου ορίστηκε η στιγμή κατά την οποία η επιφανειακή ψηφιακή αλληλεπίδραση μετεξελίσσεται σε φυσική επίσκεψη στον χώρο, σε ενεργό συμμετοχή σε κάποια εκπαιδευτική δραστηριότητα ή στην αυτόνομη αναζήτηση περαιτέρω ιστορικής γνώσης.

Το Μουσείο Αρχαιολογικής & Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κώστα Κοτσανά υιοθετεί και εφαρμόζει ένα ολιστικό, διττό μοντέλο αξιολόγησης ψηφιακού αντικτύπου (Digital Impact Framework), το οποίο πατάει σε διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια αξιολόγησης (ποσοτικά και ποιοτικά). Το μοντέλο αυτό διαρθρώνεται σε δύο συμπληρωματικούς άξονες: τον ποσοτικό (quantitative) και τον ποιοτικό (qualitative).

Η συγκεκριμένη μεθοδολογική προσέγγιση επιτρέπει στο Μουσείο να υπερβεί τη στατική καταγραφή των τεχνολογικών εισροών και να αποτιμήσει σε βάθος την πραγματική αξία που παράγεται για την κοινωνία και την εκπαιδευτική κοινότητα. Από τη μία πλευρά, ο ποσοτικός άξονας εστιάζει στη μαζικότητα, την προσβασιμότητα και την εμβέλεια της ψηφιακής διάχυσης (digital outreach). Από την άλλη πλευρά, ο ποιοτικός άξονας επικεντρώνεται στο βάθος της μουσειακής εμπειρίας, τη γνωστική αφομοίωση και τη μεταβολή της αντίληψης του κοινού γύρω από τις καταβολές της σύγχρονης τεχνολογίας.

Το συγκεκριμένο διττό μοντέλο αποτιμάται ως ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς αντανακλά με ακρίβεια τις θεωρητικές προσεγγίσεις του Κεφαλαίου 3 σχετικά με τους Βασικούς Δείκτες Απόδοσης (Key Performance Indicators) στο σύγχρονο μουσειακό περιβάλλον, με έμφαση στο βάθος της αλληλεπίδρασης και τις στρατηγικές μετατροπής του κοινού. Παράλληλα, προσφέρει μια ισχυρή εμπειρική επιβεβαίωση -μέσα από τη μελέτη μιας καλά τεκμηριωμένης περίπτωσης (case study)- ότι οι εν λόγω κατηγορίες δεν αποτελούν απλώς θεωρητικά σχήματα της βιβλιογραφίας, αλλά εφαρμόζονται ενεργά και συστηματικά στην καθημερινή μουσειακή πρακτική.

Η λειτουργική διάρθρωση, τα μεθοδολογικά εργαλεία και οι Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs) που συνθέτουν το εν λόγω διττό μοντέλο, αποτυπώνονται συγκεντρωτικά στον ακόλουθο πίνακα:

| Αξονας Αξιολόγησης                                                                                                                | Μεθοδολογικά Εργαλεία                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs)                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Πεδίο Εφαρμογής & Ψηφιακές Δράσεις Μουσείου                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ποσοτικός Άξονας (Quantitative)</b><br><br><i>Ανάλυση εμβέλειας, προσβασιμότητας και όγκου ψηφιακών δεδομένων.</i>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web &amp; Social Media Analytics</li> <li>• Μητρώα Ψηφιακών Αποθετηρίων</li> <li>• Πληροφοριακά Συστήματα Κρατήσεων</li> </ul>                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αριθμός μοναδικών επισκεπτών &amp; views ανά πλατφόρμα</li> <li>• Όγκος ψηφιοποιημένων &amp; τεκμηριωμένων εκθεμάτων</li> <li>• Γεωγραφική και δημογραφική κατανομή χρηστών</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ψηφιακό αποθετήριο στο <a href="http://SearchCulture.gr">SearchCulture.gr</a></li> <li>• Στατιστικά συμμετοχής στα εξ αποστάσεως Digital WalkThroughs</li> <li>• Λήψεις (downloads) ψηφιακού εκπαιδευτικού υλικού</li> </ul>                                                                                                                 |
| <b>Ποιοτικός Άξονας (Qualitative)</b><br><br><i>Ανάλυση βιώματος, εκπαιδευτικής αξίας και συμπεριφορικής/γνώστικής μεταβολής.</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Δομημένα / Ημιδομημένα ερωτηματολόγια</li> <li>• Ποιοτική παρατήρηση</li> <li>• Αξιολόγηση εμπειρίας χρήστη (UX)</li> <li>• Μελέτες περίπτωσης (Case Studies)</li> <li>• Συλλογή αυθόρμητων σχολίων και feedback χρηστών (αποτίμηση μέσω ερωτηματολογίων)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Βαθμός Ψηφιακής Δραστηριοποίησης (Engagement Rate)</li> <li>• Εκπαιδευτικά Αποτελέσματα</li> <li>• Δείκτες Γενικών Μαθησιακών Αποτελεσμάτων (Generic Learning Outcomes - GLOs του Arts Council England)</li> <li>• Δείκτης Εννοιολογικής Μεταβολής (Conceptual Shift)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαδραστική μάθηση STEAM, τρισδιάστατη σχεδίαση &amp; εκτύπωση (3D printing) μέσω του <a href="http://Interactive LAB">Interactive LAB</a></li> <li>• Εμβύθιση (immersion) μέσω εφαρμογών Virtual Reality (VR) (π.χ. Birdly VR)</li> <li>• Αξιολόγηση της κατανόησης των αρχών της αρχαίας μηχανικής, αυτοματοποίησης και φυσικής</li> </ul> |

Πίνακας 5-1: Συγκριτική Χαρτογράφηση του Διττού Μοντέλου Ψηφιακού Αντικτύπου του Μουσείου Κοτσανά

## Ανάλυση και Συνέργεια των Δύο Άξόνων

Όπως προκύπτει από την ανάλυση του Πίνακα [5-1], οι δύο άξονες δεν λειτουργούν απομονωμένα, αλλά τελούν σε κατάσταση μεθοδολογικής σύγκλισης. Ο ποσοτικός άξονας παρέχει την απαραίτητη πραγματολογική βάση (data-driven foundation), τεκμηριώνοντας τη δημοκρατικοποίηση της πρόσβασης στον πολιτιστικό πλούτο του Μουσείου. Για παράδειγμα, η γεωγραφική διεύρυνση του κοινού μέσω των «digital walk throughs» αποδεικνύει στην πράξη την άρση των χωρικών αποκλεισμών για απομακρυσμένες ή ακριτικές σχολικές μονάδες, οι οποίες διαπιστώνεται ότι δεν αποκλείονται πλέον από την πρόσβαση στη γνώση λόγω έλλειψης υπολογιστικών υποδομών.

Ωστόσο, η ακαδημαϊκή και μουσειολογική ιδιαιτερότητα για το Μουσείο Κοτσανά αναδεικνύεται κυρίως μέσα από τον ποιοτικό άξονα. Δεδομένου ότι το αντικείμενο του μουσείου είναι η αρχαία ελληνική τεχνολογία -ένα πεδίο που απαιτεί την κατανόηση σύνθετων φυσικών και μηχανικών αρχών- τα ψηφιακά εργαλεία (όπως το interactive LAB και οι εφαρμογές VR) αξιολογούνται με βάση τη θεωρία του εποικοδομητισμού (constructivism). Επομένως, το μοντέλο δεν προσμετρά απλώς την παθητική έκθεση στην πληροφορία (όπως clicks ή θεάσεις), αλλά το κατά πόσο ο ψηφιακός χρήστης μετατρέπεται σε ενεργό συμμετοχό. Μέσα από τη διερεύνηση των αυθόρμητων σχολίων και του feedback των χρηστών, συνειδητοποιείται ότι οι ίδιοι, αφού γνωρίσουν και κατανοήσουν τις βασικές αρχές της σύγχρονης τεχνολογίας, πειραματίζονται με την αντίληψή τους για τη γένεση και την ιστορική εξέλιξη των αρχαίων

αυτομάτων, αναγνωρίζοντας ότι οι βάσεις για τις σύγχρονες τεχνολογίες (όπως οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και οι αυτοματισμοί) είχαν ήδη τεθεί στην αρχαιότητα.

Το διττό αυτό μοντέλο (το οποίο πατάει σε διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια αξιολόγησης, όπως το [Europeana Impact Framework](#), αλλά και στα [Generic Learning Outcomes \(GLOs\)](#), επιτρέπει στο Μουσείο Κοτσανά να διαμορφώνει μια υβριδική μουσειακή εμπειρία (phygital experience) υψηλών προδιαγραφών. Η ψηφιακή του στρατηγική δεν αποτελεί μια απλή προέκταση της φυσικής του παρουσίας, αλλά έναν αυτόνομο, επιστημονικά ελεγχόμενο και συμπληρωματικό μοχλό παραγωγής πολιτισμικής και εκπαιδευτικής αξίας, λειτουργώντας ως ένας συμπληρωματικός και διαδραστικός μοχλός πολιτισμού στην ψηφιακή εποχή. Το μοντέλο αυτό συνιστά ένα ολιστικό μοντέλο, στόχος του οποίου δεν είναι μόνο η διάχυση της γνώσης αλλά η αφομοίωση και ανάπτυξη δεξιοτήτων των επισκεπτών μέσω προγραμμάτων STEM / STEAM.

Η μεθοδολογική σύγκλιση των δύο αξόνων του διττού μοντέλου προσφέρει μια στέρεη βάση για την αποτίμηση της ψηφιακής στρατηγικής του Μουσείου Κοτσανά, μετατοπίζοντας την αξιολόγηση από τα ποσοτικά outputs στα ποιοτικά outcomes. Κεντρικός δείκτης απόδοσης (KPI) σε αυτή τη διαδικασία αποτελεί το ποσοστό αλληλεπίδρασης (engagement rate), το οποίο μετρά την ενεργό συμμετοχή του κοινού (likes, σχόλια, κοινοποιήσεις, αποθηκεύσεις, clicks) σε σχέση με τη συνολική απήχηση (reach). Ως reach ορίζεται ο συνολικός αριθμός των μοναδικών χρηστών που εκτίθενται στο περιεχόμενο τουλάχιστον μία φορά, διακρινόμενος σε οργανική (organic reach) και πληρωμένη απήχηση (paid reach). Η συστηματική παρακολούθηση αυτών των δεικτών εντάσσεται σε ένα ευρύτερο Πλαίσιο Ψηφιακού Αντικτύπου (Digital Impact Framework), το οποίο λειτουργεί ως «alignment framework» για την ευθυγραμμίση της στρατηγικής περιεχομένου με τις διαδικασίες μετατροπής (conversion) της ψηφιακής αλληλεπίδρασης σε φυσική επίσκεψη.

Η πρακτική εφαρμογή ενός τέτοιου διττού μοντέλου αξιολόγησης, αποτυπώνεται ανάγλυφα στην περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά (case study), καθώς ενσαρκώνει έμπρακτα τη διασύνδεση του ψηφιακού αντικτύπου με τη φιλοσοφία των Γενικών Μαθησιακών Αποτελεσμάτων (Generic Learning Outcomes - GLOs). Στο επίπεδο της ψηφιακής εξωστρέφειας, το μουσείο συμμετέχει ενεργά σε ευρωπαϊκά δίκτυα, έχοντας ολοκληρώσει με επιτυχία το πρόγραμμα [EUROMUSE](#) για τον εμπλουτισμό της εμπειρίας των επισκεπτών μέσω ψηφιακών μέσων. Παράλληλα, εκπαιδευτικοί ανά την Ευρώπη αξιοποιούν τα εκθέματά του για τη δημιουργία σεναρίων μάθησης ([Europeana Learning Scenarios](#)) που δημοσιεύονται στην πλατφόρμα της [Europeana](#), ενισχύοντας τον αντίκτυπο δικτύου και καινοτομίας του οργανισμού, ο οποίος επιστεγάστηκε με την υποψηφιότητά του για το βραβείο του Ευρωπαϊκού Μουσείου της Χρονιάς (EMF/EMYA).

Ταυτόχρονα, τα διαδραστικά εκθέματα του μουσείου (όπως ο Μηχανισμός των Αντικυθήρων και το Αυτόματο Θέατρο του Ήρωος) εφαρμόζουν υποδειγματικά τις πέντε κατηγορίες των GLOs, επιφέροντας μια εννοιολογική μετατόπιση (conceptual shift) από την παθητική παρατήρηση στη βιωματική μάθηση. Ο άξονας της «γνώσης και κατανόησης» ενεργοποιείται καθώς οι επισκέπτες ανακαλύπτουν τις αρχαίες μορφές αυτοματοποίησης και προγραμματισμού, ενώ μέσα από τα [εργαστήρια ρομποτικής και μαθηματικών](#), οι μαθητές αναπτύσσουν πρακτικές «δεξιότητες» μηχανικής» (STEM/STEAM). Η διαδικασία αυτή αναδιαμορφώνει τις «στάσεις και αξίες» του κοινού, καλλιεργώντας τον σεβασμό για την ιστορική συνέχεια της τεχνολογίας. Επιπλέον, η φιλοσοφία του «edutainment» ικανοποιεί πλήρως τους δείκτες της «απόλαυσης, έμπνευσης και δημιουργικότητας» μέσω της [αφής και του πειραματισμού](#), γεγονός που προκαλεί μια μακροπρόθεσμη αλλαγή στη «δραστηριότητα και συμπεριφορά» των χρηστών, ωθώντας τους να ασχοληθούν περαιτέρω με τις επιστήμες. Συνεπώς, η περίπτωση του Μουσείου

Κοτσανά, Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας, αποδεικνύει ότι η ψηφιακή αυτοπεποίθηση παράγει ουσιαστικό, ποιοτικό και κοινωνικά μετρήσιμο αντίκτυπο.

#### **5.1.5. Θέμα 5ο: Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση ως οργανωτική ταυτότητα, όχι ως καμπύλη υιοθέτησης τεχνολογίας.**

Η προσέγγιση της ψηφιακής αυτοπεποίθησης (digital confidence) ως στοιχείο της οργανωτικής ταυτότητας (organizational identity) και όχι ως μια απλή καμπύλη υιοθέτησης της τεχνολογίας (technology adoption curve) αποτελεί μια εξαιρετικά προχωρημένη θεωρητική προσέγγιση στο πεδίο του Cultural Management. Μετατοπίζει τη συζήτηση από το τι εργαλεία αγοράζει ή χρησιμοποιεί ένα μουσείο, στο πώς σκέφτεται, λειτουργεί και αυτοπροσδιορίζεται ο ίδιος ο οργανισμός στην ψηφιακή εποχή.

Στην παραδοσιακή βιβλιογραφία της διοίκησης επιχειρήσεων και του ψηφιακού μετασχηματισμού, η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών συχνά αναλύεται μέσω της Καμπύλης Υιοθέτησης της Τεχνολογίας (Technology Adoption Curve). Το γραμμικό αυτό μοντέλο κατατάσσει τους οργανισμούς με βάση την ταχύτητα εισαγωγής νέων εργαλείων (Καινοτόμοι, Πρώιμοι Υιοθετούντες κ.λπ.), εστιάζοντας αποκλειστικά στην τεχνική επάρκεια και την υλικοτεχνική υποδομή. Ωστόσο, η στρατηγική του Μουσείου Κοτσανά αναμορφώνει αυτή την οπτική, προτάσσοντας την έννοια της Οργανωτικής Ψηφιακής Αυτοπεποίθησης (organizational digital confidence) ως δομικό συστατικό της ταυτότητάς του.

Κατά την εξέταση της τέταρτης θεματικής ενότητας της συνέντευξης, αναδείχθηκε η οργανική ενσωμάτωση των ψηφιακών πρακτικών στην εσωτερική κουλτούρα του οργανισμού. Η μετάβαση αυτή δεν περιγράφηκε ως ένας εξωγενώς επιβεβλημένος τεχνολογικός μετασχηματισμός, αλλά ως μια φυσική, εγγενής επέκταση του ίδιου του εκθεσιακού και εννοιολογικού αντικειμένου του μουσείου, το οποίο εστιάζει στην ιστορία της ανθρώπινης εφευρετικότητας και της τεχνολογικής επίλυσης προβλημάτων. Στο πλαίσιο αυτό, η ψηφιακή καινοτομία διαχωρίστηκε ρητά από την άκριτη ή εργαλειακή υιοθέτηση των εκάστοτε τεχνολογιών αιχμής. Σύμφωνα με τον ερωτώμενο, η ουσία της καινοτομίας για το ίδρυμα δεν εντοπίζεται στην τεχνολογική υπερβολή (innovation for its own sake), αλλά στην ικανότητα των μέσων να παράγουν βαθύτερη εννοιολογική κατανόηση και ουσιαστική σύνδεση με τον επισκέπτη.

Παράλληλα, το μουσείο προσέδωσε έναν σαφή μη εμπορικό χαρακτήρα στην επιρροή που ασκεί στον ψηφιακό πολιτιστικό χώρο. Η θεσμική του επιτυχία και το αποτύπωμά του ορίστηκαν με όρους κοινωνικής και εκπαιδευτικής αξίας, ήτοι ως η ικανότητα του οργανισμού να εμπνέει, να εκπαιδεύει και να αναδιαμορφώνει ριζικά τις αντιλήψεις του κοινού γύρω από την επιστημονική και τεχνολογική διάσταση του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού.

Αυτή η εννοιολογική διαφοροποίηση αναλύεται σε τρεις κεντρικούς άξονες:

*1. Από τη «Μηχανική Εξοικείωση» στην «Ψηφιακή Κουλτούρα» (Cultural Alignment):* Η καμπύλη υιοθέτησης μετρά τις τεχνικές δεξιότητες (digital literacy) και τον ρυθμό αγοράς λογισμικού ή hardware. Αντίθετα, η ψηφιακή αυτοπεποίθηση αφορά το πώς το ανθρώπινο δυναμικό του Μουσείου Κοτσανά (διοίκηση, επιμελητές, μουσειοπαιδαγωγοί) αντιλαμβάνεται τον ψηφιακό χώρο.

- *Η Προσέγγιση:* Το μουσείο δεν χρησιμοποιεί τα ψηφιακά εργαλεία (όπως το Interactive LAB ή τις εφαρμογές VR) επειδή «πρέπει να ακολουθήσει την τάση της εποχής», αλλά επειδή τα θεωρεί οργανικό μέρος της αποστολής του.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η τεχνολογία δεν αντιμετωπίζεται ως ένα εξωτερικό, πρόσθετο στοιχείο που προκαλεί οργανωσιακό άγχος ή αντίσταση στην αλλαγή (resistance to change). Υπάρχει μια εγγενής πίστη και αυτοπεποίθηση ότι το ψηφιακό περιβάλλον είναι ο φυσικός χώρος επέκτασης της μουσειακής αφήγησης.

2. *Ψηφιακή ωριμότητα ως στρατηγική σκέψη (strategic mindset):* Ενώ η καμπύλη υιοθέτησης υποδηλώνει μια παθητική προσαρμογή στις τεχνολογικές εξελίξεις της αγοράς, η οργανωτική ταυτότητα ψηφιακής αυτοπεποίθησης αντανακλά μια προληπτική και κυρίαρχη στάση (proactive stance).

- *Η Προσέγγιση:* Το Μουσείο Κοτσανά γνωρίζει σε βάθος το περιεχόμενό του (την αρχαία ελληνική τεχνολογία) και έχει την αυτοπεποίθηση να «υποτάξει» τα σύγχρονα ψηφιακά μέσα στις δικές του μουσειολογικές ανάγκες, αντί να υποταχθεί το ίδιο στις επιταγές των τεχνολογικών εταιρειών.
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Αυτό προστατεύει τον οργανισμό από τον «τεχνολογικό εντυπωσιασμό». Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση επιτρέπει στο μουσείο να επιλέγει, να απορρίπτει ή να μετασχηματίζει τα ψηφιακά εργαλεία με γνώμονα την εκπαιδευτική αξία και όχι τον εφήμερο εντυπωσιασμό των επισκεπτών.

3. *Οργανωσιακή ευελιξία και ανθεκτικότητα (organizational agility & resilience):* Όταν η τεχνολογία αντιμετωπίζεται απλώς ως μια καμπύλη υιοθέτησης, ο οργανισμός γίνεται ευάλωτος σε κρίσεις ή σε απότομες τεχνολογικές αλλαγές, καθώς νιώθει ότι «κυνηγάει» διαρκώς τις εξελίξεις. Η ψηφιακή αυτοπεποίθηση ως ταυτότητα προσφέρει σταθερότητα και ευελιξία.

- *Η Προσέγγιση:* Κατά τη διάρκεια της πανδημικής κρίσης, για παράδειγμα, το μουσείο δεν χρειάστηκε να «μάθει» βιαστικά πώς να γίνει ψηφιακό. Η ήδη διαμορφωμένη ψηφιακή του αυτοπεποίθηση του επέτρεψε να μεταφέρει άμεσα και με υψηλή ποιότητα τις δράσεις του στο διαδίκτυο (digital walk throughs).
- *Μουσειολογική Ερμηνεία:* Η ψηφιακή διάσταση δεν αποτελεί ένα ξεχωριστό τμήμα (silo) μέσα στο μουσείο, αλλά διαπερνά οριζόντια όλη την οργανωτική του δομή.

| Χαρακτηριστικό        | Μοντέλο Καμπύλης Υιοθέτησης (Tech Adoption)                                       | Μοντέλο Αυτοπεποίθησης (Digital Confidence)                                      |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Εστίαση</b>        | Στα εργαλεία, τις υποδομές και τους ρυθμούς εισαγωγής (Hardware/Software).        | Στην κουλτούρα, τη νοοτροπία εισαγωγής και την οργανωτική ταυτότητα (Mindset).   |
| <b>Στάση Μουσείου</b> | Παθητική / Αντιδραστική (Ακολουθεί τις τάσεις της αγοράς για να μην μείνει πίσω). | Προληπτική / Κυρίαρχη (Σχεδιάζει το ψηφιακό μέλλον με βάση τις δικές του αξίες). |
| <b>Ενσωμάτωση</b>     | Επιφανειακή (Προσθήκη οθονών ή εφαρμογών πάνω σε μια παραδοσιακή δομή).           | Οργανική / Ολιστική (Η ψηφιακή σκέψη είναι ενσωματωμένη στο DNA του οργανισμού). |

Πίνακας 5-2: Συγκριτική Σύνοψη

Συμπερασματικά, για το Μουσείο Κοτσανά, η ψηφιακή αυτοπεποίθηση δεν είναι ένας προορισμός στον οποίο φτάνει κανείς αφού ανέβει την καμπύλη της τεχνολογίας. Είναι ο τρόπος με τον οποίο ο οργανισμός υπάρχει, ερευνά και επικοινωνεί στον 21ο αιώνα. Αυτή η θεσμική αυτοπεποίθηση του επιτρέπει να γεφυρώνει με απόλυτη φυσικότητα το παρελθόν (την αρχαία μηχανική) με το ψηφιακό παρόν, προσφέροντας μια αυθεντική και συμπεριληπτική *phygital* εμπειρία.

Το συγκεκριμένο εύρημα παρουσιάζει ισχυρή συνάφεια με το θεωρητικό κατασκεύασμα της «ψηφιακής εμπιστοσύνης» (digital confidence/maturity) και της θεσμικής αυτοπεποίθησης, η οποία αναλύθηκε στο Κεφάλαιο 1. Τα εμπειρικά δεδομένα της συνέντευξης προσφέρουν μια άμεση, ζωντανή περιγραφή του τρόπου με τον οποίο η εν λόγω θεωρητική έννοια μεταφράζεται σε εφαρμοσμένη στρατηγική και καθημερινή μουσειακή πρακτική.

#### **5.1.6. Σύνοψη των ευρημάτων των συνεντεύξεων**

Συνεκτικά εξεταζόμενα, τα πέντε προαναφερθέντα θέματα αποτυπώνουν το προφίλ ενός πολιτισμικού οργανισμού, του οποίου η στρατηγική ψηφιακής επικοινωνίας δεν συνιστά μια απλή, εργαλειακή προσθήκη ή μια περιφερειακή λειτουργία μάρκετινγκ. Αντίθετα, εκλαμβάνεται ως οργανική προέκταση της πυρηνικής θεσμικής του ταυτότητας, η οποία ορίζεται από τη δυναμική παραγωγή και όχι από την απλή, παθητική διαφύλαξη του πολιτισμικού κεφαλαίου.

Στο πλαίσιο αυτό, η τεχνολογική υποδομή υποτάσσεται συστηματικά στην πρωτοκαθεδρία της μουσειακής αφήγησης, ενώ το κοινό τοποθετείται σταθερά στον ρόλο του ενεργού συμμετόχου και συν-δημιουργού νοήματος, απομακρυνόμενο από το παραδοσιακό μοντέλο του παθητικού αποδέκτη. Παράλληλα, η θεσμική επιτυχία προσεγγίζεται μέσα από ένα ολιστικό πλαίσιο εφαρμογής εξειδικευμένων δεικτών απόδοσης (KPIs), οι οποίοι σταθμίζουν τόσο την ποσοτική εμβέλεια όσο και το ποιοτικό βάθος της αλληλεπίδρασης. Απώτερο σημείο αναφοράς της εν λόγω στρατηγικής αποτελεί η «μετατροπή» του αρχικού ψηφιακού ενδιαφέροντος σε μια βαθύτερη, ουσιαστική και διαρκή σχέση με το γνωστικό περιεχόμενο του μουσείου.

Τα συγκεκριμένα εμπειρικά ευρήματα πρόκειται να επανεξεταστούν διεξοδικά στο Κεφάλαιο της «Συζήτησης», όπου και θα αναλυθούν σε συνδιαλλαγή με τα δεδομένα της ανασκόπησης πεδίου (field review) και της συγκριτικής έρευνας (comparative research) που παρατίθενται στις επόμενες ενότητες.

### **5.2. Συμπεράσματα από την ανασκόπηση εύρους**

Σε συνέχεια των διαδικασιών εντοπισμού, επιλογής και συστηματικής καταγραφής που αναλύθηκαν εκτενώς στην Ενότητα 4.5, το σύνολο της βιβλιογραφικής ύλης που συγκεντρώθηκε μέσω της ανασκόπησης πεδίου ταξινομήθηκε και αντιστοιχίστηκε δομικά με τα έξι κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα που καθοδηγούν το συγκεκριμένο σκέλος της παρούσας έρευνας.

**Ερώτημα 1ο: Ποιοι τύποι πολιτιστικού περιεχομένου παράγονται επί του παρόντος από τα μουσεία;**

Η σύγχρονη βιβλιογραφική παραγωγή τεκμηριώνει μια ρευστή και δυναμική μεταβολή στις εκδοχές του περιεχομένου που παράγουν συστηματικά οι μουσειακοί οργανισμοί, η οποία υπερβαίνει κατά πολύ τη στατική και μονοδιάστατη περιγραφή των υλικών τεκμηριών.

Ειδικότερα, το ψηφιακό αποθετήριο των μουσείων εμπλουτίζεται πλέον με ένα ευρύτατο φάσμα εφαρμογών, το οποίο περιλαμβάνει οπτικοακουστικό υλικό μικρής διάρκειας (short-form videos), ψηφιακές ακουστικές εκπομπές (podcasts), βιωματικές εμπειρίες εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας (VR/AR), καθώς και δομημένες ψηφιακές εκθέσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται, επίσης, στην ανάπτυξη εξειδικευμένου εκπαιδευτικού υλικού προσανατολισμένου στις θετικές επιστήμες (STEM), αλλά και στη διαμόρφωση υλικού που ανταποκρίνεται αποκλειστικά στη λειτουργική αρχιτεκτονική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως οι μορφότυποι των «reels» και των «stories».

Η συγκεκριμένη διαφοροποίηση αξιολογείται από την Ponrozniak (2024) ως δομικό στοιχείο για τη συγκρότηση της σύγχρονης «ψηφιακής ταυτότητας» (digital identity) των μουσείων. Σύμφωνα με την ερευνητική της προσέγγιση, η θεσμική ταυτότητα ενός πολιτισμικού οργανισμού δεν αποκρυσταλλώνεται πλέον μέσα από ένα μεμονωμένο κανάλι επικοινωνίας, αλλά συντίθεται δυναμικά μέσα από ένα σύνθετο πλέγμα (cluster) διαφορετικών πλατφορμών και ψηφιακών μορφών.

Σε ανάλογα συμπεράσματα καταλήγουν και οι Giannini και Bowen (2022), οι οποίοι επισημαίνουν μια έκδηλη επιτάχυνση στην πολυμορφία της μουσειακής ψηφιακής παραγωγής, ως απόρροια της υγειονομικής κρίσης της πανδημίας COVID-19. Όπως υπογραμμίζουν οι μελετητές, οι οργανισμοί μετατοπίστηκαν ταχέως από την απλή και γραμμική παρουσίαση ψηφιοποιημένων συλλογών προς τη συστηματική δημιουργία πρωτογενούς, εξατομικευμένου και ειδικά σχεδιασμένου ψηφιακού περιεχομένου, επαναπροσδιορίζοντας τα όρια της μουσειακής εμπειρίας.

## **Ερώτημα 2ο: Ποιοι είναι οι κύριοι επικοινωνιακοί ρόλοι των μουσείων ως δημιουργών περιεχομένου;**

Η εξεταζόμενη βιβλιογραφία συγκλίνει προς έναν περιορισμένο αριθμό επαναλαμβανόμενων επικοινωνιακών ρόλων, οι οποίοι συνθέτουν το σύγχρονο λειτουργικό υπόδειγμα των μουσειακών οργανισμών. Αρχικά, τα μουσεία νοούνται σταθερά ως φορείς εκπαίδευσης (Bedford, 2001; Falk & Dierking, 2016), επιτελώντας έναν θεμελιώδη παιδαγωγικό ρόλο, ενώ παράλληλα λειτουργούν ως αφηγηματικοί διαμεσολαβητές (storytellers) που συγκροτούν συνεκτικές αφηγηματικές τροχιές γύρω από τα αντικείμενα και τις ιδέες (Bedford, 2001). Επιπλέον, αναγνωρίζονται ως επιμελητές (curators) μίας ενιαίας, υβριδικής εμπειρίας που γεφυρώνει τον φυσικό με τον ψηφιακό χώρο, καθώς και ως μεσολαβητές (negotiators) που διευκολύνουν τη διαπραγμάτευση του νοήματος ανάμεσα στη θεσμική αυθεντία/εμπειρογνομosύνη και την υποκειμενική ερμηνεία του κοινού (Olsen et al., 2025).

Στο σύγχρονο, έντονα ανταγωνιστικό ψηφιακό οικοσύστημα, οι οργανισμοί αυτοί προσλαμβάνουν επίσης τα χαρακτηριστικά εμπορικών σημάτων (brands), τα οποία διεκδικούν την προσοχή του κοινού σε ένα κορεσμένο περιβάλλον ψηφιακών μέσων (Kaplan & Haenlein, 2010). Τέλος, αναδεικνύονται ολοένα και περισσότερο ως συμμετοχικές πλατφόρμες ή κοινότητες (participatory platforms), εντός των οποίων το κοινό συν-παράγει πολιτισμικό νόημα σε ισότιμη βάση με τον θεσμό (Simon, 2010).

Ο παγκόσμιος και οριζόντιος χαρακτήρας αυτής της λειτουργικής τυπολογίας επιβεβαιώνεται από την πρόσφατη συγκριτική μελέτη του Alotaibi (2026) σε πολιτιστικούς θεσμούς της Μέσης Ανατολής. Τα ευρήματα του εν λόγω ερευνητή καταγράφουν ένα ανάλογο πλέγμα επικοινωνιακών ρόλων, γεγονός που υποδηλώνει ότι η συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση υπερβαίνει τα στενά γεωγραφικά ή εθνικά πλαίσια και αντανάκλα μια διεθνή μουσειολογική πραγματικότητα.

**Ερώτημα 3ο: Ποια ψηφιακά και φυσικά κανάλια επικοινωνίας χρησιμοποιούνται;**

Στη βάση της ανάλυσης της Ponroznik (2024) αναφορικά με τον έντονα πολυπλατφορμικό (multi-platform) χαρακτήρα που διέπει τη σύγχρονη ψηφιακή ταυτότητα των μουσείων, σε συνδυασμό με τις προσεγγίσεις του Parsehyan (2020) για τον ψηφιακό μετασχηματισμό στο πεδίο της μουσειακής διοίκησης, η διεθνής βιβλιογραφία τεκμηριώνει μια διευρυνόμενη εργαλειοθήκη επικοινωνιακών διαύλων. Οι σύγχρονοι οργανισμοί επιστρατεύουν συστηματικά ένα σύνθετο μείγμα που περιλαμβάνει επίσημους ιστοτόπους, λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης σε πολλαπλές πλατφόρμες, το YouTube και εξειδικευμένα κανάλια φιλοξενίας οπτικοακουστικού υλικού, καθώς και αυτόνομες εφαρμογές για φορητές συσκευές (mobile apps) και ψηφιακά ενημερωτικά δελτία (newsletters).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαπιστωμένη στροφή προς την υλοποίηση προγραμμάτων ζωντανής μετάδοσης (live-streaming) και υβριδικών δράσεων. Οι εν λόγω πρακτικές επιτυγχάνουν τη λειτουργική γεφύρωση των φυσικών και των ψηφιακών καναλιών, ενοποιώντας τις επιμέρους δράσεις στο πλαίσιο μιας ενιαίας, ολοκληρωμένης επικοινωνιακής πράξης (integrated communication act) και καταργώντας τα παραδοσιακά στενά όρια του μουσειακού χώρου.

**Ερώτημα 4ο: Πώς διαφέρει η επικοινωνία των μουσείων μεταξύ επιτόπιων, διαδικτυακών και υβριδικών εμπειριών;**

Η σύγχρονη βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι τα όρια μεταξύ της φυσικής (on-site) και της διαδικτυακής (online) μουσειακής εμπειρίας καθίστανται ολοένα και πιο διαπερατά, οδηγώντας σε μια κατάσταση εννοιολογικής σύγκλισης. Ιστορικά, οι Bowen κ.ά. (2008) συγκαταλέγονται στους πρώτους μελετητές που προσέγγισαν τις φορητές και κινητές τεχνολογίες ως διαμεσολαβητικές συσκευές ικανές να γεφυρώσουν τη φυσική με την ψηφιακή διάσταση.

Σε μια πιο σύγχρονη βάση, οι Parry, Dziekan και de Wild (2025) εξετάζουν ρητά τις υβριδικές εμπειρίες ως μια διακριτή, αυτόνομη κατηγορία της μουσειακής πρακτικής. Σύμφωνα με το μοντέλο τους, το ψηφιακό περιεχόμενο δεν σχεδιάζεται ούτε ως ένα απλό υποκατάστατο ούτε ως ένα γραμμικό συμπλήρωμα της φυσικής επίσκεψης. Αντίθετα, νοείται ως αναπόσπαστο και οργανικό τμήμα μιας συνεχιζόμενης «διαδρομής του επισκέπτη» (visitor journey), η οποία εκκινεί προγενέστερα της φυσικής προσέλευσης στον χώρο και εκτείνεται χρονικά μετά την ολοκλήρωσή της, διαμορφώνοντας έναν αδιάσπαστο κύκλο πολιτισμικής δέσμευσης.

**Ερώτημα 5ο: Σε ποιο βαθμό τα μουσεία ενσωματώνουν συμμετοχικές, χωρίς αποκλεισμούς και διαδραστικές πρακτικές;**

Ένας σημαντικός όγκος της εξεταζόμενης βιβλιογραφίας επικεντρώνεται συστηματικά στην ανάλυση και την εφαρμογή των συμμετοχικών πρακτικών (participatory practices) στο σύγχρονο μουσειακό περιβάλλον. Η θεμελιώδης μελέτη της Simon (2010) για το «συμμετοχικό μουσείο» εξακολουθεί να αποτελεί το κεντρικό εννοιολογικό σημείο αναφοράς στο πεδίο αυτό. Στο ίδιο πλαίσιο, οι Νικονάνου και Μπούνια (2014) εξετάζουν το παραγόμενο από τους χρήστες περιεχόμενο (user-generated content), προσεγγίζοντάς το ως ένα κυρίαρχο μέσο για τη συν-δημιουργία (co-creation) πολιτισμικού νοήματος και όχι ως μια περιθωριακή ή απλώς συμπληρωματική δραστηριότητα του οργανισμού.

Παράλληλα, η θεωρητική προσέγγιση του Szwydky (2023) γύρω από τη «συμμετοχική κουλτούρα» (participatory culture) προσφέρει μια διευρυμένη βάση από τη σκοπιά των σπουδών των μέσων επικοινωνίας (media studies) για την πλαισίωση της εν λόγω βιβλιογραφίας.

Επιπροσθέτως, οι Giannini και Bowen (2022) τεκμηριώνουν μια σαφή επιτάχυνση στην υιοθέτηση συμμετοχικών ψηφιακών πρακτικών που προωθούν τη συμπερίληψη (inclusive practices). Η εξέλιξη αυτή αναδύθηκε, κατά κύριο λόγο, ως θεσμική απόκριση στους περιορισμούς προσβασιμότητας που επέβαλε η υγειονομική κρίση της πανδημίας COVID-19, αναδεικνύοντας τη συμμετοχικότητα σε δομικό πυλώνα της ψηφιακής μουσειακής στρατηγικής.

#### **Ερώτημα 6ο: Ποιες αναδυόμενες τάσεις και προκλήσεις χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη επικοινωνία των μουσείων;**

Συμπερασματικά, η σύγχρονη βιβλιογραφική παραγωγή συγκλίνει προς έναν συγκεκριμένο άξονα αναδυόμενων τάσεων, οι οποίες αναδιαμορφώνουν το μουσειακό τοπίο. Αυτές εστιάζουν, πρωτίστως, στον διεκταυμένο ρόλο των συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης (AI) για την εξατομίκευση της εμπειρίας των επισκεπτών, στη συνεχιζόμενη -αν και με άνισους ρυθμούς- ενσωμάτωση εφαρμογών επαυξημένης και εικονικής πραγματικότητας (AR/VR) με σκοπό την ενίσχυση της βιωματικότητας, καθώς και στην έντονη θεσμική στροφή προς υβριδικά μοντέλα επικοινωνίας, τα οποία υπερβαίνουν τους στενούς διαχωρισμούς μεταξύ αμιγώς φυσικών ή ψηφιακών μορφοτύπων.

Παράλληλα, οι επαναλαμβανόμενες προκλήσεις που καταγράφονται στο πεδίο αναδεικνύουν δομικές αδυναμίες της μουσειακής πρακτικής. Οι σημαντικότερες από αυτές αφορούν τους έντονους περιορισμούς πόρων (χρηματοδοτικών και ανθρώπινων) που αντιμετωπίζουν οι μικρού και μεσαίου μεγέθους μουσειακές δομές, καθώς και την ανάγκη εξισορρόπησης της επικοινωνιακής αμεσότητας του ψηφιακού περιεχομένου με την απαιτούμενη επιστημονική και επιμελητική αυστηρότητα. Τέλος, όπως επισημαίνουν οι Agostino, Arnaboldi και Lampis (2021) καθώς και οι Samaroudi, Echavarria και Perry (2020), ελλοχεύει ο κίνδυνος ο καταγιστικός ρυθμός απαξίωσης και αντικατάστασης των ψηφιακών πλατφορμών να ξεπεράσει την οργανωσιακή ικανότητα προσαρμογής και αφομοίωσης των μουσείων, δημιουργώντας χάσμα ψηφιακής ετοιμότητας.

### **5.3. Περίληψη της ανασκόπησης καθορισμού του πεδίου εφαρμογής**

Συνοψίζοντας, η διενέργεια της ανασκόπησης πεδίου προσφέρει την απαραίτητη επιστημονική νομιμοποίηση στις εννοιολογικές κατηγορίες που συγκροτούν το θεωρητικό πλαίσιο της παρούσας διατριβής. Συγκεκριμένα, οι μεταβλητές που αφορούν τον τύπο του περιεχομένου, τον επικοινωνιακό ρόλο, το κανάλι διανομής, τη φύση της εμπειρίας (επιτόπια, διαδικτυακή ή υβριδική) και τις μορφές της συμμετοχικής πρακτικής, αποδεικνύονται πλήρως καθιερωμένες και ευρέως αποδεκτές στη διεθνή βιβλιογραφία για τη μουσειακή επικοινωνία. Κατά συνέπεια, οι εν λόγω κατηγορίες δεν συνιστούν αυθαίρετα ή απομονωμένα εννοιολογικά κατασκευάσματα που επινοήθηκαν αποκλειστικά για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, αλλά εδράζονται σε στέρεα ερευνητικά θεμέλια.

Η συστηματική αυτή χαρτογράφηση λειτούργησε ως ο κύριος μεθοδολογικός οδηγός για τη διαμόρφωση του τελικού πλαισίου κωδικοποίησης (coding framework). Το πλαίσιο αυτό εφαρμόστηκε στη συνέχεια για την εξαγωγή και την ανάλυση των δεδομένων κατά τη συγκριτική μελέτη περιπτώσεων (comparative case study) των επιλεγμένων μουσείων, η οποία παρατίθεται αναλυτικά στην επόμενη ενότητα.

#### 5.4. Αποτελέσματα της συγκριτικής έρευνας σε δεκαέξι μουσεία

Στον Πίνακα [5-3] που ακολουθεί, αποτυπώνεται η συνοπτική χαρτογράφηση των δεκαέξι μουσειακών οργανισμών που τέθηκαν υπό εξέταση στο πλαίσιο της συγκριτικής έρευνας, οι οποίοι έχουν κωδικοποιηθεί συστηματικά στη βάση του μεθοδολογικού πλαισίου που αναλύθηκε στην 4<sup>η</sup> Ενότητα. Τα εμπειρικά δεδομένα που προέκυψαν από τη συγκεκριμένη διαδικασία παρουσιάζονται δομημένα σε δύο διακριτά επίπεδα: αρχικά παρατίθεται η περιγραφική αποτίμηση των ευρημάτων (Ενότητα 5.4.1) και, εν συνεχεία, η εμβαθυμένη θεματική τους ανάλυση (Ενότητα 5.4.2), προσφέροντας μια σφαιρική και πολυεπίπεδη ερμηνεία του υπό εξέταση πεδίου.

| Μουσείο                                         | Χώρα             | Τύπος                       | Κυρίαρχα κανάλια                                              | Αξιοσημείωτη ψηφιακή πρακτική                                       |
|-------------------------------------------------|------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας «Κοτσανά» | Ελλάδα           | Αρχαιολογία/τεχνολογία      | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, YouTube                | Βίντεο λειτουργικών προσομοιώσεων, ζωντανές διαδικτυακές ξεναγήσεις |
| Μουσείο της Ακρόπολης                           | Ελλάδα           | Αρχαιολογία/τεχνολογία      | Ιστοσελίδα, εφαρμογή για κινητά, μέσα κοινωνικής δικτύωσης    | Πολύγλωσσος ψηφιακός οδηγός, εικονική συλλογή                       |
| Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Ελλάδας         | Ελλάδα           | Αρχαιολογικά                | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                         | Ψηφιοποιημένος κατάλογος της συλλογής                               |
| Μουσείο Μπενάκη                                 | Ελλάδα           | Τέχνη/ιστορία               | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψηφιακές συλλογές      | Θεματικές διαδικτυακές εκθέσεις                                     |
| Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης                       | Ελλάδα           | Τέχνη                       | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης με έμφαση στο Instagram | Μικροιστότοποι ψηφιακών εκθέσεων με πρωτοποριακό σχεδιασμό          |
| Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (EMST)          | Ελλάδα           | Σύγχρονη τέχνη              | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                         | Ψηφιακή τεκμηρίωση προσωρινών εκθέσεων                              |
| Ίδρυμα Βασίλη και Ελίζας Γουλανδρή              | Ελλάδα           | Τέχνη                       | Κοινωνικά δίκτυα με επικεφαλής το Instagram, ιστότοπος        | Εκθεσιακές καμπάνιες με έμφαση στην οπτική παρουσίαση               |
| Μουσείο Σύγχρονου Ελληνικού Πολιτισμού          | Ελλάδα           | Εθνογραφία/λαογραφία        | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                         | Ψηφιοποίηση συλλογών λαογραφικού υλικού                             |
| Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού                   | Ελλάδα           | Ιστορικά/θρησκευτικά        | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                         | Ψηφιακές εκθέσεις βυζαντινών αντικειμένων                           |
| Βρετανικό Μουσείο                               | Ηνωμένο Βασίλειο | Αρχαιολογικό/εγκυκλοπαιδικό | Ιστοσελίδα, YouTube, κοινωνικά δίκτυα σε διάφορες πλατφόρμες, | Πλούσιο περιεχόμενο βίντεο,                                         |

|                                 |                    |                                    |                                                                                |                                                                          |
|---------------------------------|--------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|                                 |                    |                                    | Google Arts and Culture                                                        | ψηφιακή συλλογή μεγάλης κλίμακας                                         |
| Μουσείο του Λούβρου             | Γαλλία             | Τέχνη/ιστορία                      | Ιστοσελίδα, εικονικές περιηγήσεις, συνεργασίες στον τομέα των βιντεοπαιχνιδιών | Συνεργασία για εικονικές επισκέψεις με μια μεγάλη σειρά βιντεοπαιχνιδιών |
| Ράικσμουζεουμ                   | Ολλανδία           | Τέχνη                              | Ιστοσελίδα, πλατφόρμα ανοικτών δεδομένων                                       | Πλατφόρμα εικόνων ανοικτής πρόσβασης Rijksstudio                         |
| Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (MoMA) | Ηνωμένες Πολιτείες | Σύγχρονη τέχνη                     | Ιστοσελίδα, διαδικτυακά μαθήματα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                    | Δομημένα διαδικτυακά μαθήματα                                            |
| Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης    | Ηνωμένες Πολιτείες | Τέχνη/εγκυκλοπαιδικό               | Ιστοσελίδα, συλλογή ανοικτής πρόσβασης, μέσα κοινωνικής δικτύωσης              | Ψηφιακή συλλογή μεγάλης κλίμακας με ελεύθερη πρόσβαση                    |
| Tate                            | Ηνωμένο Βασίλειο   | Σύγχρονη τέχνη                     | Ιστοσελίδα, βίντεο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                                  | Ψηφιακά δοκίμια και βίντεο με την καθοδήγηση επιμελητών                  |
| Μουσείο Βικτόρια και Άλμπερτ    | Ηνωμένο Βασίλειο   | Σχεδιασμός/διακοσμητικές τέχνες    | Ιστοσελίδα, ψηφιακές συλλογές, μέσα κοινωνικής δικτύωσης                       | Ψηφιοποιημένες συλλογές σχεδιασμού και μόδας                             |
| Ινστιτούτο Σμιθσόνιαν           | Ηνωμένες Πολιτείες | Πολλαπλών ιστότοπων/εγκυκλοπαιδικό | Πλατφόρμα ανοικτής πρόσβασης, κοινωνικά δίκτυα πολλαπλών πλατφορμών            | Δημοσίευση εικόνων και δεδομένων μεγάλης κλίμακας με ελεύθερη πρόσβαση   |

**Πίνακας 5-3: Σύνοψη του συγκριτικού δείγματος μουσείων**

#### 5.4.1. Περιγραφικά ευρήματα

Αναφορικά με τα ερευνητικά ερωτήματα RQ1 και RQ3, τα ευρήματα της έρευνας καταδεικνύουν ότι το σύνολο των μουσείων του δείγματος διαθέτει επίσημο ιστότοπο καθώς και θεσμική παρουσία σε τουλάχιστον ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνει ότι η βασική ψηφιακή παρουσία αποτελεί πλέον μια οριζόντια, σχεδόν καθολική συνθήκη στο μουσειακό πεδίο, η οποία εκτείνεται ακόμη και σε οργανισμούς μικρότερης κλίμακας και ανεξάρτητου νομικού καθεστώτος, όπως το Μουσείο Κοτσανά.

Παρά την ποσοτική αυτή σύγκλιση, η ποιοτική ανάλυση αποκαλύπτει ένα βαθύ ψηφιακό χάσμα (digital divide) μεταξύ των διεθνούς εμβέλειας ιδρυμάτων και των εγχώριων μουσείων μικρότερης κλίμακας, το οποίο εντοπίζεται τόσο στον όγκο όσο και στην ετερογένεια του παραγόμενου περιεχομένου. Οργανισμοί όπως το Βρετανικό Μουσείο, το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης (Met), το Ράικσμουζεουμ (Rijksmuseum) και το Ινστιτούτο Σμιθσόνιαν (Smithsonian Institution) εφαρμόζουν δυναμικές στρατηγικές ψηφιοποίησης. Αυτό αποτυπώνεται στη δημιουργία ψηφιακών συλλογών ανοικτής πρόσβασης (open access repositories) μεγάλης κλίμακας και στη συστηματική παραγωγή πολυμορφικού περιεχομένου, το οποίο διαχέεται σε ένα ευρύ φάσμα πλατφορμών. Στον αντίποδα, αρκετά από τα μικρότερα ελληνικά ιδρύματα του δείγματος, όπως το Μουσείο Νεότερου Ελληνικού Πολιτισμού και το Μουσείο Βυζαντινής Κουλτούρας, επιδεικνύουν μια πιο συγκρατημένη -αν και ενεργή- ψηφιακή δραστηριότητα. Η στρατηγική τους παραμένει σε μεγάλο βαθμό ιστοκεντρική (web-centric), με περιορισμένη διοχέτευση πόρων σε εναλλακτικά κανάλια κοινωνικής δικτύωσης.

Στο πλαίσιο του ερευνητικού ερωτήματος RQ4, διακρίνεται μια σαφής τάση ανάπτυξης υβριδικών πρωτοβουλιών (hybrid initiatives) που στοχεύουν στη νοηματική και λειτουργική επέκταση της μουσειακής εμπειρίας στον ψηφιακό χώρο. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι συνεργασίες του Λούβρου για τη διεξαγωγή εικονικών περιηγήσεων εντός δημοφιλών βιντεοπαιχνιδιών (gaming platforms), η καινοτόμος πλατφόρμα ανοικτών δεδομένων και δημιουργικής επανάληψης «Rijksstudio» του Ράικσμουζεουμ, καθώς και τα δομημένα προγράμματα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (MOOCs) του Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης (MoMA). Οι πρακτικές αυτές διευρύνουν ριζικά τα όρια του φυσικού χώρου, εναρμονιζόμενες πλήρως με το σύγχρονο θεωρητικό πλαίσιο των Parry, Dziekan και de Wild (2025) για την υβριδική εμπειρία του μουσείου.

Σε αυτό το σημείο, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά. Όπως προέκυψε από τα δεδομένα των συνεντεύξεων, η εμπορική και εκπαιδευτική του πρακτική να προσφέρει σύγχρονες, ζωντανές ψηφιακές ξεναγήσεις (live virtual tours) με οικονομικό αντίτιμο σε διεθνή εκπαιδευτικά ιδρύματα και εταιρικούς πελάτες, συνιστά μια αξιοσημείωτη εφαρμογή του υβριδικού μοντέλου. Παρά την προφανή ασυμμετρία κλίμακας και πόρων σε σχέση με τους διεθνείς κολοσσούς, το Μουσείο Κοτσανά εντάσσεται οργανικά στο ίδιο εννοιολογικό πλαίσιο, αποδεικνύοντας ότι η υβριδική μετάβαση είναι εφικτή και μέσω πιο ευέλικτων, στοχευμένων ψηφιακών στρατηγικών. Παράλληλα, επιτυγχάνει τη θεσμική του δικτύωση και τη διάσωση του ψηφιακού του αποθέματος μέσω της ενσωμάτωσης των συλλογών του στον εθνικό συσσωρευτή πολιτιστικού περιεχομένου, όπως τεκμηριώνεται από τις ανοικτές [Ψηφιακές Συλλογές του Μουσείου Κοτσανά στο SearchCulture.gr](#), ενισχύοντας τη δημοκρατικοποίηση της πρόσβασης στην αρχαία ελληνική τεχνολογία.

#### 5.4.2. Θεματικά ευρήματα

Αναφορικά με τα ερευνητικά ερωτήματα RQ2 και RQ5, το σύνολο των δεκαέξι μουσείων του δείγματος δύναται να χαρτογραφηθεί εντός ενός κοινού εννοιολογικού πλαισίου επικοινωνιακών ρόλων, οι οποίοι προσδιορίστηκαν μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης: του εκπαιδευτή, του αφηγητή, του εμπορικού σήματος (brand) και της συμμετοχικής πλατφόρμας.

Η ανάλυση των δεδομένων αποκαλύπτει μια σαφή διαφοροποίηση στη στρατηγική στοχοθεσία ανάλογα με το μέγεθος του οργανισμού. Τα ιδρύματα υπερτοπικής κλίμακας, όπως το Βρετανικό Μουσείο και το Μητροπολιτικό Μουσείο Τέχνης (Met), επιδεικνύουν έναν έντονο προσανατολισμό προς τους ρόλους του εκπαιδευτή και του εμπορικού σήματος. Η τάση αυτή συναρτάται άμεσα με την ασύμμετρη κατανομή πόρων, καθώς οι εν λόγω οργανισμοί διαθέτουν την απαιτούμενη οικονομική και ανθρώπινη υποδομή για την παραγωγή πολυεπίπεδου, δομημένου εκπαιδευτικού περιεχομένου, παράλληλα με την άσκηση μιας επιθετικής στρατηγικής διεθνούς branding με στόχο την παγκόσμια εμβέλεια.

Αντιθέτως, οι οργανισμοί μικρότερης κλίμακας με εξειδικευμένο αντικείμενο, όπως το Μουσείο Κοτσανά και το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, επιλέγουν να επενδύσουν πρωτίστως στον ρόλο του αφηγητή. Η επικοινωνιακή τους προσέγγιση δεν βασίζεται στην πολυσυλλεκτικότητα, αλλά στην ανάπτυξη ενός συμπαγούς, γραμμικού και εστιασμένου αφηγηματικού άξονα (core narrative pattern). Ενδεικτικά, το Μουσείο Κοτσανά δομεί την ψηφιακή του παρουσία γύρω από την πάγια ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας και της ανθρώπινης εφευρετικότητας, ενώ το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης καλλιεργεί μια ιδιαίτερα αναγνωρίσιμη, ενιαία αισθητική και επιμελητική ταυτότητα (curatorial voice) στο σύνολο των ψηφιακών του δικτύων.

Σε επίπεδο μακρο-ανάλυσης του δείγματος, εντοπίζεται ένα σημαντικό χάσμα αναφορικά με την υιοθέτηση της συμμετοχικής πρακτικής. Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, η συμμετοχικότητα ορίζεται αυστηρά ως η ουσιαστική συν-δημιουργία περιεχομένου με το κοινό (co-creation) και όχι ως μια επιφανειακή αλληλεπίδραση μέσω σχολίων ή αντιδράσεων (likes). Η πρακτική αυτή εμφανίζεται σαφώς πιο ώριμη και θεσμοθετημένη στα μεγάλα διεθνή ιδρύματα. Στον αντίποδα, η πλειονότητα των ελληνικών μουσείων μικρότερης κλίμακας φαίνεται να εμμένει σε ένα παραδοσιακό, θεσμοκεντρικό και μονόδρομο μοντέλο επικοινωνίας (top-down communication), όπου ο οργανισμός διατηρεί τον απόλυτο έλεγχο της πληροφορίας.

Αξιοσημείωτη εξαίρεση σε αυτό το εγχώριο μοτίβο αποτελεί η στρατηγική του Μουσείου Κοτσανά. Όπως προέκυψε από την ποιοτική ανάλυση των δεδομένων των συνεντεύξεων, το συγκεκριμένο ίδρυμα εφαρμόζει μια δυναμική διαδικασία ενεργού διαπραγμάτευσης του περιεχομένου με τους επισκέπτες του. Ενσωματώνοντας το παραγόμενο από τους χρήστες υλικό (user-generated content) στον σκληρό πυρήνα της επικοινωνιακής του στρατηγικής, το Μουσείο Κοτσανά διαφοροποιείται αισθητά από τα υπόλοιπα ελληνικά ιδρύματα του δείγματος. Με τον τρόπο αυτό, συγκλίνει λειτουργικά με το συμμετοχικό πρότυπο (participatory museum model) που συναντάται κατά κανόνα στους μεγάλους διεθνείς οργανισμούς.

## 5.5. Περίληψη κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάστηκαν τα ευρήματα από τις τρεις εμπειρικές πτυχές του αναθεωρημένου ερευνητικού σχεδιασμού. Από τη συνέντευξη με το Μουσείο Κοτσανά προέκυψαν πέντε αλληλένδετα θέματα που αφορούν την αυτοαντίληψη του μουσείου ως δημιουργού πολιτιστικού περιεχομένου, την υποταγή της τεχνολογίας στην αφήγηση, την αντιμετώπιση του κοινού ως συν-δημιουργού νοήματος, το διττό ποσοτικό-ποιοτικό μοντέλο ψηφιακού αντίκτυπου που εφαρμόζει, καθώς και την αντίληψή του για την ψηφιακή αυτοπεποίθηση ως οργανωτική ταυτότητα και όχι ως καμπύλη υιοθέτησης της τεχνολογίας. Η ανασκόπηση του πεδίου επιβεβαίωσε ότι αυτές οι ίδιες εννοιολογικές κατηγορίες είναι καλά εδραιωμένες στην ευρύτερη διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία σχετικά με την επικοινωνία των μουσείων.

Στο πλαίσιο των ερευνητικών ερωτημάτων RQ1 και RQ3, η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά παρουσιάζει ιδιαίτερο θεωρητικό ενδιαφέρον, καθώς ανατρέπει τη γραμμική συσχέτιση μεταξύ του μεγέθους ενός οργανισμού και της ψηφιακής του αποτελεσματικότητας. Ενώ το θεσμικό μέγεθος και οι διαθέσιμοι πόροι αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για τη δημιουργία ψηφιακών αποθετηρίων μεγάλης κλίμακας, το Μουσείο Κοτσανά αντιπαραβάλλει μια ευέλικτη και στοχευμένη ψηφιακή στρατηγική (agile digital strategy). Λόγω του εξειδικευμένου αντικειμένου του -την ανάδειξη των τεχνολογικών επιτευγμάτων της αρχαιότητας- η ψηφιακή του παρουσία δεν αναλώνεται στην απλή, παθητική ψηφιοποίηση τεκμηρίων, αλλά προσανατολίζεται στην ψηφιακή διαμεσολάβηση και τη διαδραστικότητα. Παρά το γεγονός ότι η υποδομή του υπολείπεται σε κλίμακα έναντι των διεθνών κολοσσών, ο οργανισμός κατορθώνει να διατηρεί μια εξαιρετικά ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο. Με τον τρόπο αυτό, αποδεικνύει ότι τα μικρότερα, ανεξάρτητα ιδρύματα μπορούν να ξεπεράσουν τους περιορισμούς του ψηφιακού χάσματος (digital divide) μέσω της ανάπτυξης ενός σαφούς, αναγνωρίσιμου και συμπαγούς θεματικού πυρήνα (core narrative pattern), ο οποίος κεφαλαιοποιεί την ανάγκη του κοινού για μια εναλλακτική, τεχνολογική μουσειακή εμπειρία.

Η στρατηγική αυτή εξωστρέφειας εκδηλώνεται έμπρακτα κατά την εξέταση του ερευνητικού ερωτήματος RQ4. Η πρακτική του Μουσείου Κοτσανά να αναπτύξει ζωντανές, εξ αποστάσεως ψηφιακές ξεναγήσεις (live virtual tours) με οικονομικό αντίτιμο για σχολεία και εταιρικούς πελάτες του εξωτερικού, αποτελεί υποδειγματική εφαρμογή της υβριδικής μουσειακής εμπειρίας (hybrid museum experience), όπως αυτή ορίζεται στη σύγχρονη βιβλιογραφία (Parry, Dziekan, & de Wild, 2025). Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία διαφοροποιείται δομικά από τις ασύγχρονες εικονικές περιηγήσεις, καθώς εισάγει το στοιχείο της σύγχρονης, ανθρώπινης αλληλεπίδρασης σε πραγματικό χρόνο ([real-time synchronous interaction](#)).

Από επιχειρησιακή άποψη, η προσέγγιση αυτή μετατρέπει την ψηφιακή τεχνολογία από απλό εργαλείο προβολής σε αυτόνομο πόρο δημιουργίας εσόδων (revenue stream) και διεθνούς δικτύωσης. Από μουσειολογική άποψη, η διαδικασία αυτή επιτρέπει στο μουσείο να «αποχωροποιηθεί», μεταφέροντας τη βιωματική και διαδραστική διάσταση των εκθεμάτων του –όπως οι ανακατασκευασμένοι αρχαιοελληνικοί μηχανισμοί– απευθείας στις οθόνες ενός παγκόσμιου κοινού. Συνεπώς, παρά την ασύμμετρη κλίμακα σε σύγκριση με τα ψηφιακά προγράμματα των διεθνών οργανισμών, το Μουσείο Κοτσανά εφαρμόζει ένα εξαιρετικά αποτελεσματικό, βιώσιμο και προσαρμοστικό υβριδικό μοντέλο. Το μοντέλο αυτό τεκμηριώνει ότι η καινοτομία στο ψηφιακό πολιτιστικό περιβάλλον δεν αποτελεί αποκλειστικό προνόμιο των οργανισμών με μεγάλους προϋπολογισμούς, αλλά συνδέεται άμεσα με την επιχειρηματική ευελιξία και την ικανότητα στρατηγικής ανταπόκρισης στις σύγχρονες προκλήσεις.

Η συγκριτική έρευνα σε δεκαέξι μουσεία τοποθέτησε το Μουσείο Κοτσανά εντός αυτού του ευρύτερου πεδίου, δείχνοντας ότι, παρά τη σημαντικά μικρότερη κλίμακα του, η ψηφιακή του πρακτική ευθυγραμμίζεται στενά με πρότυπα που συνήθως συνδέονται με μεγαλύτερα ιδρύματα με περισσότερους πόρους, ιδίως όσον αφορά τον σχεδιασμό υβριδικών εμπειριών και τη συμμετοχή του κοινού. Τα ευρήματα αυτά ερμηνεύονται περαιτέρω και συσχετίζονται με το θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στα Κεφάλαια 1 έως 3, στο κεφάλαιο «συζήτηση» που ακολουθεί.

## 6. Κεφάλαιο 6: Συζήτηση

Το παρόν κεφάλαιο ερμηνεύει τα ευρήματα που παρουσιάζονται στο Κεφάλαιο 5 σε σχέση με το θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στα Κεφάλαια 1 έως 3, καθώς και σε σχέση με τον αναθεωρημένο μεθοδολογικό σχεδιασμό που περιγράφεται στο Κεφάλαιο 4. Ακολουθώντας τη λογική της τριγωνοποίησης που περιγράφεται στην Ενότητα 4.7, το κεφάλαιο οργανώνεται γύρω από τα σημεία σύγκλισης και απόκλισης μεταξύ των τριών εμπειρικών πτυχών, προτού στραφεί στις θεωρητικές και πρακτικές επιπτώσεις της μελέτης στο σύνολό της.

### 6.1. Τριγωνοποίηση των τριών αξόνων

Το πιο σαφές σημείο σύγκλισης μεταξύ της συνέντευξης, της ανασκόπησης πεδίου και της συγκριτικής έρευνας αφορά το εννοιολογικό λεξιλόγιο μέσω του οποίου μπορεί να περιγραφεί η σύγχρονη επικοινωνία των μουσείων. Και οι τρεις αυτές πτυχές συγκλίνουν ανεξάρτητα σε έναν μικρό αριθμό επαναλαμβανόμενων επικοινωνιακών ρόλων, συγκεκριμένα: εκπαιδευτής, αφηγητής, εμπορικό σήμα, μεσολαβητής και συμμετοχική πλατφόρμα, καθώς και στην αυξανόμενη διαπερατότητα του ορίου μεταξύ της εμπειρίας επί τόπου και της διαδικτυακής εμπειρίας. Το γεγονός ότι μια μεμονωμένη, καλά τεκμηριωμένη περίπτωση ιδρύματος (το Μουσείο Κοτσανά), ένα ανεξάρτητο σώμα δημοσιευμένης βιβλιογραφίας (η ανασκόπηση) και ένα σκόπιμο επιλεγμένο συγκριτικό δείγμα δεκαέξι μουσείων συγκλίνουν ουσιαστικά στις ίδιες κατηγορίες παρέχει μια αρκετά ισχυρή βάση εμπιστοσύνης σε αυτές τις κατηγορίες ως γνήσια χαρακτηριστικά του σύγχρονου μουσειακού τομέα, και όχι ως τεχνητά δημιουργήματα μιας μεμονωμένης πηγής δεδομένων.

Ένα δεύτερο σημείο σύγκλισης αφορά την υποταγή της τεχνολογίας στην αφήγηση. Η συνέντευξη στο Μουσείο Κοτσανά προσέφερε μια σαφή, σε πρώτο πρόσωπο, διατύπωση αυτής της αρχής, η οποία ήταν εμφανής στην επανειλημμένη επιμονή του συνεντευξιζόμενου ότι η τεχνολογία λειτουργεί για να εξυπηρετήσει την ιστορία που το μουσείο θέλει να αφηγηθεί και όχι ως αντικείμενο επικοινωνίας από μόνη της. Η ανασκόπηση εντόπισε την ίδια αρχή στη θεωρητική βιβλιογραφία για το μετα-ψηφιακό μουσείο (Olsen et al., 2025), όπου η κανονικοποίηση της τεχνολογίας περιγράφεται ως μια μορφή εννοιολογικής αορατότητας. Η συγκριτική έρευνα προσέφερε έμμεση υποστήριξη σε αυτό το μοτίβο: τα μουσεία του δείγματος που φαινόταν, με βάση τις δημόσια παρατηρήσιμες πρακτικές, να διαθέτουν τις πιο συνεκτικές και διακριτές ψηφιακές ταυτότητες (το Μουσείο Κοτσανά, το Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το Rijksmuseum) ήταν επίσης εκείνα των οποίων το ψηφιακό περιεχόμενο φαινόταν να είναι πιο σαφώς οργανωμένο γύρω από μια συνεπή αφήγηση ή επιμελητική φωνή, και όχι γύρω από την καινοτομία της χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας.

Ένα σημείο παραγωγικής απόκλισης, παρά απλής επιβεβαίωσης, αφορά την κλίμακα στην οποία υλοποιείται η συμμετοχική πρακτική. Τόσο η συνέντευξη όσο και η ανασκόπηση πλασιώνουν τη συμμετοχή του κοινού ως κεντρικό, καθοριστικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης επικοινωνίας των μουσείων. Η συγκριτική έρευνα, ωστόσο, υποδηλώνει ότι το βάθος της συμμετοχικής

πρακτικής που παρατηρήθηκε στην πράξη ποικίλλει σημαντικά ανάλογα με την κλίμακα και τους πόρους του ιδρύματος, με αρκετά από τα μικρότερα ελληνικά ιδρύματα του δείγματος να διατηρούν ένα πιο θεσμικά καθοδηγούμενο, μονόδρομο στυλ επικοινωνίας από ό,τι η θεωρητική βιβλιογραφία θα μπορούσε να υποδηλώνει ότι αποτελεί πλέον τον κανόνα. Αν εξεταστούν μεμονωμένα, τα δεδομένα των συνεντεύξεων ενδέχεται να υποδηλώνουν ότι η συμμετοχική πρακτική αποτελεί πλέον ένα σχεδόν καθολικό χαρακτηριστικό της επικοινωνίας των μουσείων· αν όμως εξεταστούν παράλληλα με τη συγκριτική έρευνα, γίνεται σαφέστερο ότι αυτό ισχύει περισσότερο για τα μεγαλύτερα ιδρύματα με καλύτερους πόρους και ότι ο έντονα συμμετοχικός προσανατολισμός του Μουσείου Κοτσανά, παρά τη μέτρια κλίμακά του, αποτελεί ένα πραγματικό στοιχείο διαφοροποίησης και όχι απλώς μια τυπική πρακτική για ένα ίδρυμα του μεγέθους του. Αυτή η απόκλιση αποτελεί από μόνη της ένα αναλυτικά σημαντικό εύρημα, σύμφωνο με τη λογική της τριγωνοποίησης που περιγράφεται στην Ενότητα 4.7, βάσει της οποίας η διαφωνία μεταξύ των πτυχών αντιμετωπίζεται ως ουσιαστική και όχι ως μεθοδολογική αποτυχία.

## 6.2. Η τοποθέτηση του Μουσείου Κοτσανά στο ευρύτερο πλαίσιο

Συνολικά, τα τρία αυτά στοιχεία υποδηλώνουν ότι το Μουσείο Κοτσανά κατέχει μια ξεχωριστή θέση στο ευρύτερο πεδίο της μουσειακής επικοινωνίας: πρόκειται για ένα μικρό, αυτοχρηματοδοτούμενο, μη κρατικό ίδρυμα, του οποίου η ψηφιακή πρακτική -ιδίως όσον αφορά τη συνοχή της αφήγησης, τη συμμετοχή του κοινού και τον σχεδιασμό υβριδικών εμπειριών- μοιάζει περισσότερο με την πρακτική σημαντικά μεγαλύτερων και καλύτερα χρηματοδοτούμενων διεθνών ιδρυμάτων παρά με εκείνη των ελληνικών ιδρυμάτων συγκρίσιμου μεγέθους που περιλαμβάνονται στο συγκριτικό δείγμα. Αυτό συνάδει με τη θεωρητική προσέγγιση, που αναπτύχθηκε στο Κεφάλαιο 1, σχετικά με την «ψηφιακή αυτοπεποίθηση» του μουσείου ως ζήτημα θεσμικής ταυτότητας και στρατηγικής σαφήνειας και όχι απλώς ως ζήτημα οικονομικών ή τεχνολογικών πόρων. Η περιγραφή της ψηφιακής στρατηγικής του μουσείου από το ίδιο το μουσείο, όπως δόθηκε στη συνέντευξη, ως κάτι που αναπτύχθηκε οργανικά από το αντικείμενό του, δηλαδή την ανθρώπινη εφευρετικότητα και την επίλυση τεχνολογικών προβλημάτων, αντί να επιβληθεί ως εξωτερική μεταμόρφωση, προσφέρει μια εύλογη εξήγηση για το γιατί ένας μικρός οργανισμός κατάφερε να επιτύχει ένα επίπεδο αφηγηματικής και συμμετοχικής πολυπλοκότητας που η συγκριτική έρευνα συνδέει, αλλού στο δείγμα, κυρίως με μεγαλύτερους οργανισμούς.

### 6.2.1. Στρατηγική Ανάλυση SWOT (SWOT Analysis) του οργανισμού

Προκειμένου να αποτιμηθεί η θέση του Μουσείου Κοτσανά στο σύγχρονο πολιτιστικό τοπίο και να κατανοηθεί η αποτελεσματικότητα της στρατηγικής του ως δημιουργού περιεχομένου, κρίνεται σκόπιμη η διενέργεια μιας Ανάλυσης SWOT. Η μεθοδολογία αυτή επιτρέπει τη χαρτογράφηση του εσωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού (Δυνάμεις και Αδυναμίες) σε συνάρτηση με τις τάσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος (Ευκαιρίες και Απειλές).

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Εσωτερικό Περιβάλλον</b> | <b>Δυνάμεις (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μοναδικότητα Αντικειμένου (USP): Αποτελεί τον μοναδικό οργανισμό διεθνώς με εξειδίκευση στην πλήρη ανασύνθεση της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας.</li> <li>• Πρωτογενής Έρευνα &amp; Αυθεντικότητα: Όλα τα εκθέματα είναι λειτουργικά ομοιώματα που κατασκευάζονται κατόπιν εγχώριας επιστημονικής μελέτης.</li> <li>• Phygital Ευελιξία: Ισχυρή ψηφιακή υποδομή (Interactive LAB, VR, SearchCulture) που συμπληρώνει τη φυσική εμπειρία.</li> <li>• Δικτύωση &amp; Κινητικότητα (Mobility): Δυνατότητα μεταφοράς περιόδων εκθέσεων παγκοσμίως (από την Ευρώπη έως την Ασία και την Αμερική).</li> </ul> | <b>Αδυναμίες (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιορισμένοι Πόροι: Ως ιδιωτική/μη κερδοσκοπική πρωτοβουλία, στερείται της κρατικής χρηματοδότησης που απολαμβάνουν τα μεγάλα δημόσια μουσεία.</li> <li>• Χωρική Διάσπαση: Η λειτουργία πολλαπλών παραρτημάτων (Αθήνα, Αρχαία Ολυμπία κ.λπ.) αυξάνει τα λειτουργικά κόστη και διασπά τη διοικητική συγκέντρωση.</li> <li>• Αναγνωρισιμότητα σε Σχέση με τα Κλασικά Μουσεία: Ανταγωνίζεται τουριστικά «μεγαθήρια» (π.χ. Μουσείο Ακρόπολης) που ελκύουν τη μάζα του τουριστικού ρεύματος.</li> </ul>                                                                   |
| <b>Εξωτερικό Περιβάλλον</b> | <b>Ευκαιρίες (Opportunities)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Άνοδος της Εκπαίδευσης STEM/STEAM: Η παγκόσμια στροφή της εκπαιδευτικής πολιτικής προς τις θετικές επιστήμες ευνοεί άμεσα τα προγράμματα του μουσείου.</li> <li>• Ψηφιακές Χρηματοδοτήσεις: Ύπαρξη ευρωπαϊκών κονδυλίων (π.χ. Creative Europe, ΕΣΠΑ) για τον περαιτέρω ψηφιακό μετασχηματισμό.</li> <li>• Στρατηγικές Συνέργειες: Δυνατότητα ακαδημαϊκών συμπράξεων με διεθνή Πολυτεχνικά Ιδρύματα και Μουσεία Επιστημών.</li> <li>• Ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού: Η ανάγκη των σύγχρονων ταξιδιωτών για εναλλακτικές, βιωματικές εμπειρίες (niche tourism).</li> </ul>                     | <b>Απειλές (Threats)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οικονομικές &amp; Γεωπολιτικές Κρίσεις: Αστάθεια που επηρεάζει άμεσα τις τουριστικές ροές και τη σχολική επισκεψιμότητα.</li> <li>• Ταχύτατη Τεχνολογική Απαξίωση: Το υψηλό κόστος συντήρησης και διαρκούς αναβάθμισης των VR/AR συστημάτων.</li> <li>• Ψηφιακός Κορεσμός (Digital Fatigue): Ο κίνδυνος κόπωσης του κοινού από την υπερπροσφορά διαδικτυακού περιεχομένου μετά την πανδημική περίοδο.</li> <li>• Ανταγωνισμός από Εμπορικά Centers: Ψυχαγωγικοί πολυχώροι (edutainment centers) που προσφέρουν τεχνολογικές εμπειρίες χωρίς επιστημονικό βάθος.</li> </ul> |

Πίνακας 6-1Μήτρα Στρατηγικής Ανάλυσης SWOT του Μουσείου Κοτσανά

### 6.2.2 Στρατηγική Σύνθεση και Συμπεράσματα

Η ανάλυση της μήτρας SWOT αναδεικνύει ότι η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη του Μουσείου Κοτσανά εξαρτώνται από τη δυναμική αξιοποίηση των Δυνάμεων του για την εξάλειψη των Απειλών (στρατηγική maxi-mini).

Η κριτική αποτίμηση των δεδομένων του Πίνακα 6 αναδεικνύει ότι, η κύρια δύναμη του μουσείου -η μοναδικότητα του πολιτιστικού του προϊόντος (Unique Selling Proposition)- του επιτρέπει να διαφοροποιηθεί πλήρως από τον κλασικό αρχαιολογικό ανταγωνισμό. Ενώ τα μεγάλα δημόσια μουσεία εστιάζουν στην αισθητική και ιστορική αξία των αρχαιοτήτων, το Μουσείο Κοτσανά καταλαμβάνει μια ξεχωριστή θέση στην αγορά (market niche) συνδέοντας την αρχαιότητα με την καινοτομία και την εκπαίδευση STEAM.

Στον ψηφιακό τομέα, οι Ευκαιρίες που προσφέρουν τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά πλαίσια μπορούν να λειτουργήσουν ως αντίβαρο στην Αδυναμία των περιορισμένων ιδίων πόρων. Επενδύοντας σε scalable (κλιμακούμενες) ψηφιακές πλατφόρμες (όπως τα digital walkthroughs), ο οργανισμός μπορεί να παράγει έσοδα και να προσεγγίζει κοινά μακράν των γεωγραφικών και χωρικών περιορισμών των φυσικών του εγκαταστάσεων.

Τέλος, η απειλή του ψηφιακού κορεσμού αντιμετωπίζεται αποτελεσματικά μέσω της ποιοτικής αυθεντικότητας των ψηφιακών του εφαρμογών. Καθώς το ψηφιακό περιεχόμενο του μουσείου δεν αποτελεί ένα επιφανειακό εργαλείο μάρκετινγκ, αλλά προϊόν πρωτογενούς επιστημονικής έρευνας, διατηρεί την ακαδημαϊκή του αξία, προσελκύοντας σταθερά την εκπαιδευτική και ερευνητική κοινότητα σε διεθνές επίπεδο.

### 6.3. Θεωρητικές επιπτώσεις

Τα ευρήματα υποστηρίζουν και διευρύνουν αρκετές από τις θεωρητικές έννοιες που αναπτύχθηκαν στα Κεφάλαια 1 έως 3. Πρώτον, η έννοια της «ψηφιακής αυτοπεποίθησης» -η οποία νοείται ως η ικανότητα ενός πολιτιστικού ιδρύματος να αντιμετωπίζει την ψηφιακή επικοινωνία ως συστατικό στοιχείο της ταυτότητάς του και όχι ως δευτερεύουσα λειτουργία- τεκμηριώνεται εμπειρικά από την περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά και βρίσκει ευρύτερη συγκριτική απήχηση μεταξύ των μεγαλύτερων ιδρυμάτων του δείγματος της έρευνας. Δεύτερον, η έννοια του μετα-ψηφιακού μουσείου, στο οποίο ο ρόλος της τεχνολογίας καθίσταται εννοιολογικά αόρατος, αντανakλάται άμεσα στην ίδια την περιγραφή του μουσείου σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζει τις ψηφιακές εφαρμογές και προσφέρει ένα χρήσιμο πρίσμα για την εξήγηση του γιατί ορισμένοι φορείς στο συγκριτικό δείγμα προβάλλουν μια πιο συνεκτική ψηφιακή ταυτότητα σε σύγκριση με άλλους που διαθέτουν συγκρίσιμους πόρους. Τρίτον, το πλαίσιο του συμμετοχικού μουσείου (Simon, 2010) επιβεβαιώνεται ως θεωρητικά κεντρικό αλλά εμπειρικά άνισο στην υλοποίησή του, μια λεπτή διαφορά που η προσθήκη της συγκριτικής έρευνας στον αρχικό σχεδιασμό της μεμονωμένης συνέντευξης επέτρεψε στην παρούσα διατριβή να εντοπίσει, κάτι που ένας σχεδιασμός βασισμένος αποκλειστικά στη συνέντευξη δεν θα μπορούσε να επιτύχει.

### 6.4. Πρακτικές και διαχειριστικές επιπτώσεις

Για τους επαγγελματίες του μουσειακού χώρου, και ιδίως για τα διοικητικά στελέχη μικρών, ανεξάρτητων ή μη κρατικά επιχορηγούμενων πολιτιστικών οργανισμών, τα ευρήματα της παρούσας μελέτης προσφέρουν σημαντικές στρατηγικές κατευθύνσεις (managerial implications). Συγκεκριμένα, τεκμηριώνεται ότι μια σαφώς οριοθετημένη και συνεκτική αφηγηματική ταυτότητα (brand narrative identity), η οποία εφαρμόζεται με συστηματικότητα στο σύνολο των ψηφιακών καναλιών, δύναται να λειτουργήσει ως αντισταθμιστικός παράγοντας (compensatory factor) έναντι της έλλειψης εκτεταμένων οικονομικών και ανθρώπινων πόρων που χαρακτηρίζει τα ιδρύματα υπερτοπικής κλίμακας. Η εφαρμοσμένη πολιτική του Μουσείου Κοτσανά προσφέρει ένα υποδειγματικό μοντέλο προς αυτή την κατεύθυνση. Ο οργανισμός αντιμετωπίζει κάθε ψηφιακή εφαρμογή και πλατφόρμα όχι ως αυτοσκοπό, αλλά ως διαμεσολαβητικό αγωγό για τη διάχυση ενός ενιαίου, υποκείμενου αφηγηματικού άξονα (core underlying story), ο οποίος επικεντρώνεται στην ιστορική εξέλιξη της ανθρώπινης εφευρετικότητας. Αποφεύγοντας τον κίνδυνο του ψηφιακού κατακερματισμού -δηλαδή μιας πολυσυλλεκτικής αλλά επιφανειακής παρουσίας σε κάθε αναδυόμενο τεχνολογικό μέσο- το Μουσείο Κοτσανά επιτυγχάνει ένα υψηλό επίπεδο δομικής συνοχής και ουσιαστικής δέσμευσης

του κοινού (audience engagement). Η οργανική αυτή σύνδεση, όπως καταδεικνύει η συγκριτική ανάλυση των δεδομένων, προσιδιάζει σε στρατηγικές που υιοθετούνται κατά κανόνα από διεθνείς οργανισμούς με πολλαπλάσιους προϋπολογισμούς. Για τους πολιτιστικούς φορείς που επιδιώκουν τη βελτιστοποίηση των ψηφιακών τους πρακτικών, η διαπίστωση αυτή μετατοπίζει το κέντρο βάρους από την απλή εισροή κεφαλαίων στην ποιοτική στρατηγική σχεδίαση.

Υποδηλώνεται, επομένως, ότι η στρατηγική σαφήνεια (strategic clarity) αναφορικά με την ταυτότητα του ιδρύματος και τον επιμελητικό-αφηγηματικό του σκοπό (curatorial purpose) αποτελεί έναν σαφώς πιο αποτελεσματικό και άμεσα αξιοποιήσιμο μοχλό ανάπτυξης από την άκριτη επιδίωξη πρόσθετων οικονομικών πόρων ή την επιδερμική υιοθέτηση τεχνολογιών αιχμής. Η εστίαση στο περιεχόμενο και το νόημα αναδεικνύεται, συνεπώς, σε κύριο εργαλείο ψηφιακής βιωσιμότητας και εξωστρέφειας για τα μουσεία μικρής και μεσαίας κλίμακας.

## 6.5. Περίληψη κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιήθηκε η συνθετική προσέγγιση των ευρημάτων που προέκυψαν από τη διεξαγωγή των ποιοτικών συνεντεύξεων, τη βιβλιογραφική ανασκόπηση και τη συγκριτική ανάλυση του δείγματος των δεκαέξι μουσείων. Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων επιστρατεύθηκε η μεθοδολογική προσέγγιση της τριγωνοποίησης (data triangulation), όπως αυτή ορίστηκε αναλυτικά στο Κεφάλαιο 4, με αντικειμενικό σκοπό τη διασταύρωση των δεδομένων και τον εντοπισμό τόσο των σημείων εννοιολογικής σύγκλισης όσο και των παραγωγικών αποκλίσεων.

Αναφορικά με τις συγκλίσεις, τα δεδομένα καταδεικνύουν μια κοινή παραδοχή γύρω από το εννοιολογικό λεξιλόγιο των επικοινωνιακών ρόλων των μουσείων, καθώς και μια ομόφωνη τάση υπαγωγής των τεχνολογικών εργαλείων στην υπηρεσία της αφήγησης (narrative-driven technology). Στον αντίποδα, οι αποκλίσεις εντοπίζονται πρωτίστως στην ασύμμετρη και άνιση εφαρμογή των συμμετοχικών πρακτικών, η οποία συναρτάται άμεσα με το μέγεθος και την κλίμακα των υπό εξέταση ιδρυμάτων.

Μέσα σε αυτό το ερευνητικό πλαίσιο, τα ευρήματα αναδεικνύουν το Μουσείο Κοτσανά ως μια διακριτή μελέτη περίπτωσης (singular case study) στο σύγχρονο μουσειακό πεδίο. Η ψηφιακή του στρατηγική, παρά τους περιορισμούς που επιβάλλει η μεσαία κλίμακα του οργανισμού, επιδεικνύει μια αξιοσημείωτη σύγκλιση με τα συμμετοχικά και υβριδικά πρότυπα που χαρακτηρίζουν τους μεγαλύτερους, διεθνώς αναγνωρισμένους οργανισμούς.

Καταληκτικά, το επόμενο κεφάλαιο συνιστά τον επίλογο της παρούσας διατριβής, προχωρώντας στη συνολική αποτίμηση της επιστημονικής της συνεισφοράς, στην κριτική επανεξέταση των μεθοδολογικών της περιορισμών και στη διατύπωση τεκμηριωμένων προτάσεων για τη διεξαγωγή μελλοντικής έρευνας στο πεδίο της Ψηφιακής Μουσειολογίας.

## 7. Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα

### 7.1. Περίληψη της μελέτης

Σκοπός της παρούσας διατριβής ήταν να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο τα μουσεία λειτουργούν ως δημιουργοί πολιτιστικού περιεχομένου στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, χρησιμοποιώντας ως κεντρική περίπτωση το Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας «Κοτσανά». Μετά από ουσιαστική αναθεώρηση του αρχικού ερευνητικού σχεδιασμού, η οποία επιβλήθηκε λόγω πρακτικών περιορισμών στην πρόσβαση για τη διεξαγωγή συνεντεύξεων, η μελέτη υιοθέτησε μια τριγωνική μεθοδολογία που συνδύαζε μια ημιδομημένη συνέντευξη με το Μουσείο Κοτσανά, μια ανασκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας σχετικά με την επικοινωνία των μουσείων, καθώς και μια συγκριτική έρευνα σε δεκαέξι ελληνικά και διεθνή μουσεία που επιλέχθηκαν σκόπιμα. Ο συνδυασμός αυτός επέτρεψε στη διατριβή να διατηρήσει το ερμηνευτικό βάθος μιας μεμονωμένης, πλούσια τεκμηριωμένης θεσμικής περίπτωσης, ενώ παράλληλα ενίσχυσε σημαντικά το εμπειρικό εύρος και τη συγκριτική της βάση.

### 7.2. Σύνοψη των βασικών ευρημάτων

Από την παρούσα ερευνητική διαδικασία αποσταζόμενα προκύπτουν τρία θεμελιώδη συμπεράσματα, τα οποία εμπλουτίζουν τον επιστημονικό διάλογο στο πεδίο της Ψηφιακής Μουσειολογίας. Πρώτον, το Μουσείο Κοτσανά νοηματοδοτεί και εφαρμόζει την ψηφιακή του επικοινωνία ως οργανικό και συστατικό στοιχείο της θεσμικής του ταυτότητας. Οργανώνεται, κατ' αυτόν τον τρόπο, ως ένας δυναμικός παραγωγός και δημιουργός πρωτογενούς πολιτιστικού περιεχομένου και όχι ως ένας παθητικός θεματοφύλακας υλικών τεκμηρίων. Η προσέγγιση αυτή τοποθετεί τη συμμετοχή του κοινού στον σκληρό πυρήνα και όχι στην περιφέρεια της επικοινωνιακής του στρατηγικής.

Δεύτερον, η συστηματική ανασκόπηση του πεδίου επιβεβαίωσε την εγκυρότητα και την υψηλή εννοιολογική αξιοπιστία των κατηγοριών που επιστρατεύθηκαν στην παρούσα διατριβή. Ειδικότερα, οι επικοινωνιακοί ρόλοι, τα ψηφιακά κανάλια, ο σχεδιασμός υβριδικών εμπειριών και η συμμετοχική πρακτική τεκμηριώνονται ως έννοιες βαθύτατα εδραιωμένες τόσο στη διεθνή όσο και στην ελληνική βιβλιογραφία. Ως εκ τούτου, το θεωρητικό αυτό μοντέλο στερείται αποσπασματικότητας και διαθέτει ευρύτερη αναλυτική ισχύ που ξεπερνά τα όρια της συγκεκριμένης μελέτης.

Τρίτον, η συγκριτική ανάλυση ανέδειξε ότι η ψηφιακή πρακτική του Μουσείου Κοτσανά ευθυγραμμίζεται δομικά με τα πρότυπα λειτουργίας και εξωστρέφειας μεγάλων, διεθνώς αναγνωρισμένων ιδρυμάτων. Η σύγκλιση αυτή επιτυγχάνεται παρά τη σημαντικά μικρότερη κλίμακά του και την πλήρη απουσία κρατικής χρηματοδότησης, διαφοροποιώντας το αισθητά από τις αντίστοιχες πρακτικές εγχώριων μουσείων συγκρίσιμου μεγέθους. Η υπεροχή αυτή εντοπίζεται πρωτίστως στη στιβαρή συνοχή της αφήγησης, στον καινοτόμο σχεδιασμό

υβριδικών εμπειριών και στην επίτευξη ουσιαστικής δέσμευσης του κοινού (audience engagement).

Καταληκτικά, το επόμενο κεφάλαιο συνιστά τον επίλογο της παρούσας διατριβής. Στο πλαίσιο αυτό, επιχειρείται η συνολική αποτίμηση της επιστημονικής της συνεισφοράς, η κριτική επανεξέταση των μεθοδολογικών της περιορισμών, καθώς και η διατύπωση τεκμηριωμένων προτάσεων για τη διεξαγωγή μελλοντικής έρευνας στο πεδίο των ψηφιακών πολιτισμικών σπουδών.

### 7.3. Συμβολή στη γνώση

Η παρούσα διατριβή συμβάλλει ουσιαστικά στην υφιστάμενη βιβλιογραφία που αφορά την επικοινωνία των μουσείων, αναπτύσσοντας τη συνεισφορά της σε τρεις διακριτούς άξονες. Από εμπειρική άποψη, προσφέρει μια εκτενώς τεκμηριωμένη και μεθοδολογικά τριγωνοποιημένη μελέτη περίπτωσης αναφορικά με τη στρατηγική ψηφιακής επικοινωνίας ενός μικρού, ανεξάρτητου και μη κρατικά επιχορηγούμενου μουσείου. Ο συγκεκριμένος τύπος οργανισμού παραμένει συγκριτικά υποεκπροσωπημένος στο σύγχρονο ερευνητικό πεδίο, καθώς η πλειονότητα των δημοσιευμένων μελετών επικεντρώνεται κατά κανόνα σε ιδρύματα υπερτοπικής κλίμακας που διαθέτουν πλεόνασμα πόρων.

Από μεθοδολογική σκοπιά, η παρούσα μελέτη καταδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα μιας μεμονωμένης, πλην όμως σε βάθος δομημένης συνέντευξης δύνανται να αξιοποιηθούν με επιστημονική αυστηρότητα και υπευθυνότητα. Μέσα από τη συμπληρωματική ενσωμάτωση μιας ανασκόπησης πεδίου και μιας συγκριτικής ανάλυσης, η αρχική αυτή πηγή επανατοποθετείται ως κεντρική μελέτη περίπτωσης στο πλαίσιο ενός ευρύτερου τριγωνικού σχεδιασμού έρευνας (triangulated research design). Η προσέγγιση αυτή προτείνει ένα έγκυρο και μεταβιβάσιμο μοντέλο (transferable model) για μελλοντικές μεταπτυχιακές έρευνες που έρχονται αντιμέτωπες με παρόμοιους πρακτικούς περιορισμούς ως προς την πρόσβαση σε πρωτογενείς πηγές και συνεντεύξεις.

Από θεωρητική άποψη, η διατριβή παρέχει ισχυρή εμπειρική υποστήριξη σε σύγχρονες έννοιες όπως η ψηφιακή εμπιστοσύνη, το μετα-ψηφιακό μουσείο (post-digital museum) και το συμμετοχικό μουσείο, αντλώντας δεδομένα από έναν φορέα που λειτουργεί εκτός του προνομιακού και οικονομικά εύρωστου πυρήνα του διεθνούς μουσειακού τομέα. Παράλληλα, εισάγει κριτικές παραμέτρους στο θεωρητικό πλαίσιο του συμμετοχικού μουσείου, τεκμηριώνοντας ότι η πρακτική εφαρμογή και η εξέλιξή του διαφοροποιούνται ριζικά ανάλογα με το μέγεθος, την κλίμακα και τους διαθέσιμους πόρους του εκάστοτε πολιτιστικού οργανισμού.

## 7.4. Περιορισμοί

Όπως αναλύεται λεπτομερώς στην Ενότητα 4.11, η παρούσα έρευνα υπόκειται σε διάφορους περιορισμούς, τους οποίους πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη κατά την ερμηνεία των ευρημάτων της. Ο ποιοτικός και σκοπιμολογικός χαρακτήρας τόσο της συνέντευξης όσο και της συγκριτικής έρευνας σημαίνει ότι τα ευρήματα δεν μπορούν να γενικευθούν στατιστικά στον ευρύτερο πληθυσμό των μουσείων. Το σκέλος των συνεντεύξεων εξακολουθεί να βασίζεται στην οπτική ενός και μόνο βασικού πληροφοριοδότη από ένα μόνο ίδρυμα. Η συγκριτική έρευνα βασίζεται αποκλειστικά σε υλικό που είναι προσβάσιμο στο κοινό και, ως εκ τούτου, δεν μπορεί να αποκαλύψει τις εσωτερικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων ή τη μετρήσιμη αποτελεσματικότητα των μουσείων που εξετάστηκαν. Αυτοί οι περιορισμοί δεν υπονομεύουν την αναλυτική αξία των ευρημάτων, αλλά καθορίζουν το πλαίσιο εντός του οποίου πρέπει να ερμηνεύονται.

## 7.5. Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Στη βάση των προαναφερθέντων περιορισμών, διαμορφώνονται τρεις κεντρικοί άξονες για τη διεξαγωγή μελλοντικής επιστημονικής έρευνας. Πρώτον, κρίνεται σκόπιμο οι μελλοντικές μελέτες να επεκτείνουν το πεδίο των ποιοτικών συνεντεύξεων του υφιστάμενου ερευνητικού σχεδιασμού. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε με τη συμπερίληψη επιπλέον στελεχών από το ανθρώπινο δυναμικό του Μουσείου Κοτσανά είτε με τη διεξαγωγή αντίστοιχων ημι-δομημένων συνεντεύξεων σε ένα επιλεγμένο υποσύνολο των μουσείων που συμμετείχαν στη συγκριτική ανάλυση. Μια τέτοια προσέγγιση θα συμβάλει στη διαμόρφωση μιας πληρέστερης και πολυδιάστατης αποτύπωσης των μηχανισμών λήψης αποφάσεων (decision-making processes) σε ανώτερο θεσμικό επίπεδο.

Δεύτερον, οι μελλοντικές ερευνητικές προσπάθειες θα μπορούσαν να ενσωματώσουν μεθοδολογικά εργαλεία επικεντρωμένα στον τελικό χρήστη, όπως ποσοτικές έρευνες επισκεπτών ή ποιοτικές ομάδες εστίασης (focus groups). Η προσθήκη αυτή κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να αξιολογηθεί εάν οι συμμετοχικές προθέσεις και οι στρατηγικές επιδιώξεις, όπως αυτές εκφράστηκαν από τη διοίκηση των μουσείων στην παρούσα μελέτη, προσλαμβάνονται και βιώνονται ως τέτοιες από το ίδιο το κοινό στο οποίο απευθύνονται.

Τρίτον, δεδομένου ότι η παρούσα διατριβή βασίστηκε αποκλειστικά σε ψηφιακό περιεχόμενο που είναι προσβάσιμο στο ευρύ κοινό, οι μελλοντικοί ερευνητές θα μπορούσαν να επιδιώξουν προνομιακή πρόσβαση στα εσωτερικά αναλυτικά δεδομένα των ψηφιακών πλατφορμών (platform analytics). Η χρήση τέτοιων δεδομένων θα επιτρέψει τη μέτρηση της πραγματικής και αντικειμενικής αποτελεσματικότητας των επικοινωνιακών στρατηγικών που καταγράφηκαν. Με τον τρόπο αυτό, τα παρατηρησιακά ευρήματα της παρούσας διατριβής, τα οποία βασίστηκαν στη μελέτη της πρακτικής των μουσείων, θα συμπληρωθούν με αξιόπιστα ποσοτικά στοιχεία σχετικά με την ψηφιακή εμβέλεια (reach) και τη μετρήσιμη εμπλοκή του κοινού (analytics-driven engagement).

## 7.6. Τελικές παρατηρήσεις: Η ιδιομορφία του Μουσείου Κοτσανά ως πρότυπο ψηφιακής αυτοπεποίθησης

Το Μουσείο Κοτσανά Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας παρουσιάζεται -και, όπως τεκμηριώνεται από τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, λειτουργεί επιχειρησιακά- ως ένας οργανισμός του οποίου ο θεματικός πυρήνας, δηλαδή η ανθρώπινη εφευρετικότητα και η τεχνολογική επίλυση προβλημάτων, αντικατοπτρίζεται αναλογικά στην ίδια του τη στρατηγική προσέγγιση για την ψηφιακή επικοινωνία. Η προσέγγιση αυτή χαρακτηρίζεται από ρεαλισμό, εστιάζει στην αφηγηματική συγκρότηση και προσανατολίζεται σταθερά στη μετατροπή των τεχνολογικών εργαλείων σε διαμεσολαβητική γέφυρα μεταξύ του ιστορικού παρελθόντος και της σύγχρονης πραγματικότητας, αποφεύγοντας τον κίνδυνο της τεχνολογικής αυτοαναφορικότητας. Η παρούσα διατριβή κατέδειξε ότι, παρά το γεγονός ότι ο οργανισμός λειτουργεί χωρίς κρατική επιχορήγηση και σε σημαντικά μικρότερη κλίμακα σε σχέση με τους διεθνείς θεσμούς που εξετάστηκαν στη συγκριτική ανάλυση, η ψηφιακή επικοινωνιακή του πρακτική συγκρίνεται ευνοϊκά με εκείνη των μεγαλύτερων ιδρυμάτων, ιδίως ως προς τη διαχείριση της συμμετοχής του κοινού και τον σχεδιασμό πολυεπίπεδων υβριδικών εμπειριών. Υπό αυτή την έννοια, η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά εισάγει μια πολύτιμη θεωρητική και εμπειρική διόρθωση (corrective lens) στην υφιστάμενη βιβλιογραφία για την επικοινωνία των μουσείων, η οποία, μέχρι σήμερα, έχει εστιάσει προνομιακά στις πολιτικές των μεγάλων και οικονομικά εύρωστων οργανισμών.

Συμπερασματικά, αποδεικνύεται ότι η ψηφιακή αυτοπεποίθηση (digital confidence), όπως αυτή θεωρητικοποιείται στην παρούσα διατριβή, αποτελεί πρωτίστως ζήτημα συγκρότησης θεσμικής ταυτότητας και αφηγηματικής σαφήνειας (narrative clarity), παρά μια γραμμική συνάρτηση του μεγέθους, της κλίμακας ή των διαθέσιμων οικονομικών πόρων.

## 7.8. Επίλογος

Συμπερασματικά, η παρούσα έρευνα απαντά ευθέως στο κεντρικό ζητούμενο που θέτει ο τίτλος της, τεκμηριώνοντας έμπρακτα ότι η θέση «Τα μουσεία ως πολιτιστικοί δημιουργοί περιεχομένου: Σύγχρονες προσεγγίσεις στην πολιτιστική επικοινωνία» έχει επιτευχθεί πλήρως. Η τριγωνοποίηση των δεδομένων της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, της συγκριτικής ανάλυσης των δεκαέξι μουσείων και της μελέτης περίπτωσης του Μουσείου Κοτσανά αποδεικνύει ότι ο σύγχρονος μουσειακός οργανισμός έχει μετατοπιστεί οριστικά από το παραδοσιακό μοντέλο του παθητικού θεματοφύλακα. Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι η ιδιότητα του δημιουργού πρωτογενούς πολιτιστικού περιεχομένου πραγματώνεται μέσα από την ανάπτυξη μιας δομικής ψηφιακής αυτοπεποίθησης (digital confidence), η οποία επιτρέπει τη μετατροπή της επιφανειακής αλληλεπίδρασης (engagement rates και reach) σε μια ουσιαστική, βιωματική σχέση με τη γνώση. Η περίπτωση του Μουσείου Κοτσανά επαληθεύει ότι η παραγωγή πρωτογενούς περιεχομένου είναι εφικτή ακόμη και σε μεσαίας κλίμακας οργανισμούς, όταν αυτοί διαθέτουν αφηγηματική σαφήνεια και εντάσσονται οργανικά σε ευρωπαϊκά δίκτυα, όπως τεκμηριώνεται από τη σύνδεσή του με την Europeana και την εφαρμογή των Generic Learning Outcomes (GLOs).

Το μέλλον του μουσειακού θεσμού ως δημιουργού περιεχομένου διαγράφεται έντονα υβριδικό (phygital) και πολυκαναλικό. Η ενσωμάτωση αναδυόμενων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νοημοσύνη (AI) και τα συστήματα εμπύθισης (VR/AR), θα επιτρέψει τη διαμόρφωση εξατομικευμένων μουσειακών εμπειριών σε πραγματικό χρόνο, καταργώντας τους

παραδοσιακούς γεωγραφικούς και χωρικούς περιορισμούς. Στη μετα-ψηφιακή αυτή συνθήκη, η φυσική και η διαδικτυακή παρουσία δεν θα λειτουργούν ανταγωνιστικά, αλλά θα συντίθενται σε μια ενιαία, συνεχή «διαδρομή επισκέπτη» (visitor journey), η οποία θα εκτείνεται πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το πέρας της επίσκεψης, επιτρέποντας στο μουσείο να παράγει διαρκώς νέα πολιτιστική αξία.

Εν κατακλείδι, η επιστημονική επαλήθευση της κεντρικής θέσης της εργασίας, αναδεικνύει ότι η κυριότερη πρόκληση για το μουσείο του μέλλοντος δεν έγκειται στον τεχνολογικό εντυπωσιασμό, αλλά στη διατήρηση της επιστημονικής εγκυρότητας και της ανθρωποκεντρικής προσέγγισης. Η τεχνολογία οφείλει να παραμείνει ένας διαφανής διαμεσολαβητής στην υπηρεσία της αφήγησης (story-first, tech-second), με απώτερο σκοπό τον εκδημοκρατισμό της γνώσης και τη συμπερίληψη. Όπως κατέδειξε η μελέτη του Μουσείου Κοτσανά, όταν η ιστορική έρευνα συναντά τη στρατηγική ψηφιακή σχεδίαση, ο ρόλος του μουσείου ως αυτόνομου πολιτιστικού δημιουργού εδραιώνεται, μετατρέποντας την πολιτιστική κληρονομιά σε μια ζωντανή, παγκόσμια πηγή έμπνευσης, μάθησης και κοινωνικού αναστοχασμού.

## Ξενόγλωση βιβλιογραφία

- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: From onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 362–372.
- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2021). New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery. *Public Money & Management*, 41(1), 69–72.
- Alotaibi, J. (2026). Digital communication in Middle East cultural institutions: Developing a theoretical framework for the use of digital platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, 13, Article 51. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-06345-y>
- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8(1), 19–32.
- Baradaran Rahimi, F., Boyd, J. E., Eiserman, J. R., Levy, R. M., & Kim, B. (2022). Museum beyond physical walls: An exploration of virtual reality-enhanced experience in an exhibition-like space. *Virtual Reality*, 26(4), 1471–1488.
- Bedford, L. (2001). Storytelling: The real work of museums. *Curator: The Museum Journal*, 44(1), 27–34. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2001.tb00027.x>
- Biers, T., & Clary, K. S. (Eds.). (2024). *The Routledge handbook of museums, heritage, and death*. Routledge.
- Bounia, A. (2021). A short history of museology in Greece: 1930s–2000s. *Theory of Museology*, 267.
- Bounia, A., & Catapoti, D. (Eds.). (2022). *Emerging technologies and cultural heritage. Alexandria*. [In Greek]
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.). (2007). *Theorizing digital cultural heritage*. MIT Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Castro, D. D. (2022). *How museums reshape audience engagement through social media marketing*. Fashion Institute of Technology, State University of New York.
- Chariatte, J. (2024). Castells (2009): *Communication power*. In *Schlüsselwerke für die strategische Kommunikationsforschung* (pp. 137–148). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). SAGE.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Drotner, K., Dziekan, V., Parry, R., & Schröder, K. C. (Eds.). (2018). *The Routledge handbook of museums, media and communication*. Routledge.
- Economou, M. (2007). A world of interactive exhibits. In P. F. Marty & B. K. Jones (Eds.), *Museum informatics: People, information, and technology in museums* (pp. 137–156). Routledge.
- Europeana Foundation. (2021). *Discover the Europeana Impact Playbook*. Data Space for Cultural Heritage. [dataspace-culturalheritage.eu](https://dataspace-culturalheritage.eu)
- Europeana PRO. (n.d.). *Impact Framework*. Ανακτήθηκε 17 Σεπτεμβρίου 2026, από [europeana.eu](https://europeana.eu)
- Falk, J. H. (2016). *Identity and the museum visitor experience*. Routledge.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The museum experience revisited*. Routledge.

- Filippoupoliti, A. (Ed.). (2010). Science exhibitions: Communication and evaluation. MuseumsEtc.
- Florida, R. (2002). The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life. Basic Books.
- Florida, R. (2019). The rise of the creative class. Basic Books.
- Foroughi, M., de Andrade, B., & Roders, A. P. (2023). Capturing public voices: The role of social media in heritage management. *Habitat International*, 142, 102934.
- Gee, J. P. (2014). An introduction to discourse analysis: Theory and method (4th ed.). Routledge.
- Gee, J. P. (2025). An introduction to discourse analysis: Theory and method. Routledge.
- Giaccardi, E. (Ed.). (2012). Heritage and social media: Understanding heritage in a participatory culture. Routledge.
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (2022). Museums and digital culture: From reality to digitality in the age of COVID-19. *Heritage*, 5(1), 192–214.
- Giannini, T., & Bowen, J. P. (Eds.). (2019). Museums and digital culture: New perspectives and research. Springer.
- Gireesh Kumar, T. K. (2024). Identification, documentation and promotion of cultural heritage: Problems and prospects in the Indian context. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 14(6), 950–962.
- Gkouvatsou, G. (2021). *Europeana learning scenario: "My Europe, My festive costume"*. Teaching with Europeana.  
[https://teachwitheuropeana.eun.org/files/2021/07/Europeana\\_LS\\_Gkouvatsoul.pdf](https://teachwitheuropeana.eun.org/files/2021/07/Europeana_LS_Gkouvatsoul.pdf)
- Group for Education in Museums [GEM]. (2026). *Generic Learning Outcomes Framework*. gem.org.uk
- Hooper-Greenhill, E. (1992). Museums and the shaping of knowledge. Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). Museums and the interpretation of visual culture. Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and education: Purpose, pedagogy, performance*. Routledge.
- Hutson, J. (2024). Digital cultural heritage preservation. In *Art and culture in the multiverse of metaverses: Immersion, presence, and interactivity in the digital age* (pp. 99–141). Springer Nature Switzerland.
- ICOM. (2022). Museum definition. International Council of Museums.  
<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
- Inghilleri, M. (2023). Sociological approaches. In *The Routledge handbook of translation theory and concepts* (pp. 241–262). Routledge.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Khalil, H., Campbell, F., Danial, K., Pollock, D., Munn, Z., Welsh, V., ... Tricco, A. C. (2024). Advancing the methodology of mapping reviews: A scoping review. *Research Synthesis Methods*, 15(3), 384–397.
- Kidd, J. (2014a). Museums in the new mediascape: Transmedia, participation, ethics. Ashgate.
- Kidd, J. (2014b). Representation, cultural value and the museum: Creative and digital century. Routledge.
- Koster, E. H. (2006). The relevant museum: A reflection on sustainability. In G. Anderson (Ed.), *Reinventing the museum: The evolving conversation on the paradigm shift* (pp. 197–211). AltaMira Press.
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.
- Krippendorff, K. (2004). Content analysis: An introduction to its methodology (2nd ed.). SAGE.
- Marty, P. F. (2007). Museum websites and museum visitors: Before and after the museum visit. *Museum Management and Curatorship*, 22(4), 337–360.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. Routledge.
- Mello Vasconcellos, C. de, & Suárez Mira, D. F. (2020). The Maré Museum: The new social museology from a critical perspective. *Intervención*, 11(21), 185–211. <https://doi.org/10.30763/intervencion.227.v1n21.06.2020>
- Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical Research Methodology*, 18, Article 143. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
- MuseumNext. (2021). Survey: Effect of COVID-19 pandemic on museums? MuseumNext Blog. <https://www.museumnext.com/article/survey-effect-of-covid-19-pandemic-on-museums/>
- Kotsanas Museum of Ancient Greek Technology. (2026). *Live Virtual Tour - Museum of Ancient Greek Technology* [Video]. Facebook. <https://www.facebook.com/KotsanasMuseumOfAncientGreekTechnology/videos/walkthrough/592848078339191/>
- Kotsanas Museum of Ancient Greek Technology. (2023). *Kotsanas Museum of Ancient Greek Technology Replicas* [Video]. YouTube. [youtube.com](https://www.youtube.com)
- Navarrete, T. (2019). Digital heritage tourism: Innovations in museums. *World Leisure Journal*, 61(3), 200–215.
- Navarrete, T. (2021). Digital transformation in museums. *Museum Management and Curatorship*, 36(3), 231–248.
- Nikonanou, N., & Bounia, A. (2014). Digital applications in museums: An analysis from a museum education perspective. In C. Karagiannidis, P. Politis, & I. Karasavvidis (Eds.), *Research on e-learning and ICT in education* (pp. 185–197). Springer.
- Olsen, K., Lauridsen, K., Paldam, E., & Holdgaard, N. (2025). Shaping minds through modelling: A novel experimental approach in the museum.
- Parry, R. (2007). *Recoding the museum: Digital heritage and the technologies of change*. Routledge.
- Parry, R. (Ed.). (2013). *Museums in a digital age*. Routledge.
- Parry, R., Dziekan, V., & de Wild, K. (Eds.). (2025). *Museums and digital confidence: Organisation, collection, interface*. Routledge.
- Parsehyan, B. G. (2020). Digital transformation in museum management: The usage of information and communication technologies.
- Peters, M. D. J., Godfrey, C., McInerney, P., Munn, Z., Tricco, A. C., & Khalil, H. (2020). Chapter 11: Scoping reviews. In E. Aromataris & Z. Munn (Eds.), *JBIM manual for evidence synthesis*. JBI. <https://doi.org/10.46658/JBIMES-20-12>
- Poth, C. N. (2023). *The SAGE handbook of mixed methods research design*. SAGE.
- Povroznik, N. (2024). Museums' digital identity: Key components. *Internet Histories*, 8(1–2), 153–168.
- Priporas, C.-V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374–381.
- Rogers, R. (2013). *Digital methods*. MIT Press.
- Samaroudi, M., Echavarria, K. R., & Perry, L. (2020). Heritage in lockdown: Digital provision of memory institutions in the UK and US of America during the COVID-19 pandemic. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 337–361.
- Schweibenz, W. (2019). The virtual museum: An overview of its origins, concepts, and terminology. *The Museum Review*, 4(1), 1–29.
- Scott, C. A. (Ed.). (2013). *Museums and public value: Creating sustainable futures*. Ashgate.

- SearchCulture.gr. (χ.χ.). Ψηφιακές συλλογές Μουσείου Κοτσανά Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου (ΕΚΤ). Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2026, από [searchculture.gr](http://searchculture.gr)
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). Generation Z goes to college. Jossey-Bass.
- Simon, N. (2010). The participatory museum. Museum 2.0.
- Somniacs SA. (2025). Birdly VR: Fully Immersive Virtual Reality Flight Simulator (Serial Edition) [Σύστημα εξομοίωσης εικονικής πραγματικότητας και λογισμικό]. Zurich, Switzerland. Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2026, από <https://birdlyvr.com/>
- Stake, R. E. (1995). The art of case study research. SAGE.
- Szwydky, L. L. (2023). CODA: Transmedia cultural history, convergence culture, and the future of adaptation studies. In *Adaptation before cinema: Literary and visual convergence from antiquity through the nineteenth century* (pp. 283–303). Springer International Publishing.
- Sylaïou, S., & Fidas, C. (2021). Virtual reality and its application in cultural heritage. *Applied Sciences*, 11(4), Article 1530. doi.org
- Tallon, L., & Walker, K. (Eds.). (2008). Digital technologies and the museum experience: Handheld guides and other media. AltaMira Press.
- Tight, M. (2022). Designing case studies. In *The SAGE handbook of qualitative research design* (Vol. 2, pp. 399–413). SAGE.
- Toffler, A. (1981). The third wave. Bantam Books.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K. K., Colquhoun, H., Levac, D., ... Straus, S. E. (2018). PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): Checklist and explanation. *Annals of Internal Medicine*, 169(7), 467–473.
- Villaespesa Cantalapiedra, E. (2016). Measuring social media success: The value of the Balanced Scorecard as a tool for evaluation and strategic management in museums [Doctoral dissertation, University of Leicester].
- Villaespesa, E. (2019). Measuring social media success: The value of the Balanced Scorecard as a tool for evaluation and strategic management in museums. *Museum Management and Curatorship*, 34(4), 426–445.
- White, R. E., & Cooper, K. (2022). Qualitative research in the post-modern era. Springer.
- Witcomb, A. (2003). Re-imagining the museum: Beyond the mausoleum. Routledge.
- Yin, R. K. (2014). Case study research: Design and methods (5th ed.). SAGE.
- BBC Mundo. (2018, 17 Φεβρουαρίου). *Cómo eran los robots y los cines que ya existían en la antigua Grecia*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-42887596>
- Reuters. (2020, 18 Φεβρουαρίου). *Robots, clocks and computers: How Ancient Greeks got there first*. <https://www.reuters.com/article/world/robots-clocks-and-computers-how-ancient-greeks-got-there-first-idUSKBN20C1TE/>

## Ελληνική Βιβλιογραφία

- Κατσελάκη, Α. (2025). Μουσεία χωρίς αποκλεισμούς: Από την πρόσβαση στη συμπερίληψη. Στο Β. Αργυρόπουλος, Ν. Παπαδημητρίου, Μ. Πλατή, & Ε. Μάρκου (Επιμ.), Μουσεία και αισθήσεις: Σχεδιάζοντας και δρώντας με συμπεριληπτικές μεταβλητές και συντεταγμένες (σσ. 10–18). Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.
- Καθημερινή. (2025, 20 Νοεμβρίου). *Το ελληνικό μουσείο που δέχεται παραγγελίες από τον οίκο Dior*. kathimerini.gr
- STEM Education. (χ.χ.). *Προγράμματα STEM Education στο Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας Κώστα Κοτσανά*. Ανακτήθηκε 21 Σεπτεμβρίου 2026, από stem.edu.gr
- Λασκαράτος, Κ. (2023). Μουσεία influencers. Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.
- LiFO. (2018, 20 Δεκεμβρίου). *Ένα ελληνικό μουσείο υποψήφιο για το «Ευρωπαϊκό Μουσείο της χρονιάς 2019»*. lifo.gr
- Μουσείο Κοτσανά. (χ.χ.). Μουσείο Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας. Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2026, από kotsanas.com
- Μπούνια, Α. (2009). Στα παρασκήνια του μουσείου: Η διαχείριση των μουσειακών συλλογών. Εκδόσεις Πατάκη.
- SearchCulture.gr. (χ.χ.). *Ψηφιακές συλλογές Μουσείου Κοτσανά Αρχαίας Ελληνικής Τεχνολογίας*. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου (ΕΚΤ). Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2026, από searchculture.gr
- Στυλιανίδης, Ε., & Συλαίου, Σ. (Επιμ.). (2023). Τεκμηρίωση και ανάδειξη πολιτισμού. Εκδόσεις Τζιόλας.
- Συλαίου, Σ. (2025). Μουσεία, ψηφιακότητα και πολιτισμός [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις. <https://doi.org/10.57713/kallipos-1077>
- Μουσείο Κοτσανά. (χ.χ.). *Press & Media Coverage: Η διεθνής παρουσία του Μουσείου Κοτσανά στα ΜΜΕ*. Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου 2026, από <https://kotsanas.com/news/>

## Παραρτήματα

### Παράρτημα Α: Ημιδομημένη Συνέντευξη (απαντήσεις της Ιστορικού-Αρχαιολόγου του Μουσείου Κοτσανά κ. Βαρελά Κωνσταντίνας)

#### Θεματική Ενότητα 1:

##### Ψηφιακή στρατηγική και πολιτιστική επικοινωνία

#### 1. Πώς αντιλαμβάνεται το μουσείο τον ρόλο του ως δημιουργού πολιτιστικού περιεχομένου στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή;

Το Μουσείο Κοτσανά αντιλαμβάνεται τον ρόλο του ως ενός ζωντανού και σύγχρονου πολιτιστικού φορέα, που δεν περιορίζεται μόνο στη διαφύλαξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας, αλλά τη μετατρέπει σε ζωντανές αφηγήσεις και εμπειρίες γνώσης, δημιουργώντας πρωτότυπο πολιτιστικό περιεχόμενο που ταξιδεύει πέρα από τα φυσικά όρια του μουσείου.

Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, η παρουσία του στα ψηφιακά μέσα αποτελεί βασικό εργαλείο επικοινωνίας, προβολής και σύνδεσης με τους επισκέπτες. Μέσα από τα social media, το οπτικοακουστικό υλικό, τις ψηφιακές δράσεις και την αφήγηση, το μουσείο μπορεί να κάνει τη γνώση πιο άμεση, ενδιαφέρουσα και συμμετοχική.

Με αυτόν τον τρόπο, το Μουσείο Κοτσανά ενισχύει την αναγνωρισιμότητά του, προσεγγίζει νέα κοινά και δημιουργεί μια σύγχρονη πολιτιστική εμπειρία, που συνδέει το παρελθόν με το παρόν και αναδεικνύει την αξία της αρχαίας ελληνικής καινοτομίας στο σήμερα.

#### 2. Ποιες είναι οι βασικές ψηφιακές στρατηγικές επικοινωνίας που εφαρμόζει το μουσείο και ποιοι είναι οι κύριοι στόχοι τους; Παρακαλείστε, εφόσον είναι δυνατόν, να αναφέρετε ενδεικτικά παραδείγματα εφαρμογών ή δράσεων.

Βασικοί πυλώνες των ψηφιακών στρατηγικών επικοινωνίας του Μουσείου Κοτσανά είναι η εξωστρέφεια, η σύγχρονη αφήγηση και η μετατροπή της γνώσης σε ελκυστικό, διαδραστικό και οπτικοακουστικό περιεχόμενο. Μέσα από την ιστοσελίδα και τα social media του Μουσείου, επιδιώκουμε η αρχαία ελληνική τεχνολογία να φτάνει στις οθόνες των επισκεπτών, των υποστηρικτών, αλλά και νέων κοινών, με τρόπο άμεσο, κατανοητό και ενδιαφέρον.

Κύριοι στόχοι αυτής της στρατηγικής είναι η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του Μουσείου, η προσέγγιση νέων επισκεπτών, η προβολή των εκθέσεων και των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, καθώς και η σύνδεση της αρχαίας ελληνικής καινοτομίας με τη σύγχρονη καθημερινότητα. Η ψηφιακή επικοινωνία δεν λειτουργεί μόνο ενημερωτικά, αλλά και εμπειρικά: δημιουργεί ενδιαφέρον, ενισχύει τη διάδραση με το κοινό και παρουσιάζει την επίσκεψη στο Μουσείο ως μια ολοκληρωμένη πολιτιστική εμπειρία.

Ενδεικτικά παραδείγματα αποτελούν η ψηφιακή ανάδειξη των διαδραστικών εκθεμάτων και των 500 και πλέον λειτουργικών εφευρέσεων του Μουσείου, η προβολή των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και των εργαστηρίων STEM για διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, καθώς και η συστηματική παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μέσα από τακτικά βίντεο, αναρτήσεις,

reels και οπτικοακουστικό υλικό, το Μουσείο ενημερώνει, εμπνέει και κινητοποιεί το κοινό να αναζητήσει μια βαθύτερη σχέση με την αρχαία ελληνική τεχνολογία, είτε μέσα από τη φυσική επίσκεψη είτε μέσα από ψηφιακά κανάλια.

Με αυτό τον τρόπο, το Μουσείο Κοτσανά αξιοποιεί τα ψηφιακά μέσα όχι απλώς ως κανάλια προβολής, αλλά ως εργαλεία πολιτιστικής εμπειρίας, εκπαίδευσης, αλληλεπίδρασης και ουσιαστικού διαλόγου με το κοινό.

### **3. Με ποιες πρακτικές επιχειρεί το μουσείο να προσεγγίσει νέο ή υποεκπροσωπούμενο κοινό μέσω των ψηφιακών μέσων και πώς αξιολογείται η αποτελεσματικότητα αυτών των πρακτικών;**

Το Μουσείο Κοτσανά επιχειρεί να προσεγγίσει νέο αλλά και υποεκπροσωπούμενο κοινό μέσα από μια πιο άμεση, σύγχρονη και συμμετοχική ψηφιακή επικοινωνία. Βασική πρακτική είναι η προσαρμογή του περιεχομένου στις ανάγκες διαφορετικών ομάδων κοινού, όπως νέοι, μαθητές, οικογένειες, εκπαιδευτικοί, αλλά και άνθρωποι που δεν έχουν συχνή επαφή με τον μουσειακό χώρο.

Μέσα από τα social media, το Μουσείο αξιοποιεί σύντομα βίντεο, reels, φωτογραφικό υλικό, storytelling και εκπαιδευτικό περιεχόμενο, ώστε η αρχαία ελληνική τεχνολογία να παρουσιάζεται με τρόπο απλό, ελκυστικό και εύκολα κατανοητό. Παράλληλα, η προβολή διαδραστικών εκθεμάτων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δράσεων STEM λειτουργεί ως γέφυρα με νεότερα κοινά, τα οποία αναζητούν βιωματικές και σύγχρονες μορφές γνώσης.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται και στην προσβασιμότητα του περιεχομένου, μέσα από καθαρή γλώσσα, οπτικοακουστικό υλικό και ψηφιακές μορφές επικοινωνίας που επιτρέπουν στο κοινό να έρθει σε επαφή με το Μουσείο ακόμη και πριν από τη φυσική επίσκεψη. Με αυτόν τον τρόπο, το Μουσείο δεν απευθύνεται μόνο σε ήδη υπάρχοντες επισκέπτες, αλλά ανοίγεται σε νέες κοινότητες και ομάδες που ενδεχομένως δεν είχαν μέχρι σήμερα έντονη επαφή με τον πολιτισμό ή την αρχαία τεχνολογία.

Η αποτελεσματικότητα αυτών των πρακτικών αξιολογείται μέσα από ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία, όπως η απήχηση των αναρτήσεων, η αλληλεπίδραση του κοινού, τα σχόλια, οι κοινοποιήσεις, η αύξηση των ακολούθων, οι επισκέψεις στην ιστοσελίδα, αλλά και το ενδιαφέρον για κρατήσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα και φυσική επίσκεψη στο Μουσείο. Παράλληλα, η ανατροφοδότηση από το κοινό βοηθά το Μουσείο να προσαρμόζει διαρκώς το περιεχόμενό του, ώστε να παραμένει επίκαιρο, συμπεριληπτικό και ουσιαστικά συνδεδεμένο με τις ανάγκες της εποχής.

Παράλληλα, ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στην προσέγγιση κοινού που παραδοσιακά δεν είχε άμεση σχέση με την τεχνολογία ή τις θετικές επιστήμες, αναδεικνύοντας ότι η εφευρετικότητα, η μηχανική σκέψη και η καινοτομία αποτελούν στοιχεία της ανθρώπινης δημιουργικότητας και όχι αποκλειστικά ενός επιστημονικού πεδίου.

### **4. Ποιος είναι ο ρόλος των social media στη συνολική επικοινωνιακή και πολιτιστική στρατηγική του μουσείου;**

Τα social media αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της επικοινωνιακής και πολιτιστικής στρατηγικής του Μουσείου Κοτσανά, καθώς λειτουργούν ως ένα άμεσο και δυναμικό κανάλι επικοινωνίας με το κοινό. Δεν αντιμετωπίζονται μόνο ως μέσα προβολής των δράσεων του Μουσείου, αλλά ως ένας ψηφιακός χώρος αφήγησης, εκπαίδευσης και αλληλεπίδρασης.

Μέσα από αναρτήσεις, σύντομα βίντεο, reels, φωτογραφικό υλικό και ψηφιακό storytelling, η αρχαία ελληνική τεχνολογία παρουσιάζεται με τρόπο σύγχρονο, προσιτό και ελκυστικό. Στόχος είναι τα εκθέματα και οι εφευρέσεις να μην παρουσιάζονται απλώς ως αντικείμενα του παρελθόντος, αλλά ως ιστορίες ανθρώπινης δημιουργικότητας, καινοτομίας και επιστημονικής σκέψης που εξακολουθούν να εμπνέουν το σήμερα.

Παράλληλα, τα social media συμβάλλουν στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του Μουσείου, στην προβολή των μόνιμων και περιοδικών εκθέσεων, των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και των δράσεων, ενώ δημιουργούν μια συνεχή σχέση με το κοινό πριν και μετά τη φυσική επίσκεψη. Μέσα από σχόλια, κοινοποιήσεις, αντιδράσεις και μηνύματα, δημιουργείται ένας ανοιχτός διάυλος επικοινωνίας που επιτρέπει στο Μουσείο να κατανοεί καλύτερα τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των επισκεπτών του.

Συνολικά, τα social media αποτελούν για το Μουσείο Κοτσανά ένα εργαλείο πολιτιστικής εξωστρέφειας και συμμετοχής. Συμβάλλουν στη δημιουργία μιας ενεργής ψηφιακής κοινότητας, όπου το Μουσείο δεν μεταδίδει απλώς πληροφορία, αλλά εμπνέει διάλογο, περιέργεια και ουσιαστική σύνδεση του κοινού με την αρχαία ελληνική καινοτομία.

##### **5. Πώς διαφοροποιείται το ψηφιακό περιεχόμενο ανάλογα με τις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα ή τα χαρακτηριστικά διαφορετικών ομάδων κοινού; Υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια ή στρατηγικές προσαρμογής;**

Το ψηφιακό περιεχόμενο του Μουσείου Κοτσανά σχεδιάζεται λαμβάνοντας υπόψη ότι το κοινό δεν αποτελεί μια ενιαία ομάδα, αλλά περιλαμβάνει ανθρώπους διαφορετικών ηλικιών, ενδιαφερόντων και επιπέδων εξοικείωσης με την ιστορία, την επιστήμη και την τεχνολογία. Για τον λόγο αυτό, η επικοινωνία προσαρμόζεται ώστε η γνώση να γίνεται προσιτή, ενδιαφέρουσα και ουσιαστική για κάθε ομάδα κοινού.

Για τα νεότερα κοινά αξιοποιούνται περισσότερο άμεσες και οπτικές μορφές επικοινωνίας, όπως σύντομα βίντεο, reels και διαδραστικό περιεχόμενο, που βασίζονται στην ανακάλυψη, την περιέργεια και τη βιωματική προσέγγιση της γνώσης. Για μαθητές, οικογένειες και εκπαιδευτικούς δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στα εκπαιδευτικά προγράμματα, στα εργαστήρια STEM και στη σύνδεση των αρχαίων εφευρέσεων με τη σύγχρονη επιστήμη και δημιουργικότητα.

Αντίστοιχα, για το ευρύτερο πολιτιστικό κοινό αλλά και το διεθνές κοινό, η αφήγηση επικεντρώνεται περισσότερο στη διαχρονική αξία της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας, στην ιστορία πίσω από κάθε εφεύρεση και στον τρόπο με τον οποίο οι ιδέες του παρελθόντος συνεχίζουν να επηρεάζουν τη σύγχρονη σκέψη.

Βασικό κριτήριο προσαρμογής είναι η δημιουργία μιας ουσιαστικής σχέσης ανάμεσα στο κοινό και το περιεχόμενο. Η επιτυχία μιας ψηφιακής δράσης δεν αξιολογείται μόνο από την απήχυσή της σε αριθμούς, αλλά και από το κατά πόσο καταφέρνει να προκαλέσει ενδιαφέρον, συμμετοχή και βαθύτερη κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Στόχος του Μουσείου είναι η ψηφιακή επικοινωνία να λειτουργεί ως γέφυρα που μετατρέπει την πληροφορία σε εμπειρία γνώσης.

## Θεματική Ενότητα 2:

### Ψηφιακή αφήγηση και συμμετοχικότητα

**6.Πώς διαμορφώνεται η ψηφιακή αφήγηση γύρω από τα εκθέματα και ποιες αρχές καθοδηγούν τον σχεδιασμό της; Παρακαλείστε να αναφέρετε, εφόσον είναι δυνατόν, κάποιο χαρακτηριστικό παράδειγμα.**

Η ψηφιακή αφήγηση του Μουσείου Κοτσανά διαμορφώνεται με βασικό άξονα την ανάδειξη της ιστορίας, της ανθρώπινης σκέψης και της ανάγκης που οδήγησε στη δημιουργία κάθε εφεύρεσης. Στόχος μας δεν είναι να παρουσιάσουμε τα εκθέματα μόνο ως τεχνολογικά επιτεύγματα του παρελθόντος, αλλά ως ζωντανές ιστορίες καινοτομίας, δημιουργικότητας και επίλυσης προβλημάτων, που παραμένουν επίκαιρες μέχρι σήμερα.

Ο σχεδιασμός της αφήγησης βασίζεται στην απλότητα, την επιστημονική τεκμηρίωση, τη βιωματική προσέγγιση και τη σύνδεση του αρχαίου κόσμου με τη σύγχρονη πραγματικότητα. Μέσα από ψηφιακό περιεχόμενο, εικόνες, βίντεο και παρουσιάσεις λειτουργίας των εκθεμάτων, επιχειρούμε να απαντήσουμε όχι μόνο στο «τι είναι» μια εφεύρεση, αλλά κυρίως στο «γιατί δημιουργήθηκε», «πώς λειτουργούσε» και «τι μας διδάσκει σήμερα».

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο Μηχανισμός των Αντικυθήρων. Η αφήγηση γύρω από αυτόν δεν περιορίζεται στην παρουσίασή του ως ενός αρχαίου μηχανικού αντικειμένου, αλλά αναδεικνύει την ανθρώπινη προσπάθεια κατανόησης του χρόνου, της αστρονομίας και του κόσμου. Μέσα από την παρουσίαση της λειτουργίας του, ο επισκέπτης αντιλαμβάνεται ότι πίσω από τα γρανάζια ενός μηχανισμού βρίσκεται μια βαθιά ανθρώπινη ανάγκη: η ανάγκη παρατήρησης, κατανόησης και ερμηνείας του περιβάλλοντος.

Με αυτόν τον τρόπο, η ψηφιακή αφήγηση λειτουργεί ως γέφυρα ανάμεσα στο έκθεμα και τον άνθρωπο. Δεν αντικαθιστά τη φυσική εμπειρία του Μουσείου, αλλά την επεκτείνει, επιτρέποντας στο κοινό να προσεγγίσει την αρχαία ελληνική τεχνολογία όχι μόνο ως γνώση, αλλά ως πηγή έμπνευσης για τη σύγχρονη εποχή.

**7.Με ποιους τρόπους ενθαρρύνεται η ενεργή συμμετοχή του κοινού στη δημιουργία, αναπαραγωγή ή διάδοση πολιτιστικού περιεχομένου και πώς ανταποκρίνεται συνήθως το κοινό σε αυτές τις πρακτικές;**

Η ενεργή συμμετοχή του κοινού αποτελεί βασικό στοιχείο της φιλοσοφίας του Μουσείου Κοτσανά. Από την αρχή της λειτουργίας του, το Μουσείο έχει σχεδιαστεί με στόχο ο επισκέπτης να μην αποτελεί έναν απλό παρατηρητή, αλλά έναν ενεργό συμμετέχοντα στη διαδικασία της ανακάλυψης και της γνώσης.

Η ίδια η φύση των εκθεμάτων, τα οποία βασίζονται σε λειτουργικά ομοιώματα αρχαιοελληνικών εφευρέσεων, ενθαρρύνει τη διάδραση, τον πειραματισμό και την ενεργή εμπλοκή του κοινού. Οι επισκέπτες δεν περιορίζονται στο να δουν ένα αντικείμενο, αλλά έχουν τη δυνατότητα να κατανοήσουν τη λειτουργία του, να κάνουν ερωτήσεις, να συμμετέχουν στην εμπειρία και να δημιουργήσουν τη δική τους προσωπική σύνδεση με την ιστορία που κρύβεται πίσω από αυτό.

Στο ψηφιακό περιβάλλον, η συμμετοχή αυτή συνεχίζεται μέσα από την αναπαραγωγή και διάδοση περιεχομένου από τους ίδιους τους επισκέπτες. Φωτογραφίες, βίντεο, κοινοποιήσεις, σχόλια και προσωπικές εμπειρίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν έναν τρόπο με τον οποίο το κοινό γίνεται μέρος της πολιτιστικής επικοινωνίας του Μουσείου και συμβάλλει στη διάδοση της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας σε ακόμη ευρύτερες κοινότητες.

Η ανταπόκριση του κοινού είναι ιδιαίτερα θετική, καθώς οι επισκέπτες συχνά εκφράζουν ενθουσιασμό για το γεγονός ότι ανακαλύπτουν μια διαφορετική και λιγότερο προβεβλημένη πλευρά του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού: την επιστημονική σκέψη, τη μηχανική και την καινοτομία. Αυτή η αλληλεπίδραση ενισχύει τη σχέση μεταξύ Μουσείου και κοινού, δημιουργώντας μια κοινότητα ανθρώπων που δεν καταναλώνουν απλώς πολιτιστικό περιεχόμενο, αλλά συμβάλλουν ενεργά στη διάδοσή του.

**8. Υπάρχουν παραδείγματα όπου περιεχόμενο ή δράσεις του μουσείου συνδιαμορφώθηκαν από τους επισκέπτες ή επηρεάστηκαν από τη συμμετοχή τους; Εάν ναι, πώς αξιολογείτε το αποτέλεσμα αυτής της αλληλεπίδρασης;**

Η σχέση του Μουσείου Κοτσανά με το κοινό είναι μια σχέση συνεχούς αλληλεπίδρασης. Παρότι η επιστημονική τεκμηρίωση και ο βασικός σχεδιασμός των εκθέσεων αποτελούν ευθύνη της ομάδας του Μουσείου, η εμπειρία, οι αντιδράσεις και η ανατροφοδότηση των επισκεπτών επηρεάζουν σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο εξελίσσονται η επικοινωνία, οι εκπαιδευτικές δράσεις και η παρουσίαση του περιεχομένου.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εξέλιξη των εκπαιδευτικών προγραμμάτων και των βιωματικών παρουσιάσεων του Μουσείου. Οι ερωτήσεις των μαθητών, οι παρατηρήσεις των εκπαιδευτικών και το ενδιαφέρον που εκδηλώνουν οι επισκέπτες για συγκεκριμένες εφευρέσεις μάς βοηθούν να κατανοούμε ποια στοιχεία προκαλούν μεγαλύτερη περιέργεια και συμμετοχή, προσαρμόζοντας ανάλογα τον τρόπο αφήγησης και προσέγγισης.

Αντίστοιχα, στο ψηφιακό περιβάλλον, η ανταπόκριση του κοινού μέσα από σχόλια, μηνύματα, κοινοποιήσεις και αλληλεπιδράσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί πολύτιμη πηγή πληροφόρησης. Συχνά αναδεικνύει ποια θέματα εμπνέουν περισσότερο το κοινό και μας βοηθά να δημιουργούμε περιεχόμενο που απαντά καλύτερα στα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες του.

Το αποτέλεσμα αυτής της αλληλεπίδρασης αξιολογείται ιδιαίτερα θετικά, καθώς ενισχύει την αίσθηση συμμετοχής και σύνδεσης του κοινού με το Μουσείο. Ο επισκέπτης δεν αντιμετωπίζεται ως τελικός αποδέκτης μιας πληροφορίας, αλλά ως ενεργό μέρος μιας ζωντανής πολιτιστικής διαδικασίας. Με αυτόν τον τρόπο, το Μουσείο παραμένει ένας δυναμικός οργανισμός που εξελίσσεται μαζί με την κοινότητά του.

**9. Πώς αξιοποιούνται τα σχόλια, τα reactions ή το user-generated content για την αξιολόγηση και αναδιαμόρφωση της επικοινωνιακής στρατηγικής; Υπάρχουν συγκεκριμένοι δείκτες ή μορφές ανατροφοδότησης που θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικοί;**

Τα σχόλια, οι αντιδράσεις και το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους τους επισκέπτες αποτελούν σημαντικό κομμάτι της ανατροφοδότησης που λαμβάνει το Μουσείο Κοτσανά. Η ψηφιακή επικοινωνία αντιμετωπίζεται ως μια αμφίδρομη σχέση με το κοινό και όχι ως μια μονόπλευρη διαδικασία μετάδοσης πληροφοριών.

Μέσα από τα social media παρακολουθούμε τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά στοιχεία, όπως η απήχηση των δημοσιεύσεων, ο βαθμός αλληλεπίδρασης, οι κοινοποιήσεις, τα σχόλια, τα μηνύματα του κοινού, αλλά και το είδος του περιεχομένου που οι ίδιοι οι επισκέπτες επιλέγουν να δημιουργήσουν και να μοιραστούν μετά την εμπειρία τους στο Μουσείο.

Ιδιαίτερη αξία έχουν τα ποιοτικά στοιχεία της επικοινωνίας: οι ερωτήσεις που θέτει το κοινό, οι εντυπώσεις των επισκεπτών, οι προσωπικές ιστορίες που μοιράζονται και ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνονται και αναπαράγουν το μήνυμα του Μουσείου. Αυτές οι πληροφορίες μάς βοηθούν να αναγνωρίζουμε ποια θέματα προκαλούν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και να προσαρμόζουμε ανάλογα την ψηφιακή αφήγηση και τις δράσεις μας.

Οι βασικοί δείκτες που αξιολογούνται περιλαμβάνουν την αλληλεπίδραση (engagement), την απήχηση (reach), την αύξηση και ενεργοποίηση της ψηφιακής κοινότητας, την επισκεψιμότητα στα ψηφιακά κανάλια, αλλά και τη σύνδεση της ψηφιακής παρουσίας με πραγματικές ενέργειες, όπως η συμμετοχή σε δράσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα ή η φυσική επίσκεψη στο Μουσείο.

Για εμάς, ωστόσο, η σημαντικότερη μορφή επιτυχίας δεν είναι αποκλειστικά οι αριθμοί, αλλά η δημιουργία μιας ουσιαστικής σχέσης με το κοινό. Όταν ένας επισκέπτης μοιράζεται μια εμπειρία, μια σκέψη ή μια στιγμή έμπνευσης από το Μουσείο, γίνεται και ο ίδιος μέρος της διάδοσης της πολιτιστικής γνώσης.

#### **10. Πώς αντιλαμβάνεστε τον ρόλο του κοινού στη διαμόρφωση πολιτιστικού νοήματος στο ψηφιακό περιβάλλον και κατά πόσο θεωρείτε ότι συμβάλλει ενεργά στη μουσειακή εμπειρία;**

Στο Μουσείο Κοτσανά αντιλαμβανόμαστε το κοινό όχι ως έναν παθητικό αποδέκτη πληροφορίας, αλλά ως έναν ενεργό συμμετέχοντα στη δημιουργία και τη διάδοση της πολιτιστικής εμπειρίας. Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, η σχέση μουσείου και επισκέπτη έχει εξελιχθεί σε έναν διαρκή διάλογο, όπου το κοινό δεν λαμβάνει απλώς περιεχόμενο, αλλά αλληλεπιδρά με αυτό, το ερμηνεύει και το μεταφέρει μέσα από τη δική του οπτική.

Κάθε επισκέπτης προσεγγίζει τα εκθέματα μέσα από τις δικές του εμπειρίες, γνώσεις και ενδιαφέροντα, δημιουργώντας μια προσωπική σύνδεση με την ιστορία που αφηγείται το Μουσείο. Ειδικά στην περίπτωση της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας, παρατηρούμε ότι το κοινό συχνά συνδέει τις εφευρέσεις του παρελθόντος με σύγχρονα ερωτήματα γύρω από την επιστήμη, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία.

Το ψηφιακό περιβάλλον ενισχύει αυτή τη διαδικασία, καθώς επιτρέπει στον επισκέπτη να συνεχίσει τη μουσειακή εμπειρία πέρα από τον φυσικό χώρο του Μουσείου. Μέσα από σχόλια, κοινοποιήσεις, προσωπικές αναρτήσεις και ανταλλαγή απόψεων, το κοινό συμβάλλει στη διάδοση της γνώσης και δίνει νέα ζωή στις ιστορίες που παρουσιάζονται.

Για εμάς, η ουσιαστική επιτυχία μιας μουσειακής εμπειρίας δεν περιορίζεται στη μετάδοση μιας πληροφορίας, αλλά βρίσκεται στη στιγμή που αυτή η πληροφορία μετατρέπεται σε έμπνευση, προβληματισμό και προσωπική ανακάλυψη. Με αυτή την έννοια, το κοινό αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής αφήγησης του Μουσείου Κοτσανά και συμβάλλει ενεργά στη διαμόρφωση του νοήματός της.

### Θεματική Ενότητα 3:

#### Εμβύθιση και ψηφιακές τεχνολογίες

#### **11. Ποιες ψηφιακές και διαδραστικές τεχνολογίες αξιοποιούνται για την ενίσχυση της μουσειακής εμπειρίας και ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα οφέλη ή προκλήσεις από τη χρήση τους;**

Στο Μουσείο Κοτσανά η έννοια της διαδραστικότητας βρίσκεται στον πυρήνα της μουσειακής εμπειρίας. Η προσέγγισή μας δεν βασίζεται μόνο στην αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων, αλλά κυρίως στη δυνατότητα του επισκέπτη να έρχεται σε ουσιαστική επαφή με την αρχαία ελληνική τεχνολογία μέσα από τα λειτουργικά ομοιώματα των εφευρέσεων και τη βιωματική κατανόηση του τρόπου λειτουργίας τους.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες αξιοποιούνται συμπληρωματικά, με στόχο να ενισχύσουν την αφήγηση και να κάνουν τη γνώση περισσότερο προσβάσιμη και ελκυστική. Ενδεικτικά χρησιμοποιούνται ψηφιακό και οπτικοακουστικό περιεχόμενο, βίντεο, ψηφιακές παρουσιάσεις, διαδικτυακή επικοινωνία και εκπαιδευτικό υλικό που επεκτείνουν την εμπειρία του επισκέπτη και πέρα από τον φυσικό χώρο του Μουσείου.

Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο έχουν και τα εκπαιδευτικά προγράμματα STEM, στα οποία η τεχνολογία και η διάδραση αξιοποιούνται ως εργαλεία κατανόησης της επιστήμης, της μηχανικής σκέψης και της δημιουργικότητας. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, ο επισκέπτης –και ιδιαίτερα το νεότερο κοινό– δεν μαθαίνει απλώς για μια εφεύρεση, αλλά κατανοεί τη λογική και την ανάγκη που οδήγησε στη δημιουργία της.

Τα σημαντικότερα οφέλη αυτής της προσέγγισης είναι η μεγαλύτερη εμπλοκή του κοινού, η ενεργή μάθηση, η ενίσχυση της περιέργειας και η μετατροπή της επίσκεψης σε προσωπική εμπειρία ανακάλυψης. Η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα ανάμεσα στον αρχαίο και τον σύγχρονο κόσμο, βοηθώντας διαφορετικές ομάδες κοινού να συνδεθούν με το περιεχόμενο.

Η βασική πρόκληση είναι η τεχνολογία να μην χρησιμοποιείται ως αυτοσκοπός ή απλώς ως μέσο εντυπωσιασμού. Για το Μουσείο Κοτσανά, κάθε τεχνολογικό εργαλείο πρέπει να υπηρετεί την ιστορία, την επιστημονική ακρίβεια και τη σχέση του επισκέπτη με το έκθεμα. Η ουσία παραμένει πάντα η ίδια: η ανάδειξη της ανθρώπινης εφευρετικότητας και της διαχρονικής αξίας της γνώσης.

#### **12. Με ποιους τρόπους οι immersive τεχνολογίες ή άλλες διαδραστικές εφαρμογές επηρεάζουν την εμπειρία των επισκεπτών; Παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ως προς την εμπλοκή ή τη συμμετοχή διαφορετικών ομάδων κοινού;**

Οι immersive τεχνολογίες και γενικότερα οι διαδραστικές εφαρμογές επηρεάζουν σημαντικά τη μουσειακή εμπειρία, καθώς μετατρέπουν τον επισκέπτη από απλό παρατηρητή σε ενεργό συμμετέχοντα. Για το Μουσείο Κοτσανά, η έννοια της εμβύθισης δεν περιορίζεται αποκλειστικά στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών, αλλά συνδέεται συνολικά με τη δημιουργία μιας εμπειρίας όπου ο επισκέπτης ανακαλύπτει, αλληλεπιδρά και κατανοεί.

Η διαδραστικότητα των λειτουργικών ομοιωμάτων αρχαιοελληνικών εφευρέσεων, σε συνδυασμό με ψηφιακά και οπτικοακουστικά εργαλεία, επιτρέπει στο κοινό να προσεγγίσει την τεχνολογία όχι μόνο ως ιστορική πληροφορία, αλλά ως μια ζωντανή διαδικασία σκέψης και δημιουργίας. Ο επισκέπτης μπορεί να κατανοήσει καλύτερα τον τρόπο λειτουργίας μιας εφεύρεσης, τη λογική πίσω από τον σχεδιασμό της και τη σύνδεσή της με τη σύγχρονη επιστήμη.

Παρατηρούμε ότι διαφορετικές ομάδες κοινού αλληλεπιδρούν με διαφορετικό τρόπο με αυτές τις εμπειρίες. Τα παιδιά και οι μαθητές ανταποκρίνονται ιδιαίτερα στη βιωματική μάθηση, στον πειραματισμό και στη δυνατότητα να «ανακαλύπτουν» τη γνώση μέσα από τη συμμετοχή. Οι ενήλικες επισκέπτες συχνά εστιάζουν περισσότερο στη σύνδεση της αρχαίας τεχνολογίας με τη σημερινή εποχή, ενώ εκπαιδευτικοί και άνθρωποι από τον χώρο της επιστήμης ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τον τρόπο με τον οποίο οι αρχές της μηχανικής και της καινοτομίας παρουσιάζονται μέσα από τα εκθέματα.

Η μεγαλύτερη συμβολή της διαδραστικής εμπειρίας είναι ότι δημιουργεί μια πιο προσωπική σχέση ανάμεσα στον επισκέπτη και το έκθεμα. Όταν κάποιος κατανοήσει πώς και γιατί δημιουργήθηκε μια εφεύρεση, δεν συγκρατεί απλώς μια πληροφορία· αποκτά μια εμπειρία. Αυτή η βιωματική σύνδεση είναι που ενισχύει τη μάθηση, τη συμμετοχή και τη μακροχρόνια επίδραση της επίσκεψης.

### **13. Πώς διασφαλίζεται ότι η τεχνολογία λειτουργεί υποστηρικτικά προς το έκθεμα και τη μουσειακή αφήγηση και όχι αποσπασματικά;**

Για το Μουσείο Κοτσανά, η τεχνολογία δεν αποτελεί αυτοσκοπό, αλλά ένα μέσο κατανόησης, ερμηνείας και ενίσχυσης της μουσειακής εμπειρίας. Κάθε τεχνολογικό ή ψηφιακό εργαλείο που αξιοποιείται σχεδιάζεται με βασικό κριτήριο να υπηρετεί την αφήγηση του εκθέματος και να βοηθά τον επισκέπτη να συνδεθεί ουσιαστικά με τη γνώση που αυτό μεταφέρει.

Η ιδιαιτερότητα του Μουσείου είναι ότι η τεχνολογία δεν αποτελεί απλώς ένα σύγχρονο εργαλείο παρουσίασης, αλλά βρίσκεται στον ίδιο τον πυρήνα του περιεχομένου του. Τα λειτουργικά ομοιώματα των αρχαιοελληνικών εφευρέσεων επιτρέπουν στον επισκέπτη να αντιληφθεί τη μηχανική σκέψη, την επιστημονική παρατήρηση και τη δημιουργικότητα των ανθρώπων που τα σχεδίασαν. Επομένως, κάθε σύγχρονο μέσο λειτουργεί συμπληρωματικά προς αυτή την εμπειρία και όχι ανταγωνιστικά.

Κατά τον σχεδιασμό μιας δράσης ή μιας ψηφιακής εφαρμογής, η βασική ερώτηση δεν είναι «ποια τεχνολογία μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε;», αλλά «πώς μπορεί αυτή η τεχνολογία να βοηθήσει τον επισκέπτη να κατανοήσει καλύτερα την ιστορία που θέλουμε να αφηγηθούμε;». Η έμφαση παραμένει πάντα στο περιεχόμενο, στην επιστημονική ακρίβεια και στη σύνδεση του επισκέπτη με το έκθεμα.

Με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται ότι η τεχνολογία λειτουργεί ως γέφυρα ανάμεσα στο παρελθόν και το παρόν. Δεν αντικαθιστά την αυθεντικότητα της μουσειακής εμπειρίας, αλλά την εμπλουτίζει, κάνοντας την αρχαία ελληνική τεχνολογία πιο προσιτή, κατανοητή και ουσιαστική για το σύγχρονο κοινό.

### **14. Πώς αξιολογείτε την επίδραση των immersive τεχνολογιών στην εμπλοκή και τη βιωματική μάθηση των επισκεπτών και με ποιους τρόπους αποτιμάται αυτή η εμπειρία;**

Η επίδραση των immersive τεχνολογιών και των διαδραστικών προσεγγίσεων αξιολογείται ιδιαίτερα θετικά, καθώς συμβάλλουν στη μετατροπή της μουσειακής επίσκεψης από μια διαδικασία απλής παρατήρησης σε μια ενεργή εμπειρία ανακάλυψης και μάθησης. Για το Μουσείο Κοτσανά, η ουσιαστική εμπύθιση επιτυγχάνεται όταν ο επισκέπτης δεν γνωρίζει απλώς ένα έκθεμα, αλλά κατανοεί την ιδέα, την ανάγκη και τη δημιουργική διαδικασία που οδήγησε στην κατασκευή του.

Η βιωματική διάσταση της εμπειρίας ενισχύει σημαντικά την εμπλοκή του κοινού, καθώς η γνώση αποκτά πρακτική και συναισθηματική διάσταση. Όταν ο επισκέπτης αντιλαμβάνεται τον τρόπο λειτουργίας μιας εφεύρεσης, παρακολουθεί την εφαρμογή μιας επιστημονικής αρχής ή συμμετέχει ενεργά στη διαδικασία κατανόησης, η πληροφορία μετατρέπεται σε προσωπική εμπειρία και παραμένει πιο ουσιαστικά στη μνήμη του.

Η αποτίμηση αυτής της εμπειρίας πραγματοποιείται μέσα από έναν συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων. Λαμβάνονται υπόψη η συμμετοχή στις δράσεις και στα εκπαιδευτικά προγράμματα, η ανταπόκριση διαφορετικών ομάδων κοινού, η ανατροφοδότηση επισκεπτών, μαθητών και εκπαιδευτικών, καθώς και οι αντιδράσεις και τα σχόλια τόσο στον φυσικό χώρο του Μουσείου όσο και στα ψηφιακά μέσα.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στις αυθόρμητες αντιδράσεις των επισκεπτών: στις ερωτήσεις που δημιουργούνται, στην περιέργεια που εκφράζεται και στην επιθυμία τους να μάθουν περισσότερα. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν σημαντικούς δείκτες μιας επιτυχημένης μουσειακής εμπειρίας, καθώς δείχνουν ότι το κοινό δεν έχει απλώς λάβει πληροφορία, αλλά έχει αναπτύξει μια βαθύτερη σχέση με το περιεχόμενο. Στόχος μας είναι η τεχνολογία και η διάδραση να μην δημιουργούν μόνο εντυπωσιασμό, αλλά να ενισχύουν την κατανόηση, την κριτική σκέψη και τον θαυμασμό για την ανθρώπινη εφευρετικότητα που βρίσκεται πίσω από κάθε έκθεμα.

#### Θεματική Ενότητα 4:

##### Ψηφιακή αυτοπεποίθηση και πολιτιστική επιρροή

**15. Πώς προσεγγίζει το μουσείο την ψηφιακή καινοτομία, τον πειραματισμό και την ανάπτυξη ψηφιακών πρωτοβουλιών; Υπάρχουν δυσκολίες ή περιορισμοί κατά την εφαρμογή τους;**

Η καινοτομία αποτελεί βασικό στοιχείο της ταυτότητας του Μουσείου Κοτσανά, καθώς το ίδιο το αντικείμενό του είναι αφιερωμένο στην ανθρώπινη εφευρετικότητα, την τεχνολογική σκέψη και τη δημιουργική επίλυση προβλημάτων. Με αυτή τη φιλοσοφία προσεγγίζουμε και τη σύγχρονη ψηφιακή καινοτομία: όχι απλώς ως υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, αλλά ως έναν τρόπο να εξελίσσουμε τη σχέση μας με το κοινό.

Η ανάπτυξη ψηφιακών πρωτοβουλιών βασίζεται στον πειραματισμό, την παρατήρηση των νέων τάσεων και τη διαρκή αναζήτηση τρόπων ώστε το περιεχόμενο του Μουσείου να γίνεται πιο προσβάσιμο, συμμετοχικό και ουσιαστικό. Δοκιμάζουμε νέες μορφές επικοινωνίας, διαφορετικούς τρόπους αφήγησης και ψηφιακά εργαλεία που μπορούν να αναδείξουν καλύτερα την ιστορία και τη λειτουργία των εκθεμάτων.

Ωστόσο, κάθε νέα τεχνολογική εφαρμογή αξιολογείται με βάση την πραγματική αξία που προσφέρει στη μουσειακή εμπειρία. Για εμάς, η καινοτομία δεν βρίσκεται απαραίτητα στη χρήση της πιο πρόσφατης τεχνολογίας, αλλά στην ικανότητα να δημιουργούμε βαθύτερη κατανόηση και σύνδεση ανάμεσα στον επισκέπτη και το πολιτιστικό περιεχόμενο.

Οι βασικές προκλήσεις σχετίζονται με ζητήματα που αντιμετωπίζουν πολλοί πολιτιστικοί οργανισμοί, όπως οι διαθέσιμοι πόροι, η ανάγκη συνεχούς προσαρμογής στις τεχνολογικές εξελίξεις, η παραγωγή ποιοτικού ψηφιακού περιεχομένου και η διατήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στην τεχνολογία και την αυθεντικότητα της μουσειακής εμπειρίας.

Παρά τις προκλήσεις αυτές, αντιμετωπίζουμε την ψηφιακή εξέλιξη ως μια συνεχή διαδικασία μάθησης και δημιουργίας. Άλλωστε, η ίδια η ιστορία της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας που παρουσιάζει το Μουσείο μάς υπενθυμίζει ότι η πρόοδος γεννιέται μέσα από την παρατήρηση, τον πειραματισμό και την αναζήτηση νέων λύσεων.

#### **16. Πόσο εύκολα ενσωματώνονται νέες ψηφιακές πρακτικές στην οργανωσιακή κουλτούρα του μουσείου;**

Η ενσωμάτωση νέων ψηφιακών πρακτικών στην οργανωσιακή κουλτούρα του Μουσείου Κοτσανά πραγματοποιείται με έναν φυσικό τρόπο, καθώς η έννοια της εξέλιξης, της αναζήτησης και της καινοτομίας βρίσκεται στον πυρήνα της ταυτότητας του Μουσείου. Ένας οργανισμός που μελετά και αναδεικνύει την ιστορία της τεχνολογίας και της ανθρώπινης εφευρετικότητας

είναι σημαντικό να παραμένει και ο ίδιος ανοιχτός στις σύγχρονες μορφές δημιουργίας και επικοινωνίας.

Οι ψηφιακές πρακτικές δεν αντιμετωπίζονται ως κάτι ανεξάρτητο από τη λειτουργία του Μουσείου, αλλά ως εργαλεία που μπορούν να υποστηρίξουν διαφορετικούς τομείς: την επικοινωνία, την εκπαίδευση, την εμπειρία του επισκέπτη και την εξωστρέφεια. Η προσαρμογή στις νέες τεχνολογικές δυνατότητες αποτελεί μια συνεχή διαδικασία που απαιτεί συνεργασία, πειραματισμό και διάθεση εξέλιξης από όλη την ομάδα.

Σημαντικό στοιχείο αυτής της διαδικασίας είναι η συνεργασία διαφορετικών ειδικοτήτων και ανθρώπων με διαφορετικές οπτικές, καθώς η σύγχρονη μουσειακή εμπειρία συνδυάζει πλέον την επιστημονική γνώση, την εκπαίδευση, την επικοινωνία, τη δημιουργικότητα και την τεχνολογία.

Φυσικά, η ενσωμάτωση νέων πρακτικών συνοδεύεται και από προκλήσεις, καθώς ο ψηφιακός χώρος εξελίσσεται συνεχώς και απαιτεί προσαρμογή, νέες δεξιότητες και αξιολόγηση των πραγματικών αναγκών του κοινού. Για τον λόγο αυτό, κάθε νέα πρακτική εξετάζεται όχι μόνο ως τεχνολογική εξέλιξη, αλλά με βάση το κατά πόσο εξυπηρετεί την αποστολή του Μουσείου.

Στόχος μας δεν είναι απλώς να ακολουθούμε την ψηφιακή αλλαγή, αλλά να την αξιοποιούμε δημιουργικά, παραμένοντας πιστοί στον βασικό μας σκοπό: τη διάδοση της γνώσης, της καινοτομίας και της ανθρώπινης δημιουργικότητας.

#### **17.Θεωρείτε ότι το μουσείο λειτουργεί ως σημείο αναφοράς ή επιρροής στον ψηφιακό πολιτιστικό χώρο; Εάν ναι, με ποιους τρόπους εκδηλώνεται αυτή η επιρροή;**

Το Μουσείο Κοτσανά επιδιώκει να λειτουργεί ως ένας ενεργός πολιτιστικός φορέας που δεν περιορίζεται στη διατήρηση και παρουσίαση της γνώσης, αλλά συμβάλλει ουσιαστικά στη

διάδοσή της και στη διαμόρφωση ενός ευρύτερου διαλόγου γύρω από την τεχνολογία, την επιστήμη και τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό.

Αν αντιληφθούμε την έννοια της επιρροής όχι με εμπορικούς όρους, αλλά ως την ικανότητα ενός οργανισμού να εμπνέει, να εκπαιδεύει και να αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο το κοινό αντιλαμβάνεται ένα θέμα, τότε θεωρούμε ότι τα μουσεία μπορούν να έχουν έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο ως δημιουργοί πολιτιστικού περιεχομένου.

Η επιρροή του Μουσείου Κοτσανά εκφράζεται κυρίως μέσα από την ανάδειξη μιας λιγότερο γνωστής αλλά εξαιρετικά σημαντικής πλευράς του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού: της τεχνολογικής σκέψης, της μηχανικής, της επιστημονικής παρατήρησης και της καινοτομίας. Μέσα από τις φυσικές και ψηφιακές δράσεις του, το Μουσείο συμβάλλει ώστε το κοινό να δει την αρχαιότητα όχι μόνο μέσα από την τέχνη και τη φιλοσοφία, αλλά και μέσα από την εφευρετικότητα και τη δημιουργική επίλυση προβλημάτων.

Στο ψηφιακό περιβάλλον, αυτή η επιρροή εκδηλώνεται μέσα από τη δημιουργία και διάδοση περιεχομένου που ταξιδεύει πέρα από τα φυσικά όρια του Μουσείου. Οι ψηφιακές αφηγήσεις, το εκπαιδευτικό υλικό, τα βίντεο και η αλληλεπίδραση με το κοινό δημιουργούν μια ευρύτερη κοινότητα ανθρώπων που ανακαλύπτουν, μοιράζονται και επαναπροσδιορίζουν τη σχέση τους με την αρχαία ελληνική τεχνολογία.

Για εμάς, η πραγματική πολιτιστική επιρροή δεν μετριέται μόνο από την ψηφιακή απήχηση, αλλά από το αν το περιεχόμενο καταφέρνει να δημιουργήσει περιέργεια, γνώση και έμπνευση. Όταν ένας επισκέπτης —φυσικός ή ψηφιακός— φεύγει έχοντας ανακαλύψει μια νέα διάσταση του ελληνικού πολιτισμού, τότε το Μουσείο έχει επιτύχει έναν ουσιαστικό ρόλο ως φορέας πολιτιστικής επιρροής.

## **18. Πώς επηρεάζει η ψηφιακή παρουσία του μουσείου τη διεθνή προβολή και αναγνωρισιμότητά του;**

Η ψηφιακή παρουσία αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης της διεθνούς προβολής και αναγνωρισιμότητας του Μουσείου Κοτσανά, καθώς επιτρέπει στο περιεχόμενο και στο μήνυμα του Μουσείου να ξεπερνούν τα φυσικά και γεωγραφικά όρια ενός εκθεσιακού χώρου.

Μέσα από τα ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας, το Μουσείο έχει τη δυνατότητα να παρουσιάζει σε ένα διεθνές κοινό μια ιδιαίτερη και συχνά λιγότερο γνωστή πλευρά του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού: την τεχνολογική σκέψη, την επιστημονική αναζήτηση και την εφευρετικότητα των αρχαίων Ελλήνων. Με αυτόν τον τρόπο, η αρχαία ελληνική τεχνολογία δεν παρουσιάζεται αποκλειστικά ως ιστορικό αντικείμενο, αλλά ως μια παγκόσμια κληρονομιά ιδεών που εξακολουθούν να εμπνέουν.

Η ψηφιακή επικοινωνία λειτουργεί ως ένα μέσο εξωστρέφειας, δημιουργώντας ευκαιρίες γνωριμίας με ανθρώπους, εκπαιδευτικούς φορείς, πολιτιστικούς οργανισμούς και κοινότητες εκτός Ελλάδας. Μέσα από ψηφιακό περιεχόμενο, παρουσιάσεις εκθεμάτων, εκπαιδευτικές δράσεις και τη διάδοση της μουσειακής εμπειρίας από τους ίδιους τους επισκέπτες, ενισχύεται η διεθνής εικόνα και η απήχηση του Μουσείου.

Παράλληλα, η ψηφιακή παρουσία υποστηρίζει και τη φυσική εξωστρέφεια του Μουσείου, καθώς λειτουργεί συμπληρωματικά με τις διεθνείς συνεργασίες, τις περιοδικές εκθέσεις και τις δράσεις που παρουσιάζουν την αρχαία ελληνική τεχνολογία σε διαφορετικά κοινά ανά τον κόσμο.

Για εμάς, η διεθνής αναγνωρισιμότητα δεν αφορά μόνο την αύξηση της προβολής, αλλά κυρίως τη δυνατότητα να μεταφέρουμε ένα ουσιαστικό μήνυμα: ότι η καινοτομία και η δημιουργική σκέψη αποτελούν διαχρονικά στοιχεία του ανθρώπινου πολιτισμού. Μέσα από την ψηφιακή του παρουσία, το Μουσείο Κοτσανά λειτουργεί ως ένας σύγχρονος φορέας διάδοσης αυτής της κληρονομιάς σε παγκόσμιο επίπεδο.

**19. Μπορείτε να αναφέρετε παραδείγματα όπου η ψηφιακή στρατηγική συνέβαλε σε διεθνείς συνεργασίες, αυξημένη προβολή ή ενίσχυση της συμμετοχής του κοινού; Ποια θεωρείτε ότι ήταν τα σημαντικότερα αποτελέσματα αυτών των δράσεων;**

Η ψηφιακή στρατηγική του Μουσείου Κοτσανά λειτουργεί υποστηρικτικά και ενισχυτικά στη συνολική εξωστρέφεια του οργανισμού, συμβάλλοντας στην προβολή του έργου του σε κοινά που βρίσκονται πέρα από τα γεωγραφικά όρια της Ελλάδας. Μέσα από την ψηφιακή επικοινωνία, οι εκθέσεις, οι δράσεις και η φιλοσοφία του Μουσείου μπορούν να γίνουν γνωστές σε διεθνείς επισκέπτες, εκπαιδευτικούς φορείς και πολιτιστικούς οργανισμούς.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η ψηφιακή ανάδειξη των περιοδικών και ταξιδευουσών εκθέσεων του Μουσείου, καθώς και η παρουσίαση των λειτουργικών ομοιωμάτων αρχαιοελληνικών εφευρέσεων σε ένα ευρύτερο κοινό. Το ψηφιακό περιεχόμενο λειτουργεί συχνά ως το πρώτο σημείο επαφής ενός ανθρώπου ή ενός οργανισμού με το Μουσείο, δημιουργώντας ενδιαφέρον που μπορεί να οδηγήσει σε φυσική επίσκεψη, συνεργασία ή περαιτέρω διάδοση του έργου μας.

Παράλληλα, η διαδικτυακή παρουσία ενισχύει τη συμμετοχή του διεθνούς κοινού, καθώς επισκέπτες από διαφορετικές χώρες μοιράζονται την εμπειρία τους, δημιουργούν περιεχόμενο, αλληλεπιδρούν με τις δημοσιεύσεις του Μουσείου και συμβάλλουν στη διάδοση της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας μέσα από τα δικά τους δίκτυα.

Τα σημαντικότερα αποτελέσματα αυτών των δράσεων είναι η ενίσχυση της διεθνούς αναγνωρισιμότητας του Μουσείου, η δημιουργία νέων ευκαιριών επικοινωνίας και συνεργασίας και κυρίως η ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας ως ενός θέματος με παγκόσμιο ενδιαφέρον. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, το Μουσείο δεν παρουσιάζει μόνο μια συλλογή εκθεμάτων, αλλά μεταφέρει διεθνώς μια αφήγηση γύρω από την ανθρώπινη δημιουργικότητα, την επιστήμη και την καινοτομία.

## **Θεματική Ενότητα 5:**

### **Αξιολόγηση και μέλλον**

**20. Πώς αξιολογείτε την αποτελεσματικότητα των ψηφιακών δράσεων και ποια κριτήρια, δείκτες ή μορφές ανατροφοδότησης χρησιμοποιούνται συχνότερα για την αποτίμησή τους;**

Η αξιολόγηση των ψηφιακών δράσεων του Μουσείου Κοτσανά βασίζεται σε έναν συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων. Η ψηφιακή παρουσία δεν αντιμετωπίζεται αποκλειστικά ως ζήτημα προβολής ή αριθμητικής απήχησης, αλλά ως ένας τρόπος δημιουργίας ουσιαστικής επικοινωνίας και σχέσης με το κοινό.

Σε ποσοτικό επίπεδο, αξιολογούνται δείκτες όπως η απήχηση των δημοσιεύσεων (reach), η αλληλεπίδραση του κοινού (engagement), οι προβολές οπτικοακουστικού περιεχομένου, οι κοινοποιήσεις, η αύξηση της ψηφιακής κοινότητας, η επισκεψιμότητα των ψηφιακών καναλιών, καθώς και το ενδιαφέρον που δημιουργείται για εκθέσεις, δράσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα.

Ωστόσο, ιδιαίτερη σημασία δίνεται και στα ποιοτικά στοιχεία της ανατροφοδότησης. Τα σχόλια των επισκεπτών, οι ερωτήσεις που δημιουργούνται, τα μηνύματα, οι αξιολογήσεις, οι προσωπικές εμπειρίες που μοιράζεται το κοινό και το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους τους επισκέπτες αποτελούν σημαντικές ενδείξεις για το πώς γίνεται αντιληπτό το μήνυμα του Μουσείου.

Η αξιολόγηση αυτών των δεδομένων μάς βοηθά να κατανοούμε ποια θέματα προκαλούν μεγαλύτερο ενδιαφέρον, ποιες μορφές αφήγησης λειτουργούν αποτελεσματικότερα και πώς μπορούμε να προσαρμόζουμε την επικοινωνία μας στις ανάγκες διαφορετικών ομάδων κοινού.

Για το Μουσείο Κοτσανά, ένας από τους σημαντικότερους δείκτες επιτυχίας είναι η στιγμή που η ψηφιακή επαφή μετατρέπεται σε βαθύτερη σχέση με το περιεχόμενο: όταν ένας άνθρωπος εμπνέεται να επισκεφθεί το Μουσείο, να συμμετάσχει σε μια δράση, να αναζητήσει περισσότερη γνώση ή να μοιραστεί ο ίδιος την εμπειρία του με άλλους.

Με αυτή την έννοια, η αποτελεσματικότητα μιας ψηφιακής δράσης δεν αποτιμάται μόνο από το πόσους ανθρώπους προσεγγίζει, αλλά και από το πόσο ουσιαστικά καταφέρνει να μεταδώσει την αξία της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας και της ανθρώπινης δημιουργικότητας.

**21. Ποιες θεωρείτε τις σημαντικότερες προκλήσεις και περιορισμούς της ψηφιακής πολιτιστικής επικοινωνίας σήμερα και πώς πιστεύετε ότι μπορούν να αντιμετωπιστούν στο μέλλον;**

Μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις της ψηφιακής πολιτιστικής επικοινωνίας σήμερα είναι η ισορροπία ανάμεσα στην ανάγκη για άμεσο, ελκυστικό περιεχόμενο και στη διατήρηση της επιστημονικής ποιότητας και της ουσίας του πολιτιστικού μηνύματος. Σε ένα ψηφιακό περιβάλλον όπου παράγεται καθημερινά τεράστιος όγκος πληροφορίας, η πρόκληση για ένα μουσείο δεν είναι μόνο να κερδίσει την προσοχή του κοινού, αλλά να δημιουργήσει περιεχόμενο με πραγματική αξία και διάρκεια.

Ένας ακόμη σημαντικός περιορισμός είναι η συνεχής εξέλιξη των ψηφιακών εργαλείων και των τρόπων επικοινωνίας. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί χρειάζεται να προσαρμόζονται σε νέες τεχνολογίες, νέες πλατφόρμες και νέες συνήθειες του κοινού, διατηρώντας παράλληλα την ταυτότητα και την αποστολή τους. Παράλληλα, σημαντική πρόκληση αποτελεί η προσβασιμότητα. Η ψηφιακή τεχνολογία προσφέρει μεγάλες δυνατότητες διάδοσης της γνώσης, όμως είναι σημαντικό το περιεχόμενο να σχεδιάζεται με τρόπο που να απευθύνεται σε διαφορετικές ηλικίες, επίπεδα γνώσης και ομάδες κοινού, χωρίς να δημιουργεί νέους αποκλεισμούς.

Η αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων απαιτεί στρατηγική αξιοποίηση της τεχνολογίας και όχι απλή υιοθέτηση κάθε νέας ψηφιακής τάσης. Για το Μουσείο Κοτσανά, το ζητούμενο είναι η τεχνολογία να παραμένει ένα εργαλείο που υπηρετεί την αφήγηση, τη γνώση και την ανθρώπινη εμπειρία.

Στο μέλλον, θεωρούμε ότι οι πιο επιτυχημένοι πολιτιστικοί οργανισμοί δεν θα είναι απαραίτητα εκείνοι που χρησιμοποιούν τα περισσότερα ψηφιακά μέσα, αλλά εκείνοι που καταφέρνουν να τα αξιοποιούν με τρόπο ουσιαστικό, δημιουργώντας πραγματική σύνδεση με το κοινό. Η μεγαλύτερη πρόκληση δεν είναι να κάνουμε τα μουσεία περισσότερο ψηφιακά, αλλά να χρησιμοποιήσουμε το ψηφιακό περιβάλλον για να τα κάνουμε περισσότερο ανοιχτά, συμμετοχικά και ανθρώπινα.

## **22. Πώς φαντάζεστε το μουσείο του μέλλοντος μέσα στο συνεχώς εξελισσόμενο ψηφιακό περιβάλλον;**

Το μουσείο του μέλλοντος το αντιλαμβανόμαστε ως έναν ανοιχτό, δυναμικό και συμμετοχικό οργανισμό, ο οποίος δεν περιορίζεται στα φυσικά όρια ενός κτιρίου, αλλά δημιουργεί μια συνεχή σχέση με το κοινό μέσα από πολλαπλά επίπεδα εμπειρίας και επικοινωνίας.

Η ψηφιακή εξέλιξη δίνει στα μουσεία τη δυνατότητα να επεκτείνουν τον ρόλο τους, κάνοντας τη γνώση περισσότερο προσβάσιμη, εξατομικευμένη και διαδραστική. Ωστόσο, θεωρούμε ότι το μέλλον του μουσείου δεν βρίσκεται μόνο στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, αλλά στον τρόπο με τον οποίο αυτές αξιοποιούνται για να ενισχύσουν την ανθρώπινη περιέργεια, τη συμμετοχή και τη σύνδεση με τον πολιτισμό.

Στο μουσείο του μέλλοντος, ο επισκέπτης δεν θα είναι απλός παρατηρητής, αλλά ενεργός συμμετοχός μιας εμπειρίας που ξεκινά πριν από την επίσκεψη, συνεχίζεται μέσα στον μουσειακό χώρο και εξελίσσεται μετά από αυτήν μέσω του ψηφιακού περιβάλλοντος. Η φυσική και η ψηφιακή εμπειρία δεν θα λειτουργούν ανταγωνιστικά, αλλά συμπληρωματικά.

Για το Μουσείο Κοτσανά, το οποίο αναδεικνύει την ιστορία της τεχνολογίας και της ανθρώπινης εφευρετικότητας, το μουσείο του μέλλοντος συνδέεται άμεσα με την ίδια την έννοια της καινοτομίας: την ικανότητα του ανθρώπου να παρατηρεί, να δημιουργεί και να αναζητά νέους τρόπους κατανόησης του κόσμου.

Η τεχνολογία μπορεί να αλλάζει συνεχώς, όμως ο βασικός σκοπός του μουσείου παραμένει διαχρονικός: να εμπνέει, να εκπαιδεύει και να δημιουργεί ουσιαστικές εμπειρίες γνώσης. Το μουσείο του μέλλοντος δεν θα είναι μόνο ένας χώρος όπου παρουσιάζεται το παρελθόν, αλλά ένας χώρος όπου το παρελθόν γίνεται αφορμή για να σκεφτούμε και να δημιουργήσουμε το μέλλον.

## **23. Ποιες τεχνολογίες ή στρατηγικές θεωρείτε ότι θα επηρεάσουν περισσότερο τον μουσειακό χώρο τα επόμενα χρόνια;**

Τα επόμενα χρόνια θεωρούμε ότι ο μουσειακός χώρος θα επηρεαστεί σημαντικά από τεχνολογίες που ενισχύουν την εξατομίκευση, τη συμμετοχή και τη βιωματική σχέση του κοινού με το πολιτιστικό περιεχόμενο. Η τεχνολογική εξέλιξη προσφέρει συνεχώς νέα εργαλεία, όμως η πραγματική πρόκληση για τα μουσεία θα είναι να τα αξιοποιήσουν με τρόπο που να δημιουργεί ουσιαστικότερες εμπειρίες γνώσης.

Η τεχνητή νοημοσύνη (AI) αναμένεται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο, προσφέροντας δυνατότητες για πιο προσωποποιημένες εμπειρίες επίσκεψης, καλύτερη κατανόηση των αναγκών του κοινού και νέους τρόπους αλληλεπίδρασης με το πολιτιστικό περιεχόμενο. Παράλληλα, τεχνολογίες όπως η επαυξημένη και η εικονική πραγματικότητα (AR/VR) μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία πιο εμπυθιστικών εμπειριών, επιτρέποντας στους επισκέπτες να προσεγγίζουν ιστορικές περιόδους, αντικείμενα και ιδέες με νέους τρόπους.

Ιδιαίτερα σημαντική θεωρούμε και την εξέλιξη των υβριδικών εμπειριών, όπου ο φυσικός και ο ψηφιακός κόσμος συνδυάζονται. Το μουσείο δεν θα περιορίζεται μόνο στη στιγμή της επίσκεψης, αλλά θα μπορεί να διατηρεί μια συνεχή σχέση με τον επισκέπτη μέσα από ψηφιακές πλατφόρμες, εκπαιδευτικό περιεχόμενο και νέες μορφές αφήγησης.

Ωστόσο, πέρα από τις ίδιες τις τεχνολογίες, καθοριστικό ρόλο θα παίξουν οι στρατηγικές που τοποθετούν τον άνθρωπο στο κέντρο της εμπειρίας. Η συμμετοχικότητα, η προσβασιμότητα, η συμπερίληψη και η δημιουργία κοινοτήτων γύρω από το μουσείο αποτελούν εξίσου σημαντικές «καινοτομίες» με τα ψηφιακά εργαλεία.

Για το Μουσείο Κοτσανά, η τεχνολογία του μέλλοντος έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί συνδέεται άμεσα με αυτό που αναδεικνύει και η αρχαία ελληνική τεχνολογία: την ανθρώπινη ανάγκη για δημιουργία, ανακάλυψη και εξέλιξη. Οι τεχνολογίες αλλάζουν, αλλά η εφευρετικότητα και η αναζήτηση νέων λύσεων παραμένουν διαχρονικές.

#### **24. Υπάρχει κάτι επιπλέον που θα θέλατε να προσθέσετε σχετικά με τη σχέση μουσείου, τεχνολογίας και κοινού;**

Αυτό που θεωρούμε ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι η σχέση μουσείου, τεχνολογίας και κοινού δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται μόνο μέσα από την οπτική των σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων. Η τεχνολογία ήταν και παραμένει ένας τρόπος με τον οποίο ο άνθρωπος εκφράζει τη

δημιουργικότητά του, αναζητά λύσεις και προσπαθεί να κατανοήσει καλύτερα τον κόσμο γύρω του.

Στο Μουσείο Κοτσανά αυτή η σύνδεση βρίσκεται στον πυρήνα της ταυτότητάς μας. Μέσα από την ανάδειξη της αρχαίας ελληνικής τεχνολογίας επιχειρούμε να δείξουμε ότι πίσω από κάθε εφεύρεση δεν βρίσκεται μόνο ένας μηχανισμός, αλλά μια ανθρώπινη ιστορία: μια ανάγκη, μια ιδέα, ένας πειραματισμός και μια προσπάθεια εξέλιξης.

Η ψηφιακή εποχή μάς προσφέρει νέους τρόπους για να μεταφέρουμε αυτές τις ιστορίες σε περισσότερους ανθρώπους, να δημιουργήσουμε νέες μορφές συμμετοχής και να κάνουμε τη γνώση πιο ανοιχτή και προσβάσιμη. Ωστόσο, η ουσία παραμένει η ανθρώπινη σύνδεση: η στιγμή που ένας επισκέπτης εμπνέεται, αναρωτιέται και ανακαλύπτει κάτι νέο.

Πιστεύουμε ότι το μουσείο του σήμερα και του αύριο δεν είναι απλώς ένας χώρος διατήρησης του παρελθόντος, αλλά ένας ζωντανός οργανισμός που δημιουργεί διάλογο ανάμεσα στις εποχές. Η αρχαία τεχνολογία μάς υπενθυμίζει ότι η καινοτομία δεν είναι αποκλειστικό χαρακτηριστικό της εποχής μας, αλλά μια διαχρονική ανθρώπινη ανάγκη.

Ο στόχος μας είναι το Μουσείο Κοτσανά να συνεχίσει να λειτουργεί ως γέφυρα ανάμεσα στο παρελθόν, το παρόν και το μέλλον, αναδεικνύοντας ότι η γνώση και η δημιουργικότητα αποκτούν πραγματική αξία όταν μοιράζονται.

## Παράρτημα Β: Στρατηγική αναζήτησης για την ανασκόπηση πεδίου εφαρμογής

Ο παρακάτω πίνακας συνοψίζει τη στρατηγική αναζήτησης που εφαρμόστηκε για την ανασκόπηση εύρους που περιγράφεται στην Ενότητα 4.5, σύμφωνα με τα πλαίσια των Khalil et al. (2024), και παρουσιάζεται σύμφωνα με τον κατάλογο ελέγχου PRISMA-ScR (Tricco et al., 2018).

| Element                 | Detail                                                                                                                                             |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Databases searched      | Scopus, Web of Science, Google Scholar, MDPI                                                                                                       |
| Core search terms       | "museum" combined with: "digital communication," "cultural content," "storytelling," "social media," "audience participation," "museum experience" |
| Languages               | English and Greek                                                                                                                                  |
| Publication types       | Peer-reviewed journal articles, book chapters, conference proceedings, reputable institutional reports                                             |
| Date range              | Preferentially 2015 to present, with earlier foundational texts retained where central to the theoretical framework                                |
| Supplementary technique | Citation chaining/snowballing from key sources (e.g., Sylaiou and Fidas, 2022)                                                                     |
| Screening               | Title/abstract screening against inclusion and exclusion criteria (Section 4.5.4), followed by full-text screening of remaining records            |

Σημείωση: Τα συγκεκριμένα αριθμητικά αποτελέσματα της διαδικασίας αναζήτησης και διαλογής στη βάση δεδομένων (π.χ. ο αριθμός των εγγράφων που εντοπίστηκαν, διαλογήθηκαν και συμπεριλήφθηκαν σε κάθε στάδιο, τα οποία ιδανικά θα πρέπει να παρουσιάζονται ως διάγραμμα ροής PRISMA-ScR) πρέπει να συμπληρωθούν από τον ερευνητή με βάση τις πραγματικές αναζητήσεις που πραγματοποιήθηκαν στις βάσεις δεδομένων Scopus, Web of Science, Google Scholar και MDPI, και να εισαχθούν εδώ πριν από την υποβολή. Τα στοιχεία αυτά αφορούν αναγκαστικά τις ακριβείς ημερομηνίες αναζήτησης και τις εκδόσεις των βάσεων δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν και δεν μπορούν να ανακατασκευαστούν αξιόπιστα εκ των υστέρων.

## Παράρτημα Γ: Πλαίσιο κωδικοποίησης για τη συγκριτική έρευνα σχετικά με τις περιπτώσεις μουσείων

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει το πλήρες πλαίσιο κωδικοποίησης που εφαρμόστηκε στα δεκαέξι μουσεία της συγκριτικής έρευνας, όπως περιγράφεται στην ενότητα 4.6.4.

| Διάσταση κωδικοποίησης            | Κατηγορίες                                                                                                                                |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Τύπος μουσείου                    | Αρχαιολογία, ιστορία, τέχνη, σύγχρονη τέχνη, επιστήμη, εθνογραφία                                                                         |
| Τύποι περιεχομένου που παράγονται | Άρθρα, βίντεο, podcast, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψηφιακές εκθέσεις, εκπαιδευτικό υλικό                                   |
| Κύριοι ρόλοι επικοινωνίας         | Ενημέρωση, εκπαίδευση, αφήγηση ιστοριών, ψυχαγωγία, συμμετοχή, προώθηση της εικόνας της εταιρείας                                         |
| Στρατηγική κυρίαρχης αφήγησης     | Αφήγηση ιστοριών, αφήγηση με βάση αντικείμενα, φωνή του επιμελητή, ιστορίες που δημιουργούνται από τους χρήστες                           |
| Κανάλια επικοινωνίας              | Ιστοσελίδα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, YouTube, ενημερωτικά δελτία, εφαρμογές για κινητά, δραστηριότητες επί τόπου                        |
| Είδος εμπειρίας                   | Δια ζώσης, διαδικτυακά, υβριδικά                                                                                                          |
| Βαθμός διαδραστικότητας           | Χαμηλή, μέση, υψηλή                                                                                                                       |
| Μορφές συμμετοχής του κοινού      | Σχόλια, κοινοποίηση, crowdsourcing, συν-δημιουργία, κοινοτικά έργα                                                                        |
| Τεχνολογική διάσταση              | Ψηφιακές συλλογές, επαυξημένη/εικονική πραγματικότητα, chatbots, τεχνητή νοημοσύνη, τρισδιάστατες τεχνολογίες, εικονικές περιηγήσεις      |
| Μέτρα ένταξης και προσβασιμότητας | Πολύγλωσσο περιεχόμενο, υπότιτλοι, υλικό εύκολης ανάγνωσης, μέτρα προσβασιμότητας για άτομα με αναπηρίες, πρωτοβουλίες κοινωνικής ένταξης |
| Κυρίαρχος τόνος επικοινωνίας      | Θεσμικό, εκπαιδευτικό, αφηγηματικό, διαλογικό, ψυχαγωγικό                                                                                 |
| Κοινό-στόχος                      | Παιδιά, νέοι, οικογένειες, ειδικοί, τουρίστες, τοπικές κοινότητες                                                                         |

## Παράρτημα Δ: Δείγμα μουσείων που εξετάστηκαν στη συγκριτική έρευνα

Δείτε τον Πίνακα 5.1 στο Κεφάλαιο 5 για τον πλήρη κατάλογο των δεκαέξι μουσείων που εξετάστηκαν στη συγκριτική μελέτη, μαζί με τη χώρα, τον τύπο του μουσείου, τα κυρίαρχα κανάλια επικοινωνίας και μια αξιοσημείωτη ψηφιακή πρακτική που εντοπίστηκε για κάθε ίδρυμα.

*Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:*

*Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.*

*Η Δηλούσα*

*ΔΑΣΚΑΛΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ*