



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων

Διπλωματική Εργασία

**«Πρόταση για τη δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας με σκοπό
τη διασύνδεση και ενοποίηση των πολιτιστικών οργανισμών
Ελλάδας και άλλων ευρωπαϊκών χωρών στα πλαίσια της
Ευρωπαϊκής Ένωσης»**

Σοφία Κωνσταντάκη

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: «Ειρήνη Παπαδάκη»

Πάτρα, Μάιος, 2023

© Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, 2017

Η παρούσα Εργασία καθώς και τα αποτελέσματά της, αποτελούν συνιδιοκτησία του ΕΑΠ και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης, αναπαραγωγής και αναδιανομής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο και το συγγραφέα της Εργασίας καθώς και το όνομα του ΕΑΠ όπου εκπονήθηκε.



«Πρόταση για τη δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας με σκοπό τη διασύνδεση και ενοποίηση των πολιτιστικών οργανισμών Ελλάδας και άλλων ευρωπαϊκών χωρών στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης»

Κωνσταντάκη Σοφία

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

Ειρήνη Παπαδάκη

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Ιφιγένεια Μυλωνά

Πάτρα, Μάιος 2023

Περίληψη

Δεδομένων των σημερινών δύσκολων συνθηκών, της έλλειψης χρόνου, τους τοπικούς περιορισμούς, του γρήγορου ρυθμού της καθημερινότητας, των οικονομικό-πολιτικών δυσπραγιών αλλά και των εύθραυστων σχέσεων χωρών, διαπιστώσα πως το κοινό δεν έχει τη δυνατότητα και τον χρόνο ώστε να μπορεί να παρακολουθεί σε διαρκή βάση τις δράσεις όλων των πολιτιστικών οργανισμών που το ενδιαφέρουν. Επιπλέον στη σύγχρονη εποχή και ενώ η τεχνολογική εξέλιξη άνοιξε δρόμους και διαύλους λύνοντας πολλά από τα παραπάνω προβλήματα, το κοινό εξακολουθεί να μην έχει την ευκολία να μπορεί να ενημερώνεται και να παρακολουθεί τους οργανισμούς εκείνους που το ενδιαφέρουν πιο πολύ με αποτέλεσμα να μην είναι πλήρως εφικτή η δημιουργία σταθερής σχέσης κοινού και οργανισμών.

Έτσι γεννήθηκε η ιδέα να προταθεί η δημιουργία μιας ενιαίας ψηφιακής πλατφόρμας με σκοπό αφενός τη διασύνδεσή τους και αφετέρου τη δημιουργία των συνθηκών εκείνων που θα επιτρέψουν στο κοινό να μπορεί σε έναν ενιαίο ψηφιακό χώρο, να έχει ελεύθερη και ανεμπόδιστη πρόσβαση στην εκπαίδευση, την ενημέρωση, την παρακολούθηση και τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δράσεις πολιτιστικών οργανισμών στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες της Ευρώπης.

Η δημιουργία της ψηφιακής πλατφόρμας που προτείνουμε θα συνδέει τους πολιτιστικούς οργανισμούς Ελλάδας και άλλων χωρών της Ευρώπης, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και δράσεις, παρουσιάζοντας τα σε έναν ενιαίο χώρο, στα πλαίσια χάραξης μιας νέας εξωστρεφούς επικοινωνιακής στρατηγικής.

Η πλατφόρμα αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει έναυσμα για την αναγέννηση της ευρωπαϊκής πολιτιστικής δραστηριότητας έχοντας ως κοινό συνδετικό κρίκο, το κοινό το οποίο όπως έχουμε ήδη επισημάνει θα έχει τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά, να σχολιάζει, να συμμετέχει ενεργά στη δημιουργία νέων υβριδικών εκδηλώσεων, δράσεων, και στη δημιουργία βάσης/ αποθετηρίου με νέες καλλιτεχνικές ιδέες.

Σύμφωνα με την Hooper-Greenhill (1999) «η επικοινωνία νοείται ως διαδικασία συμμετοχής και συσχετισμού». Επομένως σημαντικό στοιχείο στο οποίο θα γίνει ιδιαίτερη μνεία είναι η μετατροπή του κοινού από απλό αποδέκτη μηνυμάτων και

πληροφοριών σε «συμμέτοχο/συνδιαμορφωτή» της ψηφιακής πλατφόρμας. Στόχος είναι η δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης με διάρκεια στο χρόνο.

Βασικός σκοπός της διπλωματικής εργασίας είναι η δημιουργία της ψηφιακής πλατφόρμας, η οποία θα ενώνει και θα αναδεικνύει τους πολιτιστικούς οργανισμούς αλλά και τις δράσεις και εκδηλώσεις αυτών στην Ελλάδα και σε χώρες της Ευρώπης, στο πλαίσιο χάραξης μιας φιλόδοξης και εξωστρεφούς επικοινωνιακής πολιτικής.

Τα αποτελέσματα που προσδοκούμε να φέρουμε εις πέρας στην παρούσα εργασία είναι η δημιουργία βάσεων για πολιτιστικές συμπράξεις που καταργούν τον τόπο, τον χρόνο, τις εξωτερικές και εσωτερικές δυσκολίες συνθήκες που επικρατούν αλλά και για νέους διαύλους επικοινωνίας στο εσωτερικό (οργανισμοί μεταξύ τους) και στο εξωτερικό περιβάλλον (αλληλεπίδραση με το κοινό).

Επίσης άλλοι στόχοι είναι η ελεύθερη ψηφιακή πρόσβαση στην εκπαίδευση, ενημέρωση, παρακολούθηση και συμμετοχή του Ευρωπαϊκού κοινού σε υβριδικές πολιτιστικές συμπράξεις των πολιτιστικών οργανισμών.

Ακόμη στόχος είναι, η εργασία αυτή να προτείνει νέες σύγχρονες μεθόδους με τις οποίες το κοινό να μπορεί να συμμετέχει ενεργά στη δημιουργία πολιτιστικής δραστηριότητας, μέσω σχολίων, ψηφιακών poll, Popup windows, ή ακόμα και μέσω μιας real-time conversation window για άμεση διαλογική επικοινωνία, καταθέτοντας σχόλια, καλλιτεχνικές ιδέες, δράσεις/εκδηλώσεις, προτιμήσεις, οι οποίες θα αξιολογούνται και κάποιες από αυτές θα υλοποιούνται.

Τέλος ευελπιστούμε η εργασία αυτή να αποτελέσει το έναυσμα για περαιτέρω μελέτη και έρευνα με σκοπό να μπορέσει να υλοποιηθεί η ιδέα που προτείνουμε.

Λέξεις – Κλειδιά

Λέξεις κλειδιά: ψηφιακή πλατφόρμα, ενοποίηση, δικτύωση, νέες τεχνολογίες, κοινό, branding, Brand name, πολιτισμός.

Abstract

Given today's difficult circumstances, the lack of time, local restrictions, the fast pace of everyday life, economic difficulties and fragile relations between countries, I found that the public does not have the ability and time to not be able to watch on a continuous basis the actions of all the political organizations that interest them. Except in the modern era and while the technological development has opened roads and channels solving many of the above problems, the public at least cannot easily inform and monitor those organizations that interest them most with the result that it is not fully possible. the creation of a stable relationship between the public and organizations.

This is how the idea was born to propose the creation of a single digital platform with the aim of connecting them on the one hand and on the other hand creating the conditions that could be made in a single digital space, to have free and unhindered access to education, information, monitoring and participation in events and actions of political organizations in Greece but also in other European countries.

The creation of the digital platform that we propose to connect the cultural organizations of Greece and other European countries, the cultural events and actions, presenting them in a single space, in the context of drawing up a new outward-facing communication strategy.

This platform could provide a trigger for the renaissance of European cultural activity, having as a common link the public that we have already pointed out as having the ability to interact, comment, actively participate in the creation of new hybrid events, actions, and in the creation of a base / repository with new artistic ideas.

An important element to which special mention will be made is the transformation of the public from a simple receiver of messages to a "participant/co-shaper" of the digital platform with the aim of creating a relationship of trust lasting over time.

The main purpose of the diplomatic work is the creation of the digital platform, which will unite and highlight the cultural organizations as well as their actions and events in Greece and in European countries, in the context of drawing up an ambitious and extroverted communication policy.

The results we expect to bring beyond this work are the creation of bases for cultural partnerships that eliminate place, time, external and internal difficult conditions that prevail but also for new channels of communication internally (organizations among themselves) and abroad . environment (interaction with the audience).

Also other goals are free digital access to education, information, monitoring and public participation in hybrid cultural partnerships of cultural organizations.

Also the aim is, this work does not propose new modern methods with these known methods can actively participate in the creation of cultural activity, through comments, digital polls, Popup windows, or even through a real-time chat for direct dialogue / discussion, submitting comments, artistic ideas, actions/events, preferences, which will be evaluated and some of which will be used.

Finally, we hope that this work will provide the impetus for further study and research in order to be able to use the idea we propose.

Keywords

digital platform, online, networking, new technologies, audience, branding, Brand name, culture.

Βιβλιογραφία

1. Καζάζη Μ.,(2003) Η Ψυχολογία του Αναγνώστη: Ψυχολογία της Ανάλυσης. Αθήνα: Έλλην
2. Hooper – Greenhill, E (1999) Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή. Αρχαιολογία και Τέχνες.
3. Σηφάκη, Ε (2015) Οπτική Επικοινωνία και Τέχνες: Ένα παράδειγμα ανάλυσης οπτικού σχεδιασμού.
4. Sifaki, E & Σηφάκης, Γ. (2007) Πολιτιστικό Μάρκετινγκ και Νέες Τεχνολογίες στην υπηρεσία των πολιτιστικών οργανισμών.
5. Αθανασοπούλου, Α. (2003) Ευαισθητοποίηση και συμμετοχή του κοινού, Τόμος Β΄. Πάτρα: ΕΑΠ
6. Δάλλας, Κ. (2003) Τεχνολογίες της πληροφορίας, Διαδίκτυο και πολιτιστική επικοινωνία, Τόμος Β΄. Πάτρα: ΕΑΠ
7. Πικοπούλου –Τσολάκη, Δ (2002) Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων, Τόμος Γ΄. Πάτρα: ΕΑΠ
8. Δάλλας, Κ. (2002) Αρχές και Μέθοδοι Επικοινωνίας, Τόμος Α΄. Πάτρα: ΕΑΠ
9. Koloka, Maria & Papadaki, Eirini. (2023). Performing Arts Organizations' Communication Through Posters in Greece: A Semiotic Approach. International Journal of Semiotics and Visual Rhetoric. 6. 1-16. 10.4018/IJSVR.319802.
10. Papadaki, Eirini. (2022). The semiotics of cultural organisations' on-line branding: the examples of the Metropolitan Opera of New York and the National Opera of Greece.
11. Έφη Κυπριανίδου, Ειρήνη Παπαδάκη (2018), Πολιτιστικοί Οργανισμοί στον ψηφιακό κόσμο: το ψηφιακό μάρκετινγκ σε μουσεία τέχνης και οργανισμούς παραστατικών τεχνών, Στο Πολιτιστικές Βιομηχανίες και Τεχνοπολιτισμός, εκδόσεις Νήσος – Κάπολα.
12. Vrana, Vasiliki & Kydros, Dimitrios & Kehris, Evangelos & Theocharidis, Anastasios-Ioannis & Kavavasilis, George. (2021). Top Museums on Instagram: A Network Analysis. 10.4018/978-1-7998-9020-1.ch052.
13. Λυγερά, Άννα & Papadaki, Eirini. (2022). Πολιτιστική ταυτότητα και διαμόρφωση της εικόνας του τόπου: Το παράδειγμα της Σάμου.

14. Ζαφειράκου, Α. (2002) Αρχές, μέθοδοι και τεχνικές οργάνωσης εκπαιδευτικών προγραμμάτων στα μουσεία. Τόμος Γ΄. Πάτρα: ΕΑΠ
15. Μακρή, Α. (2003) Μέσα Επικοινωνίας. Τόμος Β΄. Πάτρα: ΕΑΠ
16. Mahony, Simon & Spiliopoulou, A & Routsis, V & Kamposiori, C. (2017). Cultural institutions in the digital age: British Museum's use of Facebook Insights. Participations: Journal of Audience & Reception Studies. 11.
17. Μπόκος, Γ.Δ., (2002) Τεχνολογία και Πληροφόρηση: Από τη διαχείριση του βιβλίου στην διαχείριση της γνώσης. Αθήνα: Παπασωτηρίου.
18. Souliotou, Anastasia & Dimou, Paschalis. (2021). Σουλιώτου, Α.Ζ., & Δήμου, Π. (Σεπτέμβριος, 2021). «ΠΙΟΠ ΤΡΕΝΟ» : ένα (Δια)δικτυακό ταξίδι με παιδιά Δημοτικού στο Δίκτυο Μουσείων του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς. 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς – EuroMed 2021. Πολιτισμός, Παιδεία, Έρευνα, Καινοτομία, Ψηφιακές Τεχνολογίες, Τουρισμός. Αθήνα 30 Σεπτεμβρίου – 3 Οκτωβρίου 2021. Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου - Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής – Δίκτυο «ΠΕΡΡΑΙΒΙΑ».
19. Rani, Sunanda & Jining, Dong & Shah, Dhaneshwar & Xaba, Siyanda & Singh, Prabhat. (2023). Exploring the Potential of Artificial Intelligence and Computing Technologies in Art Museums. ITM Web of Conferences. 53. 01004. 10.1051/itmconf/20235301004.
20. Kaiser-Moro, Andrea & Sánchez-Mesa-Martínez, Domingo. (2023). Instagram as a participatory tool: A comparative analysis of six Spanish museums. Communication & Society. 36. 49-66. 10.15581/003.36.2.49-66.
21. Α, Μπούνια & Μ, Οικονόμου & Pitsiava, Evi-Maria. (2010). Μπούνια Α., Οικονόμου Μ., Πιτσιάβα Ε.Μ., «Η χρήση νέων τεχνολογιών σε μουσειακά εκπαιδευτικά προγράμματα: αποτελέσματα έρευνας στα ελληνικά μουσεία», στο Βέμη Μ. & Νάκου Ε. (επιμ.), Μουσεία & Εκπαίδευση, Νήσος, 2010, 335 – 347.
22. Μπόιλε, Μαρία & Sifaki, Eirini. (2016). Διάχυση και Υιοθέτηση Τεχνολογικών Καινοτομιών από τα Ελληνικά Μουσεία: Αποτελέσματα Έρευνας.
23. Μπαντιμαρούδης, Φ., (2011) Πολιτιστική Επικοινωνία: Όργανισμοί, θεωρίες, μέσα. Αθήνα: Κριτική.
24. Γκαντζιάς, Γ. (2002), «Νέες Τεχνολογίες, Πολιτιστική Διαχείριση και Νέα Οικονομία», στο Γκαντζιάς και Καμάρας, Η Ψηφιακή Επικοινωνία και τα Νέα Μέσα στην Ελληνική Κοινωνία των Πληροφοριών, Zeno Publisher, Louizou Publications, Λονδίνο, σελ. 57-92.

25. Fiske, J. (1992), Εισαγωγή στην επικοινωνία, Πατάκης, Αθήνα.
26. Μπαλτζής, Α. (2005), «Καλλιτεχνική επικοινωνία, μαζικά μέσα και δημοκρατία», στο Φραγκονικολόπουλος, Χ., (επιμέλεια), ΜΜΕ, κοινωνία και πολιτική. Ρόλος και λειτουργία στη σύγχρονη Ελλάδα, σελ. 611-642, Σιδέρης, Αθήνα
27. Manragani, Eleni. (2017). Μαυραγάνη, Ε (2017), Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων για την Ενίσχυση του Τουρισμού, in Τουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη, Συμβολές Ελλήνων Επιστημόνων. Εκδόσεις Παπαζήση.
28. Τζαναβάρα, Αντωνία & Κοσμά, Ιωάννα & Ηλία, Ιωάννα. (2019). Οι Νέες Τεχνολογίες ως εργαλείο άτυπης εκπαίδευσης στα σύγχρονα Μουσεία - Φόρουμ. Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση, Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη, Καινοτομία και Οικονομία. 2. 198. 10.12681/elrie.1582.
29. Lacet, Demetrius & Zeller, Maria & Martins, Paulo & Morgado, Leonel. (2022). Digital Storytelling approaches in Virtual Museums: Umbrella review of systematic reviews. 5. 23-43. 10.34624/jdmi.v5i13.29215.
30. Vlachvei, Aspasia & Kyparissis, A.. (2017). Museums On Facebook Wall: A case study of Thessaloniki'S Museums. Tourismos. 12. 75-96.
31. Μπουραντάς Δ., (2002). Μάνατζμεντ: Θεωρητικό υπόβαθρο. Σύγχρονες πρακτικές. Μπένου Γ. Αθήνα.
32. Hill, L. & O'Sullivan, C. & O'Sullován, T. & Whitehead, B. (2018). Creative Arts Marketing. Routledge. New York.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- **Museotek:**
(<https://museotek.net/ti-einai/>, 15/04/2023)
- **Cultural Heritage Experiences Chess Project**
(https://chessexperience.eu/?fbclid=IwAR2Evt9ku4nRWmnmr5Grs5KDm072Jmb2IUv83ZCVd6Z1hqT_f_gc58pIwYk, 15/04/2023)
- **Μουσείο της Ακρόπολης**
https://www.theacropolismuseum.gr/ereynitika-programmata/chess?fbclid=IwAR0D9UJ0VdUISsU-FzWY0wSLntU_wovNI8A1MYk9M898P9gC3DgWsbVoMqU, 15/04/2023)
- **Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης**
(<https://www.filmfestival.gr/el/>, 22/10/2022)
- **Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού**
(<https://www.culture.gov.gr/el/Information/SitePages/view.aspx?nID=3181>, 10/12/2022)
- **Ο ρόλος των μέσων κοινωνικών δικτύων στον σύγχρονο ψηφιακό πολιτισμό**
(<https://www.maxmag.gr/politismos/o-rolos-ton-meson-koinonikis-diktyosis-sto-sygchrono-psifiako-politismo/>, 10/04/2023)

- **Αμερικάνικος Σύνδεσμος Μάρκετινγκ**
(<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>, 30/12/2022).
- **Δημοτικό Μουσείο Καλαβρυτινού Ολοκαυτώματος**
(<https://www.dmko.gr/>, 20/12/2022)
- **Εθνική Βιβλιοθήκη Ελλάδος**
(<https://www.nlg.gr/>, 20/12/2022)
- **Εθνική Λυρική Σκηνή**
(<https://www.nationalopera.gr/>, 20/12/2022)
- **Ιστότοπος αγοράς ηλεκτρονικού εισιτηρίου**
(<https://www.ticketservices.gr/event/gno-voyage-dans-la-lune/?eventid=8684&showid=56014>, 3/04/2023)
- **Ίδρυμα Ωνάση**
(<https://www.onassis.org/el/health/onassis-health>, 1/12/2022)

Υπέθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.