



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

Διπλωματική Εργασία

Εφαρμογές πρακτικών δημιουργικής πόλης, νέες τεχνολογίες και
ανάδειξη τοπικού πολιτισμού «Στα Μονοπάτια της Επτάφυλης Θήβας»

ΣΟΥΛΙΩΤΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ

A.M. 164859

Επιβλέπων Καθηγητής

Καραχάλης Νικόλαος Γεώργιος

ΘΗΒΑ 2026

Ευχαριστίες

Η ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας κλείνει ένα απαιτητικό αλλά εξαιρετικά δημιουργικό ταξίδι στον χώρο της πολιτισμικής διαχείρισης.

Καταρχάς θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους διδάσκοντες του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στη Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, οι οποίοι με τη διδασκαλία τους και την επιστημονική τους κατάρτιση μου πρόσφεραν τα απαραίτητα θεωρητικά και πρακτικά εφόδια.

Ευχαριστώ τον Α΄ επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Νικόλαο Γεώργιο Καραχάλη, για την απλότητά του, την προσιτή του στάση και τη φιλική του διάθεση. Ήταν πάντα πρόθυμος και συνεργάσιμος, προσφέροντας ουσιαστικές συμβουλές και καίριες διορθώσεις που συνέβαλαν στην ακριβέστερη οργάνωση της σκέψης μου.

Ευχαριστώ τον Β΄ επιβλέποντα καθηγητή κ. Αντώνιο Κάργα, για την υποστήριξη και τον χρόνο που αφιέρωσε στην αξιολόγηση της προσπάθειάς μου. Η επαφή με το γνωστικό αντικείμενο της Οικονομίας του Πολιτισμού, κατά τη διάρκεια των ενοτήτων του μεταπτυχιακού προγράμματος αποτέλεσε σημαντική βάση για την κατανόηση σύγχρονων εργαλείων και τη διεύρυνση της ερευνητικής μου οπτικής.

Ιδιαίτερη μνεία και ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στους ανθρώπους της πόλης μου, τους συμμετέχοντες της ποιοτικής έρευνας. Με την προθυμία τους, τον πολύτιμο χρόνο τους, τη βαθιά γνώση του αντικειμένου τους και τον θεσμικό τους ρόλο, συνέβαλαν καθοριστικά στην τεκμηρίωση αυτής της προσπάθειας, μετατρέποντας την έρευνα σε έναν ουσιαστικό διάλογο με τη ζωντανή πραγματικότητα της πόλης. Ευχαριστώ θερμά:

- Τον κ. Γεώργιο Αναστασίου, Δήμαρχο Θηβαίων.
- Την κ. Αλεξάνδρα Χαραμή, Αρχαιολόγο και Προϊσταμένη της Εφορείας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας.
- Τον κ. Λάζαρο Παπαδόπουλο, Καθηγητή-Φιλολόγο, ιδρυτικό μέλος και σκηνοθέτη του Θηβαϊκού Πειραματικού Θεάτρου (ΘΗΠΕΘΕ).
- Τον κ. Ηλία Τραμπάκουλο, Πρόεδρο της Ένωσης Μικρασιατών Θήβας.
- Τον κ. Αναστάσιο Φρούσιο, Πρόεδρο του Συλλόγου Πολιτιστικής Ανάπτυξης Θήβας «ΛΑΪΟΣ».

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει τις δυνατότητες αναζωογόνησης του πολιτιστικού αποθέματος της Θήβας μέσω μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής Επαυξημένης Πραγματικότητας με τίτλο «Στα Μονοπάτια της Επτάπυλης Θήβας». Η Θήβα διαθέτει ένα μυθολογικό και ιστορικό απόθεμα παγκόσμιας αναγνωρισιμότητας, το οποίο όμως δεν έχει αποδοθεί ακόμα στο σύνολο των δυνατοτήτων του, καθώς τα μνημεία της παραμένουν ενσωματωμένα στον αστικό ιστό, αποσπασματικά και χωρίς ενιαία ερμηνευτική αφήγηση. Στο πλαίσιο της θεωρίας της Δημιουργικής Πόλης και των αρχών του place branding, η εργασία προτείνει μια AR διαδρομή εννέα τοπόσημων ως μηχανισμό γεφύρωσης του χάσματος μεταξύ φήμης και βιωμένης εμπειρίας. Η έρευνα στηρίζεται σε ποιοτική μεθοδολογία με πέντε ημιδομημένες συνεντεύξεις και θεματική ανάλυση κατά Braun & Clarke (2006). Τα ευρήματα αναδεικνύουν ομόφωνη αποδοχή της AR ως κατάλληλου εργαλείου, ενώ η βιωσιμότητα αναδεικνύεται ως διοικητικό και όχι τεχνικό ζήτημα. Η πρόταση ολοκληρώνεται με τον σχεδιασμό αφηγηματικής δομής, την αρχιτεκτονική της εφαρμογής και ένα θεσμικό πλαίσιο υλοποίησης, το οποίο ευθυγραμμίζεται με τον επιχειρησιακό σχεδιασμό του Δήμου Θηβαίων, καθώς και με το πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ» του ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ και προβλέπει συνεργασία με την Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας.

Λέξεις-Κλειδιά

Επαυξημένη Πραγματικότητα, ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή, δημιουργική πόλη, city branding, Θήβα.

ABSTRACT

This paper examines the possibilities of revitalizing the cultural heritage of Thebes through a digital Augmented Reality cultural route entitled “On the Paths of Seven-Gated Thebes”. Thebes possesses a mythological and historical heritage of global recognition that has yet to be rendered to its full potential, as its monuments remain embedded in the urban fabric, fragmented and without a unified interpretive narrative. Within the framework of the Creative City theory and the principles of place branding, the paper proposes an AR route of nine landmarks as a mechanism to bridge the gap between reputation and lived experience. The research is based on a qualitative methodology with five semi-structured interviews and thematic analysis according to Braun & Clarke (2006). The findings highlight a unanimous acceptance of AR as an appropriate tool, while sustainability emerges as an administrative and not a technical issue. The proposal concludes with the design of a narrative structure, application architecture, and an institutional implementation framework, which aligns with the operational planning of the Municipality of Thebes, as well as the “POLIS” program of DIAZOMA and foresees collaboration with the Ephorate of Antiquities of Boeotia.

Keywords

Augmented Reality, digital cultural route, creative city, city branding, Thebes.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
Αντικείμενο.....	8
Σκοπιμότητα.....	8
Μεθοδολογία.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΠΟΛΗ & ΒΙΩΣΙΜΗ	
ΑΝΑΠΤΥΞΗ	10
1.1. Η έννοια και η εξέλιξη της Δημιουργικής πόλης.....	10
1.2. Πολιτιστική διαχείριση και αστική αναγέννηση, από τη θεωρία στην εφαρμογή	13
1.3. Οι πυλώνες της βιωσιμότητας στον πολιτισμό	14
1.3.1. Ο Πολιτισμός ως τέταρτος Πυλώνας της Βιωσιμότητας.....	15
1.3.2. Οικονομική, Κοινωνική και Περιβαλλοντική Διάσταση.....	16
1.4. Συμμετοχικός σχεδιασμός: Η σημασία της συνεργασίας με την τοπική κοινωνία	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΠΟ ΤΟΝ ΦΥΣΙΚΟ ΧΩΡΟ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	20
2.1. Ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά, έννοιες και θεσμικό πλαίσιο	21
2.2. Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR)	23
2.2.1. Ορισμός και χαρακτηριστικά της AR.....	23
2.2.2. Η AR στον πολιτισμό, από την θεωρία στην εφαρμογή.....	24
2.2.3. Αποδοχή ψηφιακών εφαρμογών στον πολιτιστικό τομέα	25
2.3. Gamification στην πολιτιστική κληρονομιά	25
2.4. Place Branding: Θεωρητικά μοντέλα ταυτότητας τόπου.....	27
2.5. Το μοντέλο των ψηφιακών πολιτιστικών διαδρομών, διεθνείς πρακτικές	29
2.5.1. Το μοντέλο των ψηφιακών πολιτιστικών διαδρομών.....	29
2.5.2. Διεθνείς πρακτικές	31
2.6. Τεχνολογίες επανανοηματοδότησης του χώρου: Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) και ψηφιακή αφήγηση.....	32
2.7. Ψηφιακή στρατηγική και City Branding: Θεωρητικές προσεγγίσεις βιώσιμης ανάδειξης	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΘΗΒΑΣ: ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ & ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	35
3.1. Ιστορική εξέλιξη του αστικού τοπίου και η σημασία των τοπόσημων της Θήβας	35
3.2. Καταγραφή πολιτιστικού αποθέματος.....	37
3.2.1. Επιλογή και αξιολόγηση των τοπόσημων της διαδρομής	39
3.3. Ανάλυση PESTEL: Το εξωτερικό περιβάλλον της Θήβας.....	44
3.4. Η Θήβα ως πεδίο εφαρμογής πρακτικών δημιουργικής πόλης	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	52
4.1. Σκοπός, ερευνητικά ερωτήματα και υποθέσεις	52

4.2. Ποιοτική ερευνητική προσέγγιση και τριγωνοποίηση	53
4.3. Αξιοπιστία και εγκυρότητα έρευνας	55
4.3.1. Αξιοπιστία συνέντευξης.....	55
4.3.2. Εγκυρότητα συνέντευξης.....	56
4.4. Επιλογή δείγματος και διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	57
4.5. Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων και εργαλεία αξιολόγησης	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΑΝΑΛΥΣΗ & ΣΥΝΘΕΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	60
5.1. Παρουσίαση δεδομένων ποιοτικής έρευνας	60
5.2. Ανάλυση, ερμηνεία ευρημάτων, και θεματική σύνθεση	65
5.3. Ανάλυση SWOT, σύνθεση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος	68
5.4. Συμπεράσματα κεφαλαίου	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ: «ΣΤΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΤΗΣ ΕΠΤΑΠΥΛΗΣ ΘΗΒΑΣ»	73
6.1. Σχεδιασμός Πολιτιστικής Διαδρομής. Τοπόσημα και αφηγηματική δομή.....	73
6.2. Αρχιτεκτονική της AR εφαρμογής, ψηφιακό περιεχόμενο και αφηγηματική ταυτότητα.....	80
6.3. Θεσμικό πλαίσιο, βιωσιμότητα και city branding	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ & ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ	86
7.1. Βασικά συμπεράσματα και αξιολόγηση της πρότασης	86
7.2. Μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις.....	90
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΠΙΝΑΚΑΣ ΘΕΜΑΤΙΚΗΣ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	103
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ... 107	

Εισαγωγή

Η Θήβα αποτελεί ένα παράδειγμα αστικού παλίμψηστου, όπου κατοικείται αδιάκοπα από την προϊστορία έως σήμερα, φέροντας στον αστικό της ιστό επάλληλα στρώματα ιστορικής μνήμης από την νεολιθική εποχή έως την νεότερη περίοδο. Μνημεία διαφορετικών εποχών συνυπάρχουν με τον ζωντανό αστικό ιστό, ενώ παράλληλα η πόλη φέρει έναν από τους πλουσιότερους μυθολογικούς κύκλους της αρχαιότητας, με αφηγήσεις παγκόσμιας εμβέλειας που από την ίδρυση της Καδμείας έως τον κύκλο των Λαβδακιδών έχουν διαμορφώσει τη συλλογική μνήμη του δυτικού πολιτισμού.

Ωστόσο αυτή η πολιτιστική πυκνότητα δεν έχει μεταφραστεί ακόμα σε αντίστοιχη βιωμένη εμπειρία για τον σύγχρονο κάτοικο και επισκέπτη. Το παγκόσμιο αυτό απόθεμα παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτο ως πολιτιστικός πόρος, καθώς τα μνημεία της είναι ενσωματωμένα στον αστικό ιστό, αποσπασματικά και χωρίς ενιαία αφηγηματική σύνδεση, με αποτέλεσμα η δυναμική της πόλης να μην αποτυπώνεται ανάλογα στην επισκεψιμότητά της. Το κενό ανάμεσα στη φήμη και στην εμπειρία αποτελεί το κεντρικό ερώτημα που η παρούσα εργασία θα διερευνήσει και το έναυσμα για την πρόταση που αναπτύσσεται στις σελίδες που ακολουθούν.

Αντικείμενο

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι ο σχεδιασμός μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής Επαυξημένης Πραγματικότητας με τίτλο «Στα Μονοπάτια της Επτάπυλης Θήβας». Πρόκειται για μια καινοτόμο παρέμβαση που αναλαμβάνει να ζωντανέψει εννέα στρατηγικά τοπόσημα της πόλης, ενοποιώντας τα διάσπαρτα ιστορικά ίχνη σε ένα συνεκτικό βιωματικό δίκτυο. Μέσα από την αξιοποίηση των επάλληλων στρωμάτων μνήμης και του πλούσιου μυθολογικού της κύκλου της Θήβας, η πρόταση στοχεύει να καταστήσει το ιστορικό απόθεμα ορατό και βιώσιμο για τον σύγχρονο επισκέπτη μέσα στον αστικό ιστό.

Σκοπιμότητα

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των δυνατοτήτων αναζωογόνησης του πολιτιστικού αποθέματος της Θήβας μέσω ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής Επαυξημένης Πραγματικότητας, στο πλαίσιο της θεωρίας της Δημιουργικής Πόλης και των αρχών του place branding. Η εργασία εκκινεί από την διαπίστωση ότι η Θήβα διαθέτει ήδη τις πρώτες ύλες της δημιουργικής πόλης κατά Landry (2000), χωρίς όμως τον μηχανισμό που τις μετατρέπει σε βιωματική εμπειρία και οικονομική αξία. Η ψηφιακή διαδρομή AR διερευνάται ως ένας τέτοιος

μηχανισμός, που επιχειρεί να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ νοητού και βιωμένου χώρου (Lefebvre, 1991), και να επανασυνδέσει τα αποσπασματικά τοπόσημα σε αφηγηματικό σύνολο.

Μεθοδολογία

Η έρευνα δομείται γύρω από τέσσερα ερευνητικά ερωτήματα που αφορούν τη συμβολή των πρακτικών δημιουργικής πόλης στην αναζωογόνηση του αστικού χώρου, την καταλληλότητα των ψηφιακών εργαλείων AR για την ανάδειξη της κληρονομιάς, την στάση της τοπικής κοινωνίας απέναντι στην ψηφιακή παρέμβαση και τις προϋποθέσεις βιωσιμότητάς της, καθώς και τη δυνατότητα της προτεινόμενης διαδρομής να λειτουργήσει ως εργαλείο city branding και επανοικειοποίησης της ιστορικής ταυτότητας από τους κατοίκους της πόλης. Για την απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα υιοθετείται η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση, με πέντε ημιδομημένες συνεντεύξεις σε εκπροσώπους φορέων, (δημοτική αρχή, εφορία αρχαιοτήτων, πολιτιστικοί σύλλογοι) και θεματική ανάλυση σύμφωνα με την θεωρία Braun & Clarke (2006).

Η εργασία διαρθρώνεται σε επτά κεφάλαια, από το θεωρητικό υπόβαθρο και την ανάλυση του πολιτιστικού αποθέματος της Θήβας έως τη μεθοδολογία, τα ευρήματα, την πρόταση παρέμβασης και τα συμπεράσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΠΟΛΗ & ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η σύγχρονη αστική ανάλυση σήμερα καταγράφει την οριστική απομάκρυνση από το παραδοσιακό εργοστάσιο προς μια οικονομία χτισμένη στην πληροφορία και την πολιτισμική ταυτότητα. Αυτή η μετάβαση αναδιατάσσει ριζικά την κοινωνική δομή. Ο αστικός χώρος λειτουργεί πλέον ως ένα οικοσύστημα απόλυτα εξαρτημένο από το δημιουργικό κεφάλαιο των ανθρώπων του. Η ικανότητα μιας πόλης να απορροφά τους κραδασμούς των συνεχών αλλαγών κρίνεται άμεσα από αυτό ακριβώς το απόθεμα γνώσης και ιδεών.

1.1 Η έννοια και η εξέλιξη της Δημιουργικής πόλης

Η κατάρρευση του βιομηχανικού προτύπου άφησε πίσω της τεράστια κενά, με μονάδες παραγωγής να κλείνουν και ολόκληρες συνοικίες να μαραζώνουν. Μέσα από αυτή τη συνθήκη γεννήθηκε το μοντέλο της «Δημιουργικής Πόλης». Τα μεγάλα αστικά κέντρα αναγκάστηκαν να βρουν άμεσα έναν εντελώς νέο λόγο ύπαρξης για να μην παρακμάσουν. Η ανθρώπινη δημιουργικότητα πήρε κυριολεκτικά τη θέση της παλιάς γραμμής παραγωγής. Αποτελεί πια το βασικό εργαλείο για την οικονομική ανασυγκρότηση των σύγχρονων κοινωνιών. Οι πρώτες αναφορές στον όρο εμφανίζονται το 1985, όταν ο Andersson στο έργο του *Creativity and regional development*, συνέδεσε ευθέως την οικονομική πρόοδο με τον πολιτισμό και την γνώση. Τρία χρόνια αργότερα, ο David Yencken (1988) διεύρυνε την έννοια. Πρότεινε να αξιολογούνται οι πόλεις όχι μόνο βάσει της λειτουργικής αποτελεσματικότητάς τους, αλλά κυρίως από την ικανότητά τους να παράγουν ποιότητα ζωής και να εμπνέουν τους κατοίκους τους. (Kunzmann, 2004).

Η κατανόηση αυτής της έννοιας απαιτεί να αντιμετωπιστεί ο αστικός χώρος ως αποτέλεσμα κοινωνικών και πολιτικών συσχετισμών, όχι ως τεχνικό πρόβλημα αστικής οργάνωσης. Στο «Δικαίωμα στην Πόλη» (1968/2006), ο Lefebvre θέτει το ηθικό και πολιτικό πρόταγμα της ενεργού συμμετοχής των πολιτών στην διαμόρφωση του αστικού γίγνεσθαι. Η πόλη δεν νοείται ως τυποποιημένο προϊόν κατανάλωσης, αλλά ως ένα συνολικό «έργο» σε διαρκή εξέλιξη. Ο πολίτης παύει να είναι απλός χρήστης του χώρου. Γίνεται συν-δημιουργός, που διεκδικεί το δικαίωμα σε μια αυθεντική κοινωνική ζωή, μακριά από την εμπορευματοποίηση του μοντερνισμού.

Η θεωρητική θεμελίωση αυτής της προσέγγισης εμβαθύνεται στο έργο *The Production of space* (1991). Ο χώρος, κατά τον Lefebvre, δεν υπάρχει ως κάτι φυσικό ή δεδομένο. Ο αστικός χώρος παράγεται διαρκώς. Οι κινήσεις του κεφαλαίου και οι αποφάσεις του πολεοδομικού σχεδιασμού ορίζουν το πλαίσιο, ενώ η καθημερινή ρουτίνα των κατοίκων έρχεται να του δώσει υπόσταση. Σε αυτό το πεδίο αποτυπώνεται μια σκληρή ιεραρχία εξουσίας. Ο ίδιος ο χώρος δείχνει καθαρά ποιος έχει τη δύναμη να χαράσσει τις ζώνες ανάπτυξης και ποιος απλώς υφίσταται τις συνέπειες αυτού του σχεδιασμού. Ο Lefebvre αναπτύσσει την θεωρία της «χωρικής τριάδας». Διακρίνει τον αντιληπτό χώρο (την υλική πραγματικότητα), τον νοητό (τον χώρο των σχεδιαστών και τεχνοκρατών) και τον βιωμένο (τον χώρο των συμβόλων και της καθημερινής εμπειρίας). Αν ο σχεδιασμός της δημιουργικής πόλης περιοριστεί αποκλειστικά στο επίπεδο του νοητού χώρου αποξενώνεται από τον βιωμένο χώρο της κοινωνικής βάσης. Αυτή η απόσταση μεταξύ σχεδιασμού και βιωμένης εμπειρίας αποτελεί για τον Lefebvre το πλέον επικίνδυνο σύμπτωμα αστικής αλλοτρίωσης.

Ο κίνδυνος που ανέδειξε ο Lefebvre δεν παρέμεινε θεωρητικό ζήτημα. Για τον David Harvey η εμπορευματοποίηση του αστικού χώρου αποτελεί τον ίδιο μηχανισμό της αστικής ανάπτυξης. Στην «Κατάσταση της Μετανεωτερικότητας» (Harvey, 2009) αναλύει πως η μετάβαση από τη μαζική παραγωγή στην «ευέλικτη συσσώρευση» μεταμορφώνει τον τρόπο που διακυβερνάται η πόλη. Η πόλη απομακρύνεται από τον ρόλο του κοινωνικού προστάτη και μετατρέπεται σε εμπορεύσιμο «θέαμα», όπου η τοπική αυθεντικότητα και η διαφορετικότητα παύουν να είναι στοιχεία ταυτότητας και γίνονται εργαλεία μάρκετινγκ για την προσέλκυση κεφαλαίων. Το παράδειγμα της Βαλτιμόρης το τεκμηριώνει. Η ανάπτυξη του λιμανιού στη δεκαετία του 1980 χάρισε στην πόλη διεθνή αναγνωρισιμότητα, ενώ εκτόπισε τις εργατικές γειτονιές που της είχαν δώσει τον χαρακτήρα της (Harvey, 2009). Αστική αναγέννηση και κοινωνικός αποκλεισμός, για τον Harvey, συμπορεύονται.

Η κριτική του Harvey δεν στρέφεται ενάντια στη δημιουργικότητα ως εργαλείο. Στρέφεται ενάντια στις δομές εξουσίας την που την οικειοποιούνται. Η απάντησή του είναι πολιτική και δομική, όχι διαχειριστική. Ακριβώς αυτό το κενό, ανάμεσα στη δομική κριτική και στη δυνατότητα πρακτικής παρέμβασης σε επίπεδο πόλης, επιχειρεί να καλύψει ο Charles Landry.

Στο *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators* (2000), ο Landry πρότεινε τη δημιουργικότητα ως πρώτη ύλη για την αναδιάρθρωση των πόλεων που πλήττονται από την παρακμή του βιομηχανικού μοντέλου. Η δημιουργική πόλη κατά τον Landry, είναι ζωντανός οργανισμός που χρησιμοποιεί τον πολιτισμό ως μέσο επίλυσης προβλημάτων. Το συγκριτικό

πλεονέκτημα κάθε πόλης βρίσκεται στην τοπική ιδιαιτερότητά της. Η περίπτωση της Γλασκώβης είναι ενδεικτικό παράδειγμα πολιτισμικής αναγέννησης. Η πόλη, αντιμέτωπη με τις συνέπειες της αποβιομηχάνισης, ανέδειξε το 1990 ως ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Πολιτισμού έναν νέο αστικό ρόλο που στηρίχτηκε πρωταρχικά στην ενεργοποίηση του τοπικού πολιτιστικού αποθέματος και στον πολιτιστικό προγραμματισμό, χωρίς αυτό να σημαίνει απουσία επενδύσεων, αλλά μετατόπιση της λογικής τους από το σκληρό υλικό ύφος στη μαλακή ισχύ του πολιτισμού (Garcia, 2005, Mooney, 2004).

Ενώ ο Landry εστιάζει στα εργαλεία αστικής μετάπλασης, ο Richard Florida τοποθετεί στο επίκεντρο το ανθρώπινο δυναμικό. Σύμφωνα με την θεωρία του υπάρχει μια τάξη ανθρώπων, η Δημιουργική Τάξη και είναι αυτοί που ωθούν την οικονομική ανάπτυξη μιας πόλης. Στο έργο του *The Rise of the Creative Class* (2002), υποστηρίζει ότι η αστική ανάπτυξη στον 21^ο αιώνα δεν εξαρτάται από παραδοσιακές υποδομές αλλά από την ικανότητα μιας πόλης να προσελκύει και να διατηρεί τη «Δημιουργική Τάξη». Επιστήμονες, μηχανικοί, καλλιτέχνες, και επαγγελματίες της τεχνολογίας αποτελούν αυτήν τη δημιουργική τάξη που κατά τον Florida παράγει οικονομική αξία μέσω γνώσης και καινοτομίας.

Το μοντέλο του Florida βασίζεται στα 3T:Τεχνολογία (Technology), Ταλέντο (Talent), Ανεκτικότητα (Tolerance). Η Τεχνολογία αφορά τη συγκέντρωση καινοτομίας σε μια περιοχή, το Ταλέντο το υψηλό μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων, και η Ανεκτικότητα τη δυνατότητα της πόλης να δέχεται διαφορετικούς ανθρώπους και ιδέες. Η δημιουργική τάξη ριζώνει σε μέρη που διαθέτουν και τα τρία στοιχεία. Και τα τρία στοιχεία είναι αναγκαία. Κανένα δεν αρκεί από μόνο του.

Η έννοια της «Δημιουργικής Πόλης» ισορροπεί ανάμεσα σε δύο αντίρροπες δυνάμεις, την ανάγκη για οικονομική επιβίωση και καινοτομία (Landry, Florida) και την επιταγή για κοινωνική δικαιοσύνη και διασφάλιση του «δικαιώματος στην πόλη» (Lefebvre, Harvey). Το σύγχρονο στοίχημα δεν εξαντλείται στην άκριτη υιοθέτηση εργαλείων τουριστικής προβολής. Το ζητούμενο είναι ένα μοντέλο που δεν θυσιάζει την κοινωνική συνοχή στο βωμό της οικονομικής μεγέθυνσης. Αυτή η αναγκαία σύζευξη θέτει σε πρώτο πλάνο την πολιτιστική διαχείριση ως κεντρικό μοχλό για μια αστική αναζωογόνηση με κοινωνικό αποτύπωμα.

1.2 Πολιτιστική διαχείριση και αστική αναγέννηση, από την θεωρία στην εφαρμογή

Αν η «Δημιουργική Πόλη» αποτελεί το θεωρητικό πλαίσιο, η πολιτιστική διαχείριση είναι ο μηχανισμός που υλοποιεί αυτό το όραμα στο πεδίο της πόλης. Η σύγχρονη αστική αναζωογόνηση υπερβαίνει τις παραδοσιακές πολεοδομικές αναπλάσεις. Δεν στοχεύει μόνο στη βελτίωση κτιρίων και υποδομών, αλλά στην κοινωνική και οικονομική επανεκκίνηση των περιοχών μέσω του πολιτισμού. Η διαχείριση των πολιτιστικών πόρων αναδεικνύεται έτσι σε κεντρική πολιτική επιλογή για την αναμόρφωση της αστικής ταυτότητας.

Η παραδοσιακή αντιμετώπιση του αστικού χώρου εστίαζε συχνά στο υλικό περιβάλλον της πόλης, δηλαδή στις υποδομές που μπορούν να αγγιχτούν και να χαρτογραφηθούν γεωμετρικά, όπως κτίρια, μουσεία και μνημεία. Οι Landry και Bianchini (1995) υποστήριξαν ότι η «Δημιουργική Πόλη» χρειάζεται επιπλέον υποδομές που να δίνουν νόημα στο χώρο. Πρόκειται για ένα άυλο δίκτυο που να περιλαμβάνει το ανθρώπινο κεφάλαιο, τη γνώση, τα κοινωνικά δίκτυα και τη συλλογική μνήμη. Μόνο αυτό το άυλο υπόβαθρο μπορεί να μετατρέψει τις υλικές υποδομές, σε παραγωγό προστιθέμενης αξίας.

Το μεγάλο στοίχημα για την πολιτιστική διαχείριση σήμερα βρίσκεται στη γεφύρωση της υλικής υποδομής με το άυλο συμβολικό κεφάλαιο μιας περιοχής (Καραχάλης, 2017). Τα κτίρια και τα μνημεία αποκτούν πραγματική αξία μόνο όταν μπολιαστούν με τη συλλογική μνήμη. Οι τοπικές αφηγήσεις των ανθρώπων έρχονται να δώσουν πνοή στην πέτρα και το τσιμέντο, μετατρέποντας τον άψυχο πολεοδομικό ιστό σε έναν ζωντανό φορέα ταυτότητας. Η διαχείριση αυτών των πόρων δεν αφορά μόνο τη συντήρηση μνημείων, αλλά τον επαναπροσδιορισμό της χρήσης τους, ώστε να προσελκύσουν νέες δραστηριότητες και να ενισχύσουν την ελκυστικότητα της πόλης (G. Evans, 2009). Οι αφηγήσεις και οι εμπειρίες που παράγει ο τόπος είναι η κινητήρια δύναμη που μετατρέπει έναν ιστορικό χώρο σε ένα ζωντανό πολιτιστικό προορισμό (Καραχάλης & Δέφνερ, 2012).

Ο ρόλος της πολιτιστικής διαχείρισης δεν περιορίζεται στον τεχνικό συντηρητή. Αναλαμβάνει να γεφυρώσει την αισθητή ανάπλαση με τη στρατηγική ταυτότητα της πόλης. Το ζητούμενο είναι η νοηματοδότηση του χώρου, ώστε ο αστικός ιστός να καταστεί κάτι παραπάνω από μια ωραία εικόνα, βιώσιμος και λειτουργικός για τους ανθρώπους που τον κατοικούν.

Ένα από τα βασικά εργαλεία της πολιτιστικής διαχείρισης είναι η ανάπτυξη των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών. Όπως επισημαίνει ο Β. Αυδίκος (2014), οι βιομηχανίες αυτές από τις τέχνες και την τεχνολογία, έως το design δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και

προσδίδουν προστιθέμενη αξία στην τοπική κοινωνία. Η συγκέντρωση δημιουργικών δραστηριοτήτων μπορεί να αλλάξει ριζικά τον χαρακτήρα υποβαθμισμένων περιοχών. Ο Andy Pratt (2010) θέτει ένα σαφές όριο σε αυτή τη διαδικασία. Η πολιτιστική διαχείριση καλείται να κρατήσει μια εξαιρετικά λεπτή ισορροπία ανάμεσα στα οικονομικά οφέλη και τον σεβασμό της τοπικής κουλτούρας. Όταν ο πολιτισμός εργαλειοποιείται αποκλειστικά για το κέρδος, η ταυτότητα της πόλης κινδυνεύει με πλήρη εμπορευματοποίηση. Για να αποφευχθεί αυτή η παγίδα, η αναζωογόνηση ενός τόπου πρέπει να σχεδιαστεί προσεκτικά με βάση τον τρόπο που συστήνεται στον έξω κόσμο. Το city Branding αναλαμβάνει αυτόν ακριβώς το ρόλο. Οργανώνει στρατηγικά την εικόνα της πόλης και προβάλλει τα αυθεντικά της χαρακτηριστικά στο κοινό.

Οι Καραχάλης & Δέφνερ (2012), υποστηρίζουν ότι η συγκέντρωση πολιτιστικών δράσεων στο κέντρο της πόλης ενισχύει την εικόνα της και τη διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό. Το branding λειτουργεί εδώ ως «επιβεβαίωση ταυτότητας» βασισμένη στα πραγματικά πλεονεκτήματα του τόπου και όχι ως απλή διαφημιστική καμπάνια.

Για να είναι επιτυχής η διαχείριση εικόνας της πόλης, πρέπει να στηρίζεται στην αφήγηση. Ο Μεταξάς (2010), τονίζει ότι η ανάδειξη της τοπικής ιδιαιτερότητας αποτελεί το κλειδί για την προσέλκυση επισκεπτών. Η πολιτιστική διαχείριση συνδέει τις ιστορίες του τόπου σε ένα ενιαίο αφήγημα, μετατρέποντας τις υλικές υποδομές σε βιωματική εμπειρία. Αυτή η λογική αποτελεί και τη βάση για τον σχεδιασμό της πολιτιστικής διαδρομής που θα αναπτυχθεί στη συνέχεια.

Τέλος η αναζωογόνηση παραμένει κενό γράμμα αν δεν αφορά τους ίδιους τους κατοίκους. Η Κουρή (2020), υπογραμμίζει τη σημασία ανάπτυξης κοινού, επισημαίνοντας ότι οι πολίτες πρέπει να είναι συν-δημιουργοί της πολιτιστικής ταυτότητας. Η πολιτιστική διαχείριση οφείλει να υπηρετεί τη βιώσιμη ανάπτυξη, συνδέοντας την προστασία της κληρονομιάς με τη βελτίωση της ποιότητας ζωής. (Καραχάλης, 2015).

1.3 Οι πυλώνες της βιωσιμότητας στον πολιτισμό

Από τον 18^ο αιώνα έως και το μεγαλύτερο μέρος του 20^{ου}, η ανάπτυξη ταυτίστηκε σχεδόν αποκλειστικά με οικονομικά μεγέθη και βιομηχανική παραγωγή, δημιουργώντας αυτό που ο Πασχαλίδης (2002) ονομάζει «μύθο της ανάπτυξης». Η παραδοχή ότι η τεχνολογική πρόοδος θα οδηγούσε αυτόματα στην κοινωνική ευημερία, κατέρρευσε μετά τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές κρίσεις της δεκαετίας του 1970. Η έκθεση Brundtland (1987) εισήγαγε τον ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, εκείνης που «...εκπληρώνει τις παρούσες ανάγκες, χωρίς να

διακινδυνεύει τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες», θέτοντας τις βάσεις για έναν επανορισμό της σχέσης ανθρώπου, περιβάλλοντος και πολιτισμού. (Ο. Ε. Ασταρά, 2014). Η βιώσιμη ανάπτυξη στηρίζεται σε δύο θεμελιώδεις αρχές. Η πρώτη είναι η βιωσιμότητα, δηλαδή ότι οι πόροι δεν είναι απεριόριστοι και οφείλουμε να διασφαλίσουμε ότι οι μελλοντικές γενιές θα κληρονομήσουν έναν κόσμο ικανό να καλύψει τις ανάγκες τους. Η δεύτερη είναι η ευημερία, δηλαδή η ποιότητα ζωής που εξαρτάται από οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες ταυτόχρονα (Ασταρά Ο. Ε., 2014). Η ανάπτυξη πρέπει να είναι μια συνεχής διαδικασία, φιλική προς την κοινωνία και το περιβάλλον με στόχο την ταυτόχρονη επίτευξη οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής δικαιοσύνης και περιβαλλοντικής ευθύνης. (Μ. Κουρή, 2010).

Όπως επισημαίνει ο Sanchez M. (2015), ο σύγχρονος τρόπος οργάνωσης των ανθρώπινων δραστηριοτήτων δεν μπορεί να εγγυηθεί τη βιωσιμότητα του πλανήτη σε βάθος χρόνου.

1.3.1 Ο Πολιτισμός ως τέταρτος Πυλώνας της Βιωσιμότητας

Μέχρι πρότινος η συζήτηση για τη βιωσιμότητα εξαντλούνταν στο γνωστό τρίπτυχο της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Ο Jon Hawkes (2001, σελ. 11), ήρθε να ανατρέψει αυτή τη θεώρηση, εισάγοντας τον πολιτισμό ως το απαραίτητο «τέταρτο πυλώνα» της βιώσιμης ανάπτυξης. Η θέση του είναι σαφής. Καμία κοινωνία δεν έχει μέλλον αν αφήσει τον πολιτιστικό της ιστό να καταρρεύσει. Η κουλτούρα δεν είναι κάτι στατικό. Είναι το άθροισμα αξιών, πεποιθήσεων, αναμνήσεων και δημιουργικότητας, ο «τρόπος ζωής» που δίνει νόημα στην ύπαρξή μας και αποτελεί το «θεμέλιο της κοινωνίας».

Η Ασταρά (2014) προεκτείνει αυτή τη λογική μέχρι την καθημερινή πράξη. Απαιτεί το ρίζωμα της βιωσιμότητας στην τοπική κουλτούρα. Αξίες όπως η οικολογική αξιοπρέπεια και η ευημερία αποκτούν πραγματικό βάρος μόνο όταν γίνονται συνειδητός τρόπος σκέψης. Σε αυτό το σχήμα, ο πολιτισμός λειτουργεί ως ελεγκτικός μηχανισμός. Αποτρέπει την επιβολή ξένων αναπτυξιακών μοντέλων και υποχρεώνει κάθε νέα παρέμβαση να ευθυγραμμιστεί με την ταυτότητα της περιοχής. Η ίδια η κοινότητα τοποθετείται ξανά στο επίκεντρο της διαδικασίας. Λειτουργεί στην πράξη ως ο φυσικός θεματοφύλακας του δικού της πολιτιστικού αποθέματος.

1.3.2 Οικονομική, Κοινωνική και Περιβαλλοντική Διάσταση

Η ένταξη του πολιτισμού στην αναπτυξιακή εξίσωση δεν λειτουργεί αθροιστικά ως απλή προσθήκη. Επιβάλλει ριζική επαναθεώρηση. Ο τρόπος που αντιλαμβανόμαστε και τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας αλλάζει εκ βάθρων.

Στο οικονομικό πεδίο, ο πολιτισμός δεν λογίζεται ως δημοσιονομικό βαρίδι, αλλά ως πηγή πλούτου. Η Μητούλα (2023), συνδέει τον επιτυχημένο χωρικό σχεδιασμό με την έξυπνη αξιοποίηση κάθε διαθέσιμου πόρου. Ο Μεταξάς (2010, σελ. 159), τοποθετεί την πολιτιστική ταυτότητα στην αιχμή της αστικής ανασυγκρότησης. Ο πολιτισμός λειτουργεί πλέον ανοιχτά ως εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης. Μέσα από τις οργανωμένες πρακτικές του Μάρκετινγκ των πόλεων, η εκάστοτε πολιτιστική εικόνα διαμορφώνεται και προωθείται συνειδητά ως παραγόμενο αγαθό. Η στρατηγική αυτή διαχείριση επιτρέπει στα αστικά κέντρα να εδραιώσουν ένα σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην παγκόσμια αγορά. Ουσιαστικά, η πόλη κεφαλαιοποιεί τον άυλο πλούτο της. Το συμβολικό της κεφάλαιο αποκτά άμεσα μετρήσιμη εμπορική αξία.

Οι Καβαρατζής & Ashworth υπογραμμίζουν ότι το branding μιας πόλης είναι βαθιά διαδικασία επικοινωνίας ταυτότητάς, απαραίτητη για τη θεμελίωση βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ωστόσο η οικονομική αξιοποίηση δεν πρέπει να γίνει αυτοσκοπός. Η Μητούλα (2023, σελ. 236.245), επισημαίνει ότι η βιωσιμότητα απαιτεί να αμβλυνθούν οι περιφερειακές ανισότητες και να εξασφαλίσει ποιότητα ζωής, για όλους.

Στην κοινωνική διάσταση, η βιωσιμότητα τοποθετεί στο κέντρο τον ίδιο τον άνθρωπο. Οι Miller et al. (2014), ορίζουν την πολιτιστική κληρονομιά ως ένα ζωντανό «κοινό αγαθό». Η διαχείρισή του αποτελεί τη βασική ηθική ευθύνη της γενιάς μας. Η συζήτηση φεύγει από τη στείρα μουσειακή συντήρηση και περνάει στο πεδίο της ενεργής ανταλλαγής. Η Μάσχα (2015, σελ. 24-25), βρίσκει την ουσία ακριβώς σε αυτή τη στιγμή της επαφής. Εκείνο το σημείο όπου το ατομικό βίωμα τέμνεται με το συλλογικό δημιουργεί πραγματικούς δεσμούς αμοιβαιότητας.

Αυτή η αναγκαία εξωστρέφεια γεννά συχνά αντιστάσεις. Οι κάτοικοι παρακολουθούν την τουριστική ανάπτυξη και φοβούνται άμεσα ότι η μαζική έκθεση στο ξένο στοιχείο θα ισοπεδώσει τον αυθεντικό χαρακτήρα του τόπου τους. Η ανησυχία αυτή είναι εύλογη, αλλά η λύση δεν βρίσκεται στην απομόνωση. Βρίσκεται στην ικανότητα να εξελίσσεται μια κοινότητα χωρίς να αποκόπτεται από τις ρίζες της. Η κοινωνική συνοχή επιτυγχάνεται όταν κάτοικοι και επισκέπτες μοιράζονται μια ζωντανή εμπειρία.

Η εικόνα μιας πόλης παραμένει κενό γράμμα αν οι ίδιοι οι κάτοικοι δεν αναγνωρίζουν σε αυτήν τον εαυτό τους. Εδώ κρίνεται η «αστική ανθεκτικότητα», όπως τη θεωρεί ο Καραχάλης (2015, σελ. 116-118). Ο πολιτισμός πρέπει να είναι ζωντανό κομμάτι της καθημερινότητας, που τονώνει την τοπική υπερηφάνεια και το αίσθημα του «ανήκειν». Ένας σχεδιασμός που τιμά τις ανθρώπινες αξίες, απελευθερώνει τη δυναμική του πολιτισμού ως μέσο κοινωνικής αφύπνισης.

Το θεωρητικό σχήμα κλείνει με την περιβαλλοντική διάσταση. Η Κουρή (2010, σελ. 324-327), αντιμετωπίζει το περιβάλλον και τον πολιτισμό ως συγκοινωνούντα δοχεία. Στην πράξη δεν νοείται το ένα χωρίς το άλλο. Σε αυτό ακριβώς το πλαίσιο, η έννοια της αειφορίας δημιουργεί το απόλυτο κοινό έδαφος. Αναγκάζει την όποια αναπτυξιακή δυναμική να συμβαδίσει αυστηρά με την προστασία των διαθέσιμων πόρων. Πρακτικά η υποβάθμιση του περιβάλλοντος χώρου ενός μνημείου συνεπάγεται και την απώλεια του νοήματός του. Η βιωσιμότητα απαιτεί σεβασμό στον χώρο και τήρηση της «φέρουσας ικανότητας» (Κουρή, 2010, σελ. 331), καθώς δεν μπορούμε να αγνοούμε τα όρια αντοχής. Ο Πούλιος (2015, σελ. 110), προειδοποιεί για τον κίνδυνο εξάντλησης του πολιτιστικού κεφαλαίου στο όνομα του βραχυπρόθεσμου κέρδους, ενώ η Κουρή (2010, σελ. 329), υπογραμμίζει ότι η θυσία του περιβάλλοντος για οικονομικούς σκοπούς προκαλεί μη αναστρέψιμες βλάβες.

Η απάντηση σε αυτούς τους κινδύνους είναι η «ανθεκτικότητα», δηλαδή η ικανότητα των πόλεων να προσαρμόζονται χωρίς να χάνουν την ταυτότητά τους. Οι Σαραντάκου & Καραχάλης (2024, σελ. 154, 298), επαναπροσδιορίζουν τη φέρουσα ικανότητα ως μηχανισμό θωράκισης της ποιότητας του χώρου και όχι ως αριθμητική καταμέτρηση τουριστών. Η Bacsí (2020) προτείνει τον δημιουργικό τουρισμό ως την πλέον βιώσιμη διέξοδο. Η απλή συσσώρευση αφίξεων παύει να αποτελεί αυτοσκοπό και η προσοχή στρέφεται αποκλειστικά στην ποιότητα της εμπειρίας. Το συγκεκριμένο μοντέλο ρίχνει όλο του το βάρος στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού. Κατά συνέπεια, η ανάγκη για κατασκευή πολυδάπανων υλικών υποδομών ακυρώνεται στην πράξη.

1.4 Συμμετοχικός σχεδιασμός : Η σημασία της συνεργασίας με την τοπική κοινωνία

Η μετάβαση από τον αυστηρά τεχνοκρατικό σχεδιασμό σε ένα μοντέλο που ξεκινά από τη βάση της κοινωνίας, δεν είναι απλώς μια διαφορετική διοικητική επιλογή. Πρόκειται για μια βαθιά πολιτισμική στροφή στον τρόπο που διακυβερνάται ο αστικός χώρος. Οι Σαραντάκου & Καραχάλης (2024, σελ. 280-282), υπογραμμίζουν ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός ενός

προορισμού οφείλει να ενσωματώνει τις ανάγκες των τοπικών φορέων. Η εμπειρία δείχνει πως η έλλειψη συναίνεσης οδηγεί συχνά σε έργα που καταλήγουν «ξένα σώματα», αποκομμένα και αποξενωμένα από τον αστικό ιστό.

Για να κατανοήσουμε το βάθος αυτής της συμμετοχής, πρέπει να ανατρέξουμε στο κλασικό εργαλείο της Sherry Arnstein (1969), τη «Σκάλα της Συμμετοχής των Πολιτών». Η Arnstein διαχωρίζει ευθέως την «τυπική συμμετοχή» - όπου οι πολίτες απλώς ενημερώνονται για εισηγμένες αποφάσεις από την «ουσιαστική δύναμη», όπου η κοινότητα καθορίζει η ίδια την πορεία των πραγμάτων. Η πραγματική βιωσιμότητα επιτυγχάνεται μόνο όταν η κοινότητα αναλάβει ρόλο συνδιαχειριστή. Με αυτόν τον τρόπο, ο σχεδιασμός παύει να είναι άνωθεν εντολή και μετατρέπεται σε προϊόν κοινωνικής ζύμωσης.

Το συλλογικό όραμα κινδυνεύει πάντα να μείνει στα χαρτιά χωρίς μια αυστηρή επιχειρησιακή δομή. Ο Καραχάλης (2015, σελ. 120) αντλεί από τους Aitken & Campelo (2009) το μοντέλο των 4Rs για να δώσει ακριβώς αυτή την πρακτική διάσταση. Η κοινωνική συμμετοχή αποκτά σαφείς κανόνες εμπλοκής μέσα από τον καθορισμό των Δικαιωμάτων (Rights), των Ρόλων (Roles), των Ευθυνών (Responsibilities) και των Σχέσεων (Relationships) στο εσωτερικό της κοινότητας. Στην πράξη η επιτυχία μιας παρέμβασης απαιτεί τον ξεκάθαρο προσδιορισμό των δικαιωμάτων των κατοίκων στον αστικό χώρο. Ζητά την άμεση ανάληψη συγκεκριμένων ρόλων και ευθυνών από την πλευρά τους. Προϋποθέτει, τέλος, το χτίσιμο σχέσεων πραγματικής εμπιστοσύνης με τους θεσμικούς φορείς. Όταν εκπληρώνονται αυτοί οι όροι, η πολιτιστική κληρονομιά μετατρέπεται σε «Ζώσα Κληρονομιά». Ο Πούλιος (2015, σελ. 42-45) περιγράφει με ακρίβεια αυτή τη μετάβαση. Η κοινότητα κατεβαίνει από την κερκίδα του απλού θεατή και αναλαμβάνει τον έλεγχο. Καθίσταται ο οργανικός θεματοφύλακας των αξιών του τόπου της.

Η ανάγκη για συμμετοχικότητα θεμελιώνεται στη φαινομενολογική διάσταση του χώρου. Ο Christian Norberg Schulz (1980) εισήγαγε την έννοια του Genius Loci (Το Πνεύμα του Τόπου), υποστηρίζοντας ότι ένας τόπος δεν ορίζεται μόνο από τη γεωμετρία του, αλλά από το «νόημα» που του αποδίδουν οι άνθρωποι μέσα από τη βιωμένη τους εμπειρία. Κάθε παρέμβαση που παρακάμπτει τη συλλογική μνήμη κινδυνεύει να καταλήξει «ξένο σώμα» στον αστικό ιστό. Το «πνεύμα του τόπου» κατοικεί στις ιστορίες και τις εμπειρίες της τοπικής κοινότητας. Δεν είναι αφαίρεση. Είναι βιωμένη πραγματικότητα.

Η Μητούλα (2023, σελ. 236), συνδέει τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ποιότητας ζωής αποκλειστικά με την παιδεία και την ενεργό συμμετοχή των πολιτών. Η αναμόρφωση του αστικού περιβάλλοντος ξεπερνά κατά πολύ τα όρια των καθαρά τεχνικών παρεμβάσεων.

Εξαντλείται στην ικανότητα ενός τόπου να συγκεντρώνει γύρω του τους ανθρώπους που τον αγαπούν και να τους δίνει λόγο να παραμένουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΑΠΟ ΤΟΝ ΦΥΣΙΚΟ ΧΩΡΟ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Η απομόνωση του πολιτιστικού τεκμηρίου πίσω από μια κλειστή προθήκη αποτελεί μια προσέγγιση που σταδιακά εγκαταλείπεται. Το σύγχρονο κοινό διεκδικεί την άμεση, βιωματική συμμετοχή του στον χώρο. Οι Kargas & Loumos (2023), εξετάζουν αυτή την δυναμική αναγνωρίζοντας στην ψηφιακή τεχνολογία ως τον κατεξοχήν μηχανισμό για την επίτευξη αυτής της σύνδεσης και αποδίδοντάς του ρόλο ερμηνευτικού μηχανισμού. Μέσα από τις ψηφιακές εφαρμογές, ο φυσικός χώρος αποκτά ξανά φωνή. Κρυμμένα ιστορικά στοιχεία έρχονται στην επιφάνεια και ο παραδοσιακός διαχωρισμός ανάμεσα στον επισκέπτη και το αντικείμενο παύει να υφίσταται. Ο άνθρωπος εγκαταλείπει την απόσταση ασφαλείας. Εντάσσεται οργανικά στη ροή μιας αφήγησης που εξελίσσεται γύρω του και την βιώνει στον πραγματικό χρόνο.

Ανοίγει ένας διάλογος ανάμεσα στο «πνεύμα του τόπου» (Christian Norberg Schulz, 1980) και τον ψηφιακό κόσμο, ο οποίος αναδιαμορφώνει τη σχέση μας με το τοπίο, δημιουργώντας σύνδεση μεταξύ της συλλογικής μνήμης και της σύγχρονης καθημερινότητας μέσα σε αυτό που ορίζεται ως «επαυξημένος χώρος». (Manovich, 2006).

Το πέρασμα από το όραμα της «Δημιουργικής πόλης» στο πεδίο της εφαρμογής γίνεται μέσω κατάλληλων μεθοδολογικών εργαλείων. Ενώ πριν εστιάσαμε στο γιατί ο αστικός χώρος οφείλει να αναζητήσει νέα ταυτότητα, η συζήτηση τώρα μεταφέρεται στο πώς η ψηφιακή μετάβαση αναλαμβάνει να κάνει πράξη αυτή την αλλαγή. Σύμφωνα με τον Landry (2000), η δημιουργικότητα μιας πόλης δεν κρίνεται μόνο από τις υποδομές της, αλλά πρωτίστως από την ικανότητά της να επινοεί καινοτόμες λύσεις για να αφηγηθεί την ιστορία της.

Τα ψηφιακά μέσα και οι πολιτιστικές διαδρομές ξεφεύγουν από τη λογική της απλής προβολής και γίνονται εργαλεία που ξυπνούν την τοπική κληρονομιά. Οδηγό σε αυτή την προσέγγιση αποτελεί η σκέψη του Majdoub (2009, σελ. 1-3) ο οποίος βλέπει τις διαδρομές ως το συνδεδετικό νήμα του αστικού χώρου, και τονίζει την ανάγκη οργάνωσής του σε δίκτυα. Αντί να βλέπουμε τα μνημεία αποκομμένα, τα εντάσσουμε σε ένα σύστημα όπου το ένα συνομιλεί με το άλλο, δημιουργώντας ένα ζωντανό δίκτυο εμπειριών.

Η διαδρομή παύει να είναι μια γραμμή στο χάρτη. Γίνεται ένα σημειολογικό κείμενο που καλεί τον επισκέπτη να τη διαβάσει. Αυτή η εμπειρία όπως αναλύουν οι Καραβασίλης & Μικελάκης (1999), στηρίζεται σε τρεις άξονες : τον θεματικό, που αφορά τον πυρήνα του περιεχομένου, τον ποιητικό, που καθορίζει την τέχνη της αφήγησης και τον ρητορικό, ο οποίος οπλίζει την διαδρομή με τη δύναμη της πειθούς.

Η ψηφιακή τεχνολογία ενισχύσει αυτές τις διαστάσεις δημιουργώντας αυτό που ο Manovich (2006) ορίζει ως «επαυξημένο χώρο» (augmented space). Μέσα από τεχνολογίες όπως η τρισδιάστατη αναπαράσταση, καταργείται η απόσταση ανάμεσα στο χθες και το σήμερα ενώ ο επισκέπτης αποβάλλει τον ρόλο του παθητικού θεατή και «βυθίζεται» στον ιστορικό χωροχρόνο Kargas A. et al (2022). Σε πόλεις με έντονο ιστορικό απόθεμα, η τεχνολογία αποτελεί το απαραίτητο ερμηνευτικό κλειδί. Αποκομμένα από την ψηφιακή τους αφήγηση, τα ίχνη του παρελθόντος κινδυνεύουν να μοιάζουν με ακατανόητο γρίφο για το σημερινό κοινό. Η ψηφιακή διαδρομή, είναι η αναγκαία γέφυρα για να περάσουμε από τη στατική «Πόλη- Μουσείο» στη ζωντανή «Πόλη-Εμπειρία», τροφοδοτώντας παράλληλα την τοπική οικονομία και θωρακίζοντας τη βιωσιμότητά της. (Βουγλάνης & Μανώλα 2025),

2.1 Ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά, έννοιες και θεσμικό πλαίσιο

Η ψηφιακή μετάβαση υπερβαίνει τα όρια της τεχνολογικής εξέλιξης, αποτελώντας ριζική αναδιαμόρφωση του τρόπου με τον οποίο κατανοούμε, τεκμηριώνουμε και μεταδίδουμε την πολιτιστική κληρονομιά. Για να κατανοήσουμε που εντάσσονται τα εργαλεία που θα εξετάσουμε στις επόμενες ενότητες (Επαυξημένη Πραγματικότητα, ψηφιακή αφήγηση, παιγνιοποίηση και place branding) είναι απαραίτητο να οριοθετηθεί πρώτα το θεωρητικό και θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτά αποκτούν νομιμότητα και νόημα. Οι Cameron & Kenderdine (2007) διατύπωσαν τη θέση ότι η ψηφιακή αναπαράσταση της πολιτιστικής κληρονομιάς δεν είναι «ουδέτερη» και κάθε επιλογή κωδικοποίησης ενσωματώνει ερμηνευτικές και αξιολογικές προτεραιότητες, γεγονός που απαιτεί κριτική συνείδηση από τους σχεδιαστές ψηφιακών εφαρμογών. Η Συλαίου (2025), ανοίγει τη συζήτηση προς την κατεύθυνση της συμπερίληψης. Στο δικό της πλαίσιο, η ψηφιακότητα λειτουργεί ως ο απόλυτος πολλαπλασιαστής της πρόσβασης στα πολιτιστικά αγαθά. Τα σύγχρονα μέσα αναλαμβάνουν πλέον οργανικά την καταγραφή και την συντήρηση του πολιτισμικού πλούτου. Προσαρμόζουν την πληροφορία απευθείας στις προσδοκίες και το γνωστικό υπόβαθρο του εκάστοτε επισκέπτη. Έτσι τα παραδοσιακά στεγανά που κρατούσαν το κοινό σε απόσταση καταρρέουν. Η επαφή με την τέχνη ξεφεύγει από τα αυστηρά χωρικά όρια και μετατρέπεται σε μια ουσιαστική και εξαιρετικά ευχάριστη εμπειρία για όλους.

Η διάκριση μεταξύ ψηφιοποίησης, δηλαδή της μεταφοράς ενός υλικού τεκμηρίου σε ψηφιακή μορφή και ψηφιακής κληρονομιάς η οποία αφορά νέες μορφές πολιτιστικής έκφρασης που υπάρχουν αποκλειστικά στο ψηφιακό περιβάλλον, αποτελεί θεμελιώδη εννοιολογική αφετηρία. Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί χώροι που αξιοποιούν ψηφιακά εργαλεία δεν εκσυγχρονίζονται

απλώς, αλλά διευρύνουν τον κύκλο του κοινού που μπορούν να απευθυνθούν. Ο Παπαδόπουλος (2020), προτείνει μια χρήσιμη τριπλή κατηγοριοποίηση των τεχνολογιών στη πολιτιστική διαχείριση: (α) τεχνολογίες πρόσβασης, (β) διαδραστικές τεχνολογίες, και (γ) συμμετοχικές τεχνολογίες. Η ταξινόμηση αυτή αποσαφηνίζει που εντάσσεται η Επαυξημένη Πραγματικότητα ως διαδραστικό εργαλείο *in situ*. Ο ίδιος ωστόσο, προειδοποιεί για την παγίδα της τεχνολογίας και την τάση να αντιμετωπίζεται η τεχνολογία ως αυτοσκοπός αντί ως μέσο επίτευξης ερμηνευτικών και εκπαιδευτικών στόχων.

Η θεσμική διάσταση της ψηφιακής πολιτιστικής κληρονομιάς κατοχυρώθηκε σε διεθνές επίπεδο μέσα από μια σειρά κανονιστικών κειμένων. Ο χάρτης της UNESCO για τη Διατήρηση της Ψηφιακής Κληρονομιάς (2003) αναγνωρίζει για πρώτη φορά ότι τα ψηφιακά υλικά από βάσεις δεδομένων και ιστοσελίδες, ως ψηφιακές τέχνες και εκπαιδευτικό λογισμικό, αποτελούν μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς και χρήζουν προστασίας, τονίζοντας τον κίνδυνο τεχνολογικής απαξίωσης και θέτοντας πλαίσιο μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας. Ο Χάρτης του Λονδίνου για την οπτικοποίηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς με Χρήση Υπολογιστών (2009), εστιάζει στο πως πρέπει να γίνεται η ψηφιακή οπτικοποίηση ώστε να είναι επιστημονικά αξιόπιστη και θέτει τις αρχές διαφάνειας, τεκμηρίωσης και προσβασιμότητας. Η αρχή της διαφάνειας είναι ιδιαίτερα σημαντική για εφαρμογές AR σε αρχαιολογικούς χώρους για το λόγο ότι όταν ο επισκέπτης βλέπει στην οθόνη του μια αναπαράσταση ενός αρχαίου κτιρίου, πρέπει να γνωρίζει τι βασίζεται σε τεκμηριωμένα στοιχεία και τι σε εικασία.

Οι Αρχές της Σεβίλλης για την Εικονική Αρχαιολογία (ICOMOS 2011) αφορούν αποκλειστικά την εφαρμογή ψηφιακών τεχνολογιών στην αρχαιολογική κληρονομιά. Εισάγουν την αρχή της συμπληρωματικότητας σύμφωνα με την οποία η ψηφιακή αναπαράσταση δεν υποκαθιστά τη φυσική επαφή με το μνημείο, την αρχή της διεπιστημονικότητας που προϋποθέτει συνεργασία αρχαιολόγων, ιστορικών, πληροφορικών και σχεδιαστών και της αυθεντικότητας η οποία απαιτεί ο ψηφιακός τρόπος ανακατασκευής να σέβεται την ιστορική αλήθεια και να αποφεύγει εξιδανικεύσεις (ICOMOS, 2011). Στο ίδιο πνεύμα, ο Διεθνής Χάρτης Πολιτιστικού Τουρισμού (ICOMOS, 1999), θέτει δύο αρχές άμεσα εφαρμόσιμες στον σχεδιασμό ψηφιακών διαδρομών, την ουσιαστική εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας και την παροχή ποιοτικής ερμηνευτικής εμπειρίας στον επισκέπτη. Η ποιότητα αυτής της εμπειρίας συνδέεται άρρηκτα με το ζήτημα της αυθεντικότητας και όπως επισημαίνουν οι Πούλιος & Τουλούπα (2020), η διαφύλαξή της, είτε μέσω της διατήρησης είτε μέσω της αναβίωσης, αποτελεί κεντρικό ζητούμενο κάθε πολιτιστικής

πρακτικής. Η ψηφιακή αναπαράσταση καλείται να επιλέξει ανάμεσα σε αυτές τις δύο λογικές με πλήρη συνείδηση της θεωρητικής τους υπόστασης.

2.2 Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR). Τεχνολογικό και θεωρητικό πλαίσιο

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) αποτελεί μια τεχνολογία αιχμής με θεωρητικές βάσεις, που σήμερα βρίσκει εφαρμογή σε τομείς όπως η ιατρική, η βιομηχανία, η εκπαίδευση και ο πολιτισμός. Προτού εξετάσουμε τις εφαρμογές της στο πεδίο της πολιτιστικής κληρονομιάς πρέπει να θέσουμε τα θεωρητικά θεμέλια, ώστε ο αναγνώστης να κατανοήσει τι ακριβώς εννοούμε όταν αναφερόμαστε σε μια «εφαρμογή AR» στο πλαίσιο της πολιτιστικής διαδρομής.

2.2.1 Ορισμός και χαρακτηριστικά της AR

Σύμφωνα με τον Azuma (1997) η AR ορίζεται ως ένα σύστημα που πληροί ταυτόχρονα τρία χαρακτηριστικά: (α) συνδυάζει το πραγματικό με το εικονικό, (β) είναι διαδραστικό σε πραγματικό χρόνο και (γ) λειτουργεί εγγεγραμμένο σε τρεις διαστάσεις (3D). Ο ορισμός παραμένει ανοιχτός σε κάθε τεχνολογική πλατφόρμα και καλύπτει κάθε σύστημα που πληροί τα τρία κριτήρια από εφαρμογές σε κινητά τηλέφωνα ως σύγχρονα γυαλιά επαυξημένης πραγματικότητας (Azuma 1997).

Η AR δεν αντικαθιστά τον πραγματικό κόσμο όπως συμβαίνει στην Εικονική Πραγματικότητα (VR) αλλά τον συμπληρώνει εμπλουτίζοντάς τον με ψηφιακά στοιχεία πάνω στο φυσικό περιβάλλον. Ο χρήστης εξακολουθεί να βλέπει τον πραγματικό χώρο γύρω του και η τεχνολογία προσθέτει πληροφορίες που δεν μπορεί να αντιληφθεί με τις αισθήσεις του, ενισχύοντας έτσι την αντίληψη και την αλληλεπίδρασή του με τον πραγματικό κόσμο (Azuma, 1997).

Ο Azuma (1997) χρησιμοποιεί τον όρο «Ενίσχυση νοημοσύνης» δανεισμένο από τον Fred Brooks για να περιγράψει τη βασική λογική της AR, ο υπολογιστής λειτουργεί ως εργαλείο που διευκολύνει τον άνθρωπο στην εκτέλεση μιας εργασίας χωρίς να τον αντικαθιστά. Η επαύξηση δεν αφορά αποκλειστικά την οπτική αίσθηση. Όπως αναφέρει ο ίδιος, μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις αισθήσεις, συμπεριλαμβανομένου του ήχου και της αφής. Στο πλαίσιο μιας πολιτιστικής διαδρομής αυτό σημαίνει ότι ο επισκέπτης δεν βλέπει απλώς μια ψηφιακή αναπαράσταση, αλλά μπορεί ταυτόχρονα να ακούει μια αφήγηση προσαρμοσμένη στο χώρο, δημιουργώντας μια πολυαισθητηριακή εμπειρία.

Το 1994 οι Milgram & Kishino εισάγουν την έννοια της Συνεχούς Πραγματικότητας-Εικονικότητας ένα θεωρητικό μοντέλο όπου το πραγματικό και το εικονικό αποτελούν τα δύο άκρα ενός συνεχούς. Μέσα σε αυτό το μοντέλο η Επαυξημένη Πραγματικότητα τοποθετείται πλησιέστερα στο πραγματικό άκρο, το υπόστρωμα παραμένει ο πραγματικός κόσμος ο οποίος επαυξάνεται με ψηφιακά στοιχεία. Οι Milgram & Kishino προχωρούν πέρα από το μονοδιάστατο συνεχές και προτείνουν ένα τρισδιάστατο πλαίσιο για μια κατηγοριοποίηση Μικτής Πραγματικότητας βασισμένο σε τρεις άξονες: (α) την έκταση γνώσης του κόσμου, δηλαδή πόσα γνωρίζει το σύστημα για τον πραγματικό κόσμο, (β) την πιστότητα αναπαραγωγής, δηλαδή την ποιότητα απεικόνισης και (γ) τη μεταφορά έκτασης παρουσίας, δηλαδή τον βαθμό στον οποίο ο χρήστης αισθάνεται παρών μέσα στην σκηνή. Μια πολιτιστική διαδρομή AR για παράδειγμα, απαιτεί σημαντική γνώση του κόσμου όπως θέσεις μνημείων και ιστορικά δεδομένα, αλλά μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά ακόμα και με μέτρια πιστότητα απεικόνισης, αρκεί η μεταφορά παρουσίας να συνδέει τον χρήστη με τον φυσικό χώρο.

2.2.2 Η AR στον πολιτισμό, από την θεωρία στην εφαρμογή

Η μεταφορά των θεωρητικών αρχών της AR στο πεδίο της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί φυσική εξέλιξη. Ο Azuma (1997), περιγράφει ως μια από τις πιο υποσχόμενες εφαρμογές της τεχνολογίας την οπτικοποίηση ιστορικών τοποθεσιών «όπως ήταν στο παρελθόν». Αναφέρει χαρακτηριστικά ότι οι επισκέπτες σε αρχαιολογικούς χώρους, δεν βλέπουν αυτούς τους χώρους όπως ήταν κάποτε και ένα σύστημα AR θα μπορούσε να συμπληρώσει τον ερειπωμένο χώρο με ψηφιακές αναπαραστάσεις του παρελθόντος, μετατρέποντας τον αρχαιολογικό χώρο σε ένα βιωματικό εκπαιδευτικό εργαλείο. Αυτή η προοπτική βρίσκεται στον πυρήνα της παρούσας εργασίας.

Η αξία της AR στον πολιτισμό έγκειται στην ικανότητά της να αποκαλύπτει τα αόρατα στρώματα ιστορίας ενός τόπου χωρίς να αλλοιώνει τη φυσική του υπόσταση. Σε αντίθεση με την VR που απαιτεί τον χρήστη να μεταφερθεί σε ένα τεχνητό περιβάλλον, η AR τον κρατάει στον φυσικό χώρο. Αυτή η διάκριση είναι κρίσιμη για πόλεις όπως η Θήβα όπου τα μνημεία δεν αποτελούν μουσειακούς χώρους αλλά ενσωματωμένα θραύσματα μέσα στον σύγχρονο αστικό ιστό. Η AR επιτρέπει στον επισκέπτη να στέκεται μπροστά στα ίδια τα ερείπια, στον ίδιο τόπο και να βλέπει πως ήταν κάποτε χωρίς να χάνει την επαφή με το σήμερα. Η σύγχρονη εξέλιξη της τεχνολογίας κινητών συσκευών έχει καταστήσει εφικτή την ευρεία χρήση AR εφαρμογών χωρίς

εξειδικευμένο εξοπλισμό, καθώς ένα κοινό smartphone διαθέτει πλέον τους απαραίτητους αισθητήρες, δημιουργώντας ένα ευρέως προσβάσιμο εργαλείο πολιτιστικής ερμηνείας.

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα AR δεν είναι μια «φουτουριστική» τεχνολογία αλλά επιστημονική κατεύθυνση. Στην εφαρμογή της στον πολιτισμό αποκτά ιδιαίτερη αξία, καθώς επιτρέπει την σύνδεση παρόντος και παρελθόντος μέσα στον ίδιο φυσικό χώρο, όχι μέσω αντικατάστασης αλλά μέσω συμπλήρωσης του πραγματικού κόσμου.

2.2.3 Αποδοχή ψηφιακών εφαρμογών στον πολιτιστικό τομέα

Η τεχνολογική επάρκεια μιας εφαρμογής AR δεν αρκεί από μόνη της να εξασφαλίσει την αποδοχή από τους χρήστες. Το ερώτημα δεν είναι μόνο αν μπορεί να λειτουργήσει, αλλά και αν θα την χρησιμοποιήσουν. Το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας (Technology Acceptance Model-TAM) που εισάγει ο Davis (1989), αποτελεί το πλέον διαδεδομένο εργαλείο ερμηνείας της συμπεριφοράς των χρηστών απέναντι στις νέες τεχνολογίες. Το μοντέλο βασίζεται σε δύο κεντρικές μεταβλητές, την αντιληπτή χρησιμότητα, δηλαδή τον βαθμό στον οποίο ο χρήστης πιστεύει ότι η τεχνολογία θα βελτιώσει την εμπειρία του και την αντιληπτή ευκολία χρήσης, δηλαδή τον βαθμό στον οποίο η χρήση της θεωρείται αβίαστη και προσβάσιμη. Η πρόθεση χρήσης εξαρτάται και από τις δύο μεταβλητές, με την αντιληπτή χρησιμότητα να ασκεί συνήθως ισχυρότερη επίδραση (Davis, 1989).

Η εφαρμογή του TAM στον πολιτιστικό τομέα παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, διότι οι χρήστες πολιτιστικών εφαρμογών αποτελούν ένα ετερογενές κοινό με διαφορετικούς βαθμούς τεχνολογικής εξοικείωσης και διαφορετικά κίνητρα επίσκεψης. Οι Kargas, Varoutas & Loumos (2018), εξέτασαν συστηματικά αυτή τη διάσταση, εστιάζοντας στις δύο βασικές ομάδες που εμπλέκονται στη χρήση AR/VR εφαρμογών σε πολιτιστικούς οργανισμούς, (α) στους παρόχους πολιτιστικού περιεχομένου (μουσεία, γκαλερί, αρχαιολογικοί χώροι) και (β) στους τελικούς χρήστες-επισκέπτες. Από την πλευρά των παρόχων το κρίσιμο εμπόδιο δεν είναι τεχνολογικό αλλά οργανωτικό, η αντίσταση στην αλλαγή της υπάρχουσας κουλτούρας και η αβεβαιότητα για τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των εφαρμογών. Από την πλευρά των χρηστών, τα αποτελέσματα δείχνουν αυξημένο ενδιαφέρον για πολιτιστικά θέματα, βελτιωμένες μαθησιακές ικανότητες και μεγαλύτερη αυτονομία στον τρόπο πρόσβασης στην πληροφορία, στοιχεία που συνδέονται άμεσα με την αντιληπτή χρησιμότητα. Παράλληλα η εξάπλωση των κινητών συσκευών, ενισχύει σημαντικά την αντιληπτή ευκολία χρήσης, καθιστώντας την AR ολοένα πιο προσβάσιμη στο ευρύ κοινό.

Στο ερευνητικό πεδίο οι Kargas & Loumos (2018) διαπίστωσαν ότι οι εφαρμογές AR σε αρχαιολογικούς χώρους εκλαμβάνονται ως ιδιαίτερα χρήσιμες ακόμα και από χρήστες με μέτρια τεχνολογική εξοικείωση. Αυτό συνάδει με την αρχή της συμπληρωματικότητας που θέτει ο Χάρτης της Σεβίλλης (ICOMOS, 2011). Όταν η ψηφιακή εμπειρία εμπλουτίζει τη φυσική επαφή με το μνημείο, ο χρήστης αντιλαμβάνεται άμεσα την αξία της τεχνολογίας. Αυτή ακριβώς η αντίληψη είναι που αυξάνει την αντιληπτή χρησιμότητα κατά τον Davis (1989).

2.3 Gamification: Στην πολιτιστική κληρονομιά

Η παιγνιοποίηση (gamification) αποτελεί μια από τις πλέον δυναμικές προσεγγίσεις στη σχεδίαση ψηφιακών πολιτιστικών εμπειριών. Οι Deterding et al (2011), την ορίζουν ως «τη χρήση στοιχείων σχεδιασμού παιχνιδιών σε μη παιχνιδιάρικα περιβάλλοντα». Σύμφωνα με τους ίδιους συγγραφείς, η παιγνιοποίηση δεν μετατρέπει μια εφαρμογή σε παιχνίδι, αλλά αντλεί στοιχεία σχεδιασμού από τον κόσμο των παιχνιδιών για να ενισχύσει τη συμμετοχή και το κίνητρο του χρήστη.

Το ερώτημα που τίθεται είναι πως αυτά τα στοιχεία παράγουν εμπειρία. Οι Hunnicke et al. (2004), πρότειναν το πλαίσιο MDA που αναλύει κάθε παιγνιώδη εμπειρία σε τρία επίπεδα, (α) τη Μηχανική, δηλαδή τους κανόνες και τα εργαλεία, (β) τη Δυναμική, δηλαδή τη συμπεριφορά του χρήστη κατά την αλληλεπίδραση και (γ) την Αισθητική, δηλαδή τα συναισθηματικά αποτελέσματα που προκύπτουν. Ο σχεδιαστής κινείται από τη Μηχανική προς την Αισθητική, ενώ ο χρήστης τη βιώνει αντίστροφα. Το πλαίσιο αυτό παρέχει στους σχεδιαστές ψηφιακών πολιτιστικών εφαρμογών ένα εργαλείο για την ανάλυση και αξιολόγηση της εμπειρίας που δημιουργούν.

Η εφαρμογή της παιγνιοποίησης στην πολιτιστική κληρονομιά έχει τεκμηριωθεί εκτενώς στην διεθνή βιβλιογραφία. Οι Wang et al. (2024), σε συστηματική ανασκόπηση 78 εργασιών, κατέδειξαν ότι ο συνδυασμός παιγνιοποίησης με καθηλωτικές τεχνολογίες ενισχύει την αλληλεπίδραση των επισκεπτών και εμβαθύνει την κατανόηση της ιστορικής σημασίας των εκθεμάτων. Δύο εφαρμογές δείχνουν πως ακριβώς λειτουργεί στην πράξη αυτή η λογική. Το «Rome Reborn» δημιουργεί μια ψηφιακή αναπαράσταση της αρχαίας Ρώμης και παραδίδει την εξερεύνηση του τοπίου στο ελεύθερο παιχνίδι. Το «Sutton House Stories» στο Λονδίνο εστιάζει στον χώρο ενός ιστορικού κτιρίου. Η επαυξημένη πραγματικότητα (AR) αναλαμβάνει εδώ να ξυπνήσει το συναίσθημα. Η ξερή παράθεση δεδομένων μπαίνει οριστικά στην άκρη. Ο

επισκέπτης βιώνει ο ίδιος το παρελθόν του κτιρίου και αποκτά μια άμεση προσωπική σχέση με την ιστορία του.

Στον Ελληνικό χώρο οι Kargas & Loumos (2018), τεκμηριώνουν ότι μηχανισμοί παιγνιοποίησης σε AR εφαρμογές πολιτιστικών χώρων αυξάνουν τόσο τη διάρκεια εμπλοκής του χρήστη όσο και τα επίπεδα ικανοποίησης. Ωστόσο η εφαρμογή της παιγνιοποίησης δεν είναι άνευ προκλήσεων. Οι Wang et al. (2024), επισημαίνουν ότι απαιτεί σημαντικούς πόρους, προσεκτική ισορροπία μεταξύ εκπαιδευτικού σκοπού και ψυχαγωγίας, καθώς και διαρκή προσοχή στην πολιτιστική ευαισθησία και ακρίβεια.

2.4 Place Branding: Θεωρητικά μοντέλα ταυτότητας τόπου

Το Place Branding ως αυτόνομο πεδίο συνιστά μια ολοκληρωμένη στρατηγική διαδικασία μέσω της οποίας τόποι, πόλεις και περιοχές οικοδομούν, επικοινωνούν και διαχειρίζονται την ταυτότητά τους σε σχέση με ποικίλα κοινά. (Kavaratzis & Ashworth, 2005). Για να κατανοηθεί αυτή η διαδικασία κρίνεται αναγκαία η παρουσίαση των βασικών μοντέλων που έχουν διαμορφώσει το πεδίο, καθώς και η διάκριση μεταξύ εννοιών που συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά αλλά διαφέρουν ως προς το περιεχόμενο και την λειτουργία τους.

Ένα από τα πιο γνωστά αναλυτικά εργαλεία του Place Branding είναι το Nation Brand Hexagon που πρότεινε ο Simon Anholt το 2007. Το μοντέλο οργανώνει τις διαστάσεις που διαμορφώνουν τη διεθνή φήμη και ανταγωνιστική ταυτότητα ενός τόπου. Η πρώτη είναι ο τουρισμός, δηλαδή η εικόνα της χώρας ως τουριστικός προορισμός. Η δεύτερη αφορά τις εξαγωγές, καθώς τα προϊόντα που παράγει μια χώρα διαμορφώνουν τη διεθνή της φήμη και αντίστροφα. Η τρίτη διάσταση είναι οι πολίτες, ο τρόπος που το εξωτερικό κοινό αντιλαμβάνεται τους κατοίκους της χώρας σε επίπεδο αξιών, δεξιοτήτων και φιλοξενίας. Η τέταρτη διάσταση αφορά τη διακυβέρνηση και αξιολογεί το πολιτικό σύστημα, τις αξίες και τις πολιτικές της χώρας. Η πέμπτη διάσταση είναι ο πολιτισμός και η κληρονομιά, η αντίληψη για την ιστορία, την τέχνη και τα πολιτιστικά επιτεύγματα. Τέλος η έκτη διάσταση αφορά τις επενδύσεις και τις μεταναστεύσεις, κατά πόσο ο τόπος θεωρείται ελκυστικός για επιχειρηματική δραστηριότητα και μόνιμη εγκατάσταση (Anholt, 2007).

Η διάσταση του πολιτισμού και της κληρονομιάς αποτελεί για τον Anholt (2007) μια από τις ισχυρότερες και δύσκολα αναπαράξιμες πηγές ανταγωνιστικής ταυτότητας. Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες διαστάσεις, ο πολιτισμός δεν μπορεί να αντιγραφεί από ανταγωνιστές, καθώς είναι

άρρηκτα δεμένος με την ιστορία, τη συλλογική μνήμη και τον ιδιαίτερο χαρακτήρα κάθε τόπου. Τόποι με βαθιά ιστορική ταυτότητα, διαθέτουν φυσικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επιπλέον ο Anholt (2007) υπογραμμίζει ότι η αποτελεσματική αξιοποίηση αυτής της διάστασης απαιτεί συντονισμό μεταξύ όλων των φορέων του τόπου, καθώς η ανταγωνιστική ταυτότητα αποτελεί αποτέλεσμα συλλογικής και συνεκτικής δράσης.

Σημαντική θεωρητική συμβολή στο πεδίο αποτελεί το πλαίσιο επικοινωνίας της πόλης που ανέπτυξε ο Kavaratzis (2004), αξιοποιώντας εννοιολογικά εργαλεία από την εταιρική επικοινωνία και την πολιτισμική γεωγραφία. Ο Kavaratzis διακρίνει τρία επίπεδα μέσω των οποίων μια πόλη επικοινωνεί την ταυτότητά της, συνειδητά ή ασυνείδητα, προς τα διαφορετικά κοινά της.

Η πρωτεύουσα επικοινωνία αναφέρεται στα μηνύματα που εκπέμπονται έμμεσα μέσω των αποφάσεων πολεοδομικής οργάνωσης, των υποδομών, της οργανωτικής δομής και της συμπεριφοράς των αρχών και των κατοίκων. Η δευτερεύουσα επικοινωνία περιλαμβάνει τις συνειδητές και επίσημες ενέργειες προβολής, όπως διαφημιστικές καμπάνιες, δελτία τύπου, εκδηλώσεις και ψηφιακό περιεχόμενο. Η τριτεύουσα επικοινωνία τέλος αφορά μηνύματα που διαμορφώνονται από τρίτους και βρίσκονται εκτός άμεσου ελέγχου της πόλης, όπως η απεικόνισή της από τα μέσα ενημέρωσης, τους επισκέπτες, τους δημιουργούς περιεχομένου και τον λαϊκό πολιτισμό (Kavaratzis, 2004).

Η αξία αυτής της τριμερούς διάκρισης έγκειται στο ότι αποδεικνύει πως το branding μιας πόλης δεν μπορεί να περιοριστεί στην παραγωγή λογοτύπων και διαφημιστικών εκστρατειών. Αποτελεί μια συνολική στρατηγική διαχείρισης που αγγίζει κάθε πτυχή της αστικής ζωής, από τον σχεδιασμό του δημόσιου χώρου ως την ποιότητα των υπηρεσιών και την κουλτούρα της τοπικής αυτοδιοίκησης. Το πλαίσιο αυτό συναντά και ενισχύει τη λογική του Anholt (2007), σύμφωνα με τον οποίο η ανταγωνιστική ταυτότητα ενός τόπου οικοδομείται μέσω της συνεκτικής και συντονισμένης δράσης όλων των διαστάσεων του Hexagon.

Ιδιαίτερη θεωρητική σημασία αποκτά η διάκριση μεταξύ τριών εννοιών που συχνά συγχέονται, του Place Marketing, του Place Branding και του Place Making (Kavaratzis & Ashworth, 2005). Το place marketing αφορά την προβολή και προσέλκυση εξωτερικών ομάδων-στόχων μέσω εργαλείων μάρκετινγκ. Το place branding υπερβαίνει την διαφημιστική διάσταση και αφορά την κατασκευή, διαχείριση και επικοινωνία μιας ταυτότητας τόπου που να είναι συνεκτική, αξιόπιστη και αυθεντική, απευθυνόμενη τόσο σε εξωτερικά όσο και σε εσωτερικά κοινά. Ο στόχος εδώ δεν είναι μόνο η προσέλκυση, αλλά και η οικοδόμηση δέσμευσης και τοπικής

υπερηφάνειας στους ίδιους τους κατοίκους (Kavaratzis, 2004). Το place making αναφέρεται στις φυσικές, κοινωνικές και πολιτισμικές παρεμβάσεις που διαμορφώνουν τον χαρακτήρα ενός τόπου μέσω χωρικού σχεδιασμού, ανάπτυξης της δημόσιας ζωής και ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής. Το place making αποτελεί τη φυσική βάση πάνω στην οποία θεμελιώνεται κάθε αφήγηση branding καθώς ένα τοπόσημο αποκτά πραγματική αξία μόνο εφόσον η εμπειρία που προσφέρει δικαιώνει τις υποσχέσεις που εκπέμπει η εικόνα του (Kavaratzis & Ashworth, 2005).

Οι τρεις αυτές έννοιες δεν είναι ανταγωνιστικές αλλά ιεραρχικά αλληλένδετες. Το place making θεμελιώνει, το place branding ορίζει και επικοινωνεί, ενώ το place marketing διαχέει και στοχεύει. Η σύγχυσή τους στην ελληνική πραγματικότητα οδηγεί συχνά σε παρεμβάσεις που αναλώνονται σε εξωτερικές προωθητικές ενέργειες, χωρίς να έχουν προηγηθεί η ουσιαστική διαμόρφωση ταυτότητας και η στρατηγική ανάπτυξη του φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος (Karachalis N., Deffner A., Metaxas T., 2013).

Κεντρικό ζήτημα στη θεωρία του place branding αποτελεί η σχέση μεταξύ πολιτισμού και ταυτότητας τόπου. Ο πολιτισμός αποτελεί τον πυρήνα γύρω από τον οποίο οικοδομείται η αυθεντική ταυτότητα. Σύμφωνα με τον Kavaratzis (2004), οι «ιστορίες» που συνδέονται με έναν τόπο πρέπει πρώτα να ενσωματωθούν σε αυτόν μέσω αρχιτεκτονικών, σχεδιαστικών και πολιτισμικών παρεμβάσεων, προτού επικοινωνηθούν μέσω προωθητικών δραστηριοτήτων. Η πολιτισμική αφήγηση ενός τόπου δεν κατασκευάζεται τεχνητά, αλλά αναδύεται μέσα από την ιστορία, τη συλλογική μνήμη και την καθημερινή ζωή της κοινότητας. Αυτή η αντίληψη εναρμονίζεται πλήρως με τη λογική του Anholt (2007), ο οποίος τονίζει ότι ο πολιτισμός και η κληρονομιά αποτελούν τη μόνη διάσταση του Hexagon που δεν μπορεί να κατασκευαστεί τεχνητά, αλλά πρέπει να αναδυθεί αυθεντικά από την ιστορία και τη ζωή του τόπου.

Τα θεωρητικά πλαίσια που παρουσιάστηκαν σε αυτή την ενότητα παρέχουν το αναγκαίο υπόβαθρο για την κατανόηση και αξιολόγηση της πρότασης που αναπτύσσεται στα επόμενα κεφάλαια, ο σχεδιασμός μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής στη Θήβα που αξιοποιεί τα τοπόσημα της πόλης ως σημεία αφήγησης της βαθιάς ιστορικής ταυτότητας.

2.5 Το μοντέλο των ψηφιακών πολιτιστικών διαδρομών, διεθνείς πρακτικές

2.5.1 Το μοντέλο των ψηφιακών πολιτιστικών διαδρομών

Η έννοια του μοντέλου στις ψηφιακές διαδρομές υπερβαίνει τη λογική και τον ρόλο μιας απλής εφαρμογής πλοήγησης ή ενός ψηφιακού χάρτη. Στην πραγματικότητα, χτίζεται μια νέα σχέση

ανάμεσα στον σύγχρονο άνθρωπο και το ιστορικό του απόθεμα, πετυχαίνοντας μια μετατόπιση στον τρόπο που η κοινωνία «διαβάζει» και αφομοιώνει το παρελθόν της. Το μοντέλο αυτό μετακινεί το ενδιαφέρον από το μεμονωμένο μνημείο-αντικείμενο στη διαδικασία της διασύνδεσης, αντιμετωπίζοντας τον πολιτισμό ως ένα δυναμικό «δίκτυο νοημάτων». (Majdoub, 2009, σελ. 1-3).

Στον πυρήνα της λειτουργίας του, το μοντέλο αυτό ξεφεύγει από τη λογική ενός μονοδιάστατου εργαλείου και συγκροτεί ένα υβριδικό περιβάλλον που συνδυάζει φυσική περιήγηση με ψηφιακή πληροφορία. Το ICOMOS (2008), στον «Χάρτη για τις Πολιτιστικές Διαδρομές», θεμελιώνει την πολυδιάστατη αυτή προοπτική, όπου η διαδρομή παύει να είναι μια απλή γραμμική μετακίνηση και μετατρέπεται ταυτόχρονα σε εκπαιδευτικό εργαλείο, αναπτυξιακό μοχλό, μέσο κοινωνικής συνοχής και διαπολιτισμικού διαλόγου.

Οι Graf & Popescu (2016, σελ. 24-26), εξετάζουν το μοντέλο αυτό υπό οικονομικό πρίσμα και το χαρακτηρίζουν ως καινοτόμο τουριστικό προϊόν. Η καινοτομία του βασίζεται στην αφήγηση. Στη συγκεκριμένη διαδικασία η τοποθεσία αναλαμβάνει ρόλο οδηγού. Η τεχνολογία παρεμβαίνει και ενώνει το εικονικό στοιχείο με την πραγματικότητα, με αποτέλεσμα ο χρήστης να αποκτά τη δυνατότητα να βιώσει ταυτόχρονα τον χώρο και τον χρόνο. (Azuma, 2015, σελ. 259-261). Το μοντέλο ξεπερνά την απλή παράθεση πληροφοριών και παράγει ουσιαστική ερμηνεία. Οι Καραβασίλη και Μικελάκης (1999, σελ. 82-84), αντιμετωπίζουν αυτή την αλλαγή ως μετάβαση από τη επιφανειακή παρατήρηση στην ερμηνεία του πολιτισμικού τοπίου. Η ίδια η διαδρομή μετατρέπεται σε εργαλείο. Τη χρησιμοποιούμε για να αποκωδικοποιήσουμε τα αθέατα ιστορικά επίπεδα του αστικού περιβάλλοντος.

Ένα τέτοιο σύστημα οφείλει να είναι δυναμικό και η επίγνωση πλαισίου εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά του. Σύμφωνα με τους Emmanouilidis et al. (2013), το ψηφιακό μέσο πρέπει να εντοπίζει τις ανάγκες του επισκέπτη. Το σύστημα λειτουργεί αμφίδρομα, αφουγκράζεται τον επισκέπτη και προσαρμόζει την εμπειρία στις απαιτήσεις του. Η συγκεκριμένη πρακτική εγγυάται τη βιωσιμότητα της παρέμβασης και αποτελεί βασική προϋπόθεση για την υποστήριξη ήπιων μορφών ανάπτυξης (Βουγλάνης & Μανώλα, 2025). Βέβαια ο σεβασμός στην κουλτούρα και τις αξίες του εκάστοτε χρήστη παραμένει αναγκαίος, καθώς διαφορετικά το μοντέλο πιθανότατα θα αποτύχει να τον συνδέσει ουσιαστικά με τον τόπο (Aljasmi & Alobaid, 2018).

2.5.2 Διεθνείς πρακτικές

Στο διεθνές περιβάλλον, η εφαρμογή του μοντέλου των ψηφιακών διαδρομών έχει ξεπεράσει προ πολλού το στάδιο του πειραματισμού. Οι πολιτιστικές διαδρομές αναγνωρίζονται πλέον θεσμικά ως ολοκληρωμένα εργαλεία πολιτιστικής διπλωματίας και βιώσιμης ανάπτυξης. Το Συμβούλιο της Ευρώπης, το οποίο εγκαινίασε τον θεσμό το 1987 με τους «Δρόμους του Αγίου Ιακώβου της Κομποστέλα», αριθμεί σήμερα 48 πιστοποιημένες Πολιτιστικές Διαδρομές που διατρέχουν περισσότερες από 60 χώρες.

Το θεσμικό πλαίσιο του Συμβουλίου της Ευρώπης (2019) τοποθετεί τις διαδρομές σε ρόλο ιδεολογικού οχήματος που μεταφέρει και εφαρμόζει τις ευρωπαϊκές αξίες, όπως η δημοκρατία, η ποικιλομορφία και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Λειτουργούν ως συνδετικοί κρίκοι που καταργούν τους εθνικούς περιορισμούς και τροφοδοτούν έναν διαρκή διαπολιτισμικό διάλογο. Τη διατήρηση του υψηλού επιπέδου αναλαμβάνουν η Διευρυμένη Μερική Συμφωνία (EPA) και το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Πολιτιστικών Διαδρομών (EICR), περνώντας κάθε υποψήφια διαδρομή από αυστηρή αξιολόγηση..

Η επιτυχία του προγράμματος βασίζεται σε πέντε πεδία δράσης, (α) τη συνεργασία στην έρευνα, (β) την ανάδειξη της ευρωπαϊκής μνήμης, (γ) τις εκπαιδευτικές ανταλλαγές νέων, (δ) τη σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία και (ε) τον βιώσιμο πολιτιστικό τουρισμό. Σύμφωνα με τον Χάρτη του ICOMOS (2008), η θεμελιώδης διαφορά τους από τους απλούς τουριστικούς δρόμους είναι ότι αποτελούν «δυναμικά συστήματα». Δεν είναι στατικά ίχνη στο έδαφος, αλλά διαδραστικές διαδικασίες που έχουν δημιουργήσει μια κοινή αξία, μεγαλύτερη από το άθροισμα των επιμέρους μνημείων που τις απαρτίζουν.

Οι Graf & Popescu (2016) αντλούν συμπεράσματα από δίκτυα όπως η Hansa και η διαδρομή των Βίκινγκς για να τονίσουν μια απολύτως πρακτική παράμετρο. Κάθε προσπάθεια βιωσιμότητας εξαρτάται από τον οργανικό συντονισμό της τοπικής αγοράς γύρω από το πολιτιστικό αγαθό. Σε αυτό ακριβώς το σημείο η τεχνολογία επιταχύνει τις εξελίξεις. Ενισχύει τις δυνατότητες δικτύωσης και καταργεί εντελώς την παθητική στάση του επισκέπτη. Τη συλλογιστική αυτή συμπληρώνουν οι Kargas et al. (2022) εξηγώντας στην πράξη τον τρόπο με τον οποίο η στεγνή πληροφορία μεταμορφώνεται σε ζωντανή εμπειρία. Μέσα από διαδραστικά παιχνίδια και τρισδιάστατες αναπαραστάσεις ο επισκέπτης βυθίζεται πλήρως στο περιβάλλον. Παύει να είναι απλώς θεατής. Λύνει γρίφους, αλληλεπιδρά και συμμετέχει ο ίδιος στην εξέλιξη των ιστορικών γεγονότων.

Η ομαλή κατανομή της επισκεψιμότητας παραμένει η μεγαλύτερη πρόκληση. Οι διαδρομές έρχονται να λειτουργήσουν ως ρυθμιστές του χώρου και του χρόνου. Οι Βουγλάνης & Μανώλα (2025) εξηγούν πως ένα έξυπνα δομημένο δίκτυο ανακουφίζει τα σημεία αιχμής. Το κοινό κατευθύνεται σε γειτονιές που βρίσκονται στο περιθώριο. Ο αντίκτυπος είναι ξεκάθαρος. Ο κορεσμός των μνημείων σταματά και η οικονομική ανάπτυξη αγκαλιάζει οριζόντια κάθε τμήμα της τοπικής κοινωνίας.

2.6 Τεχνολογίες επανανομηματοδότησης του χώρου : Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) και ψηφιακή αφήγηση

Το πέρασμα από τη θεωρία στην πράξη, ώστε η διαδρομή να μετατραπεί σε βιωματική εμπειρία, προϋποθέτει τα κατάλληλα τεχνολογικά εργαλεία. Ζητούμενο είναι να βρεθούν οι συνδετικοί κρίκοι που θα ενώσουν τον υλικό χώρο με την άυλη ιστορική μνήμη. Η Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) αναδεικνύεται ως η κατεξοχήν τεχνολογία γι' αυτόν τον σκοπό, καθώς υλοποιεί στην πράξη την έννοια του «επαυξημένου χώρου». (Manovich, 2006), επιτρέποντας την υπέρθεση ψηφιακών επιπέδων πληροφορίας πάνω στο φυσικό περιβάλλον. Ειδικά σε τοπία με έντονο ιστορικό βάθος αλλά αποσπασματική σωζόμενη εικόνα, όπως η Θήβα, η AR μπορεί να λειτουργήσει ως ο μηχανισμός που αποκαλύπτει την κρυμμένη στρωματογραφία του τόπου.

Η ουσιαστική δυναμική μιας τέτοιας παρέμβασης είναι η μετάβαση από την αφηρημένη ιστορική γνώση στο απτό βίωμα, δίνοντας σχήμα και υπόσταση στο άυλο «πνεύμα του τόπου» (Genius Loci), μετατρέποντάς το σε εμπειρία της αισθητής πραγματικότητας. Όπως επισημαίνει ο Christian Norberg Schulz (1980), ο τόπος δεν ορίζεται μόνο από την γεωμετρία του αλλά από το νόημα που εκπέμπει. Η τεχνολογία AR έρχεται να λειτουργήσει ως αποκωδικοποιητής αυτού του νοήματος. Υπό αυτό το πρίσμα, το τοπίο αναγνωρίζεται ως ένας δυναμικός πολιτιστικός προσδιορισμός του χώρου (Μωραΐτης, 2012), που απαιτεί την ενεργή ερμηνεία του υποκειμένου για να αναδειχθεί. Αυτή η διαδικασία ικανοποιεί τη θεμελιώδη ανάγκη του ανθρώπου να ταυτιστεί με το περιβάλλον του προκειμένου να «κατοικήσει» ουσιαστικά σε αυτό (Heidegger, 2008), προσφέροντας τα απαραίτητα οπτικά ερεθίσματα που αποκαθιστούν την ιστορική συνέχεια στη συνείδηση του χρήστη.

Παρόλα αυτά, η τεχνολογική υποδομή παραμένει κενή περιεχομένου αν λείπει η συνεκτική δύναμη της ψηφιακής αφήγησης (Digital Storytelling). Η αφήγηση είναι αυτή που μετατρέπει τα ψυχρά δεδομένα σε βιωματική γνώση, επιτρέποντας στον χρήστη να εξελιχθεί από παθητικό δέκτη σε ενεργό περιηγητή. (Καρυάτη, 2021). Στην ουσία ανοίγει ο δρόμος για αυτό που ο

Manovich (2017) ορίζει ως «πολιτισμική διαμεσολάβηση» : το ιστορικό τεκμήριο δεν είναι ένα βουβό έκθεμα αλλά συνδέεται οργανικά με τη γλώσσα του σύγχρονου κοινού, αποκτώντας ζωντανή επικοινωνιακή δύναμη.

2.7 Ψηφιακή στρατηγική και City Branding: Θεωρητικές προσεγγίσεις βιώσιμης ανάδειξης

Η ψηφιακή καινοτομία, για να αποδώσει, προϋποθέτει στρατηγικό σχεδιασμό ταυτότητας που να υπερβαίνει τα εργαλεία του μάρκετινγκ, αυτό που οι Δέφνερ και Καραχάλης (2012) ορίζουν ως εργαλείο χωρικού σχεδιασμού υψηλής στρατηγικής σημασίας.

Η μνήμη κινδυνεύει συνεχώς να μετατραπεί σε καταναλωτικό προϊόν. Στην προσπάθεια να χτιστεί μια ελκυστική ταυτότητα, η ιστορική αλήθεια συχνά αλλοιώνεται ή προσαρμόζεται πλήρως στις ανάγκες της τουριστικής βιομηχανίας. Αυτή η πρακτική μετατροπής του χώρου σε καταναλωτικό θέαμα αναφέρεται στη διεθνή βιβλιογραφία ως «Disneyfication». (Zukin, 2010). Σε αυτό το σημείο ο ψηφιακός σχεδιασμός καλείται να λειτουργήσει ως ανάχωμα απέναντι στην ομογενοποίηση. Ο ρόλος της τεχνολογίας ταυτίζεται με την ανάδειξη της αυθεντικής ταυτότητας και του πλουραλισμού του αστικού χώρου. Εγκαταλείπει τις πρακτικές του εξιδανικευμένου, αποστειρωμένου αφηγήματος και φέρνει στο φως τα πραγματικά επίπεδα πόλης.

Για να αποφευχθούν φαινόμενα αποκλεισμού και τεχνητής ταυτότητας, η διαδικασία του branding δεν μπορεί να επιβάλλεται από πάνω προς τα κάτω. Όπως επισημαίνουν οι Kavaratzis & Ashworth (2005), η ταυτότητα ενός τόπου δεν κατασκευάζεται τεχνητά, αλλά αναδύεται μέσα από τη συνεκτική δράση της ιστορίας, της συλλογικής μνήμης και της καθημερινής ζωής της κοινότητας. Η ταυτότητα δεν χτίζεται στο κενό, απαιτεί την ερευνητική τεκμηρίωση που παράγει γνώση, την πολιτισμική αφήγηση που δίνει νόημα στον χώρο και το βίωμα των πολιτών που την καθιστά αυθεντική. Σε αυτό το πλέγμα η τεχνολογία αναλαμβάνει τον ρόλο του συνδετικού ιστού. Λειτουργώντας ως ανοιχτό κανάλι συνδημιουργίας, δίνει βήμα στην τοπική κοινωνία να συνεισφέρει τις δικές της αφηγήσεις. Μέσα από αυτή την διάδραση, το branding μετουσιώνεται σε μια ζωντανή, συλλογική πράξη επιβεβαίωσης ταυτότητας, αυτό που ο Kavaratzis (2004) αποκαλεί «πρωτεύουσα επικοινωνία» της πόλης, όχι διαφημιστικές εκστρατείες, αλλά ο τρόπος που η ίδια η πόλη βιώνεται και μεταδίδεται από αυτούς που την κατοικούν.

Η στρατηγική του City Branding συναντώντας τις ψηφιακές εφαρμογές, ανοίγει τον δρόμο για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι Warnaby (2009) και Καραχάλης (2017), τεκμηριώνουν τη μετάβαση

από την εργαλειοποίηση του τόπου ως προϊόντος στην προσφορά ολοκληρωμένης εμπειρίας. Η προτεινόμενη ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή επιδιώκει να αποτελέσει αυτόν τον μηχανισμό μετατροπής, αναδεικνύοντας τα αυθεντικά χαρακτηριστικά της πόλης προς όφελος της τοπικής κοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΘΗΒΑΣ: ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ & ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η πόλη της Θήβας, χτισμένη στην καρδιά του Βοιωτικού πεδίου, αποτελεί έναν από τους αρχαιότερους συνεχώς κατοικούμενους οικισμούς της Ευρώπης. Σήμερα λειτουργεί ως δυναμικό αστικό, εμπορικό και αγροτοβιομηχανικό κέντρο της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, που καλείται καθημερινά να ισορροπήσει ανάμεσα στους ρυθμούς της σύγχρονης ανάπτυξης και στη διαχείριση της τεράστιας, ιστορικής του κληρονομιάς, μεγάλο μέρος της οποίας παραμένει κυριολεκτικά κάτω από τα πόδια των κατοίκων.

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάζεται αυτή ακριβώς η υφιστάμενη κατάσταση της πόλης, η οποία αποτελεί το φυσικό πεδίο εφαρμογής της προτεινόμενης πολιτιστικής διαδρομής. Στόχος είναι να χαρτογραφηθεί το διαθέσιμο πολιτιστικό κεφάλαιο και να αξιολογηθούν οι συνθήκες κάτω από τις οποίες αυτό μπορεί να αναδειχθεί. Αρχικά, αναλύεται η ιστορική εξέλιξη του αστικού τοπίου και ο ρόλος που διαδραματίζουν τα τοπόσημα στη συγκρότηση της αστικής μνήμης. (ενότητα 3.1). Στην συνέχεια, επιχειρείται η συστηματική καταγραφή του πλούσιου πολιτιστικού αποθέματος, μέσα από τα διαδοχικά στρώματα της πόλης, και παρουσιάζονται τα εννέα στρατηγικά σημεία που θα συνθέσουν την ψηφιακή διαδρομή (ενότητα 3.2). Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τη στρατηγική ανάλυση του μακρο-περιβάλλοντος μέσω του μοντέλου PESTEL, προκειμένου να διαπιστωθούν οι πραγματικές προοπτικές, οι υφιστάμενες υποδομές και οι προκλήσεις για την υλοποίηση του ψηφιακού εγχειρήματος. (ενότητα 3.3).

3.1 Ιστορική εξέλιξη του αστικού τοπίου και η σημασία των τοπόσημων της Θήβας

Η μετάβαση από το θεωρητικό σχεδιασμό μιας πολιτιστικής διαδρομής στην πρακτική της εφαρμογή, προϋποθέτει την εις βάθος κατανόηση του ίδιου του αστικού πεδίου. Η πόλη της Θήβας αποτελεί ένα διαρκές, ζωντανό αστικό παλίμψηστο. Σε αντίθεση με αρχαιολογικούς χώρους που έχουν μουσειακό χαρακτήρα και είναι οριοθετημένοι, η σύγχρονη πόλη της Θήβας είναι χτισμένη ακριβώς πάνω στα ερείπια της αρχαίας (Αραβαντινός, 2010). Αυτή η αδιάλειπτη κατοίκηση δημιουργεί μια μοναδική συνθήκη, το ιστορικό παρελθόν και το σύγχρονο παρόν συνυπάρχουν, συχνά συγκρούονται, αλλά παραμένουν άρρηκτα συνδεδεμένα.

Η ιστορική διαδρομή της πόλης χάνεται στα όρια μεταξύ μύθου και πραγματικότητας. Από την ίδρυση της Καδμείας ακρόπολης από τον μυθικό Κάδμο και τον κύκλο του Οιδίποδα, έως την ανάδειξή της σε ηγεμονική δύναμη της Ελλάδας, η Θήβα υπήρξε ένα από τα σημαντικότερα

κέντρα του αρχαίου κόσμου. Από τους σημαντικότερους Θηβαίους ο Επαμεινώνδας, μεγάλος στρατηγός της αρχαιότητας έκανε τη Θήβα ηγεμονεύουσα της Ελλάδας ενώ ο Πελοπίδας, διοικούσε τον διάσημο Ιερό Λόχο. Η ολοκληρωτική της καταστροφή από τον Μέγα Αλέξανδρο το 335 π.χ. και οι μετέπειτα ιστορικές περίοδοι άφησαν βαθιά τα ίχνη τους στο σώμα της πόλης, δημιουργώντας επάλληλα στρώματα μνήμης κάτω από τον σημερινό αστικό ιστό.

Αυτή η ιστορική πυκνότητα αναδεικνύει την κρίσιμη σημασία των τοπόσημων για την σύγχρονη ανάγνωση της πόλης. Σύμφωνα με τον Kevin Lynch (1960), τα τοπόσημα λειτουργούν ως βασικά σημεία αναφοράς μέσω των οποίων ο άνθρωπος προσανατολίζεται και κατανοεί το αστικό περιβάλλον. Κάθε κτίριο, κάθε ερείπιο, κάθε απομεινάρι τοίχου φέρει νοήματα που συνδέουν το άτομο συναισθηματικά με τον χώρο. Αυτή η διάσταση του νοήματος είναι εκείνη που κάνει την ανάγνωση του αστικού χώρου κάτι περισσότερο από απλή πλοήγηση.

Στην περίπτωση της Θήβας, το μεγάλο στοίχημα είναι ότι πολλά από αυτά τα μνημεία είναι αποσπασματικά, «κρυμμένα» ή στερούνται της αρχικής επιβλητικής τους υπόστασης λόγω της συνεχούς κατοίκησης. Η σύνδεση του κατοίκου ή του επισκέπτη με την ιστορία δεν μπορεί να γίνει με μια στατική και παθητική ματιά. Η αποσπασματικότητα του φυσικού ίχνους κάνει επιτακτική την ανάγκη για επανανοηματοδότηση του χώρου μέσω της κίνησης.

Εδώ ακριβώς αναδεικνύεται η αξία της ίδιας της διαδρομής, του «βηματισμού» μέσα στην πόλη. Όπως πολύ εύστοχα αναλύει ο Παπαγεωργίου-Βενετάς (2004), η πεζοπορία στο άστυ δεν είναι μια απλή φυσική μετακίνηση από το ένα σημείο στο άλλο, αλλά ένας «σιωπηλός διάλογος του σώματος με τον αστικό χώρο». Μέσα από το περπάτημα, ο περιπατητής ανακαλύπτει τα κρυμμένα ίχνη, ενεργοποιεί τη μνήμη του τόπου και μετατρέπει τα μεμονωμένα τοπόσημα σε μια ενιαία αφήγηση. Ο βηματισμός επιτρέπει στον επισκέπτη να νιώσει τον παλμό της πόλης και να συνδεθεί με το *Genius Loci* Το πνεύμα του τόπου.

Στη Θήβα αυτό σημαίνει κάτι συγκεκριμένο. Τα αποσπασματικά τοπόσημά της χρειάζονται ένα αφηγηματικό νήμα που να τα ενώνει. Ο στοχευμένος βηματισμός στον αστικό ιστό, με ψηφιακό οδηγό στα χέρια, μπορεί να δώσει αυτό το νήμα. Στην ενότητα που ακολουθεί χαρτογραφείται το πολιτιστικό απόθεμα της πόλης, για να γίνει σαφές από ποιο υλικό θα συντεθεί αυτή η αφήγηση.

3.2 Καταγραφή πολιτιστικού αποθέματος

Η διαδικασία καταγραφής του πολιτιστικού αποθέματος μιας πόλης με το ιστορικό βάθος της Θήβας δεν μπορεί να περιοριστεί σε μια απλή απαρίθμηση μνημείων ή σε ένα τυπικό τουριστικό κατάλογο. Απαιτεί μια δυναμική και πολυδιάστατη προσέγγιση που να αναδεικνύει την αδιάλειπτη συνέχεια του αστικού χώρου ανά τους αιώνες. Η Θήβα αποτελεί μια από τις αρχαιότερες πόλεις της Ευρώπης, με συνεχή ιστορία 5.000 ετών (Symeonoglou, 1985), με αρχαιολογικά στρώματα που εκτείνονται από την παλαιολιθική εποχή ως τους μεσαιωνικούς χρόνους (Αραβαντινός, 2010). Η ανάπτυξη της σύγχρονης πόλης ακριβώς πάνω στα αρχαία λείψανα, έχει καταστήσει σε μεγάλο βαθμό αδύνατη ή απρόσιτη τη συστηματική ανασκαφική έρευνα, αφήνοντας τα μνημεία κατακερματισμένα και συχνά αθέατα (Symeonoglou, 1985· Θρουμουλοπούλου & Τσατήρα, 2012).

Εδώ εισάγεται η έννοια της «πολυεπίπεδης αστικής μνήμης». Η πόλη εξετάζεται ως ένα ζωντανό, πολυεπίπεδο αστικό παλίμψηστο, όπου η προτεινόμενη ψηφιακή διαδρομή θα λειτουργήσει ως το εργαλείο που ξεκλειδώνει τη μνήμη στον χρόνο, ζωντανεύοντας τις αφηγήσεις του παρελθόντος. Σύμφωνα με τη σύγχρονη βιβλιογραφία (Kargas et al. 2022), η χρήση τεχνολογιών Επαυξημένης Πραγματικότητας (AR) στο πολιτισμό επιτρέπει την τρισδιάστατη ανακατασκευή (3D reconstruction) ιστορικών περιβαλλόντων που έχουν χαθεί ή αλλοιωθεί. Το ψηφιακό μέσο δεν προσθέτει απλώς πληροφορία, διαπερνά νοητά τον σημερινό αστικό ιστό για να αποκαλύψει πως ο άυλος μύθος συναντά και ακουμπά πάνω στην υλική ιστορία (Cartledge, 2024).

Το βαθύτερο επίπεδο μνήμης είναι το Μυθολογικό, η άυλη κληρονομιά της πόλης. Αποτελεί την ίδια την απαρχή της Θήβας, περιλαμβάνοντας την ίδρυσή της από τον Κάδμο, τον τραγικό κύκλο του Οιδίποδα, τη δράση του Θεού Διονύσου, τον μύθο της Δίρκης και την γέννηση του Ηρακλή. Αυτό το επίπεδο συνιστά το ισχυρότερο αφηγηματικό «brand» της περιοχής, στο οποίο η τεχνολογία θα δώσει για πρώτη φορά οπτική μορφή.

Το πρώτο χρονικό στρώμα ανάγεται στην Εποχή του Λίθου, με τις αρχαιότερες ενδείξεις ανθρώπινης παρουσίας στη Βοιωτική Γη να χρονολογούνται ήδη από την Παλαιολιθική περίοδο. Κατά τη Νεολιθική περίοδο (6800-3200 π.Χ.) η εγκατάσταση σε μόνιμους οικισμούς σηματοδότησε την πρώτη οικιστική οργάνωση.

Κατά την Πρωτοελλαδική περίοδο (3200-2000 π.Χ.) που αντιστοιχεί στην Πρώιμη Εποχή του Χαλκού, η θέση της μελλοντικής πόλης είχε ήδη εξελιχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους

οικισμούς της Στερεάς Ελλάδας. Τα ανασκαφικά δεδομένα αποκαλύπτουν μεγάλα αψιδωτά οικοδομήματα, ορθογώνια κτήρια με διαδρόμους που μαρτυρούν κοινωνική διαφοροποίηση, καθώς και σφραγίδες που υποδηλώνουν οργανωμένη διοικητική δομή. Κατά τη Μεσοελλαδική περίοδο (2000-1700 π.Χ.), η Θήβα παρέμεινε πυκνοκατοικημένη, ενώ προς το τέλος της περιόδου εμφανίζονται τα πρώτα αρχαιολογικά τεκμήρια διαμόρφωσης ηγετικής τάξης μέσα από μεγάλους κιβωτιόσχημους τάφους. Αυτά τα βαθύτατα στρώματα παραμένουν σήμερα ορατά μόνο αποσπασματικά, κρυμμένα κάτω από τον αστικό ιστό ή εν μέρει προσβάσιμα στα θεμέλια του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών.

Περνώντας στην καταγεγραμμένη ιστορία, αναδύεται το Μυκηναϊκό επίπεδο μνήμης (16^{ος} -11^{ος} αι. π.Χ.), η εποχή που η Θήβα υπήρξε ένα από τα ισχυρότερα ανακτορικά κέντρα της εποχής του χαλκού. Το επιβλητικό Καδμείο, τα ίχνη των τειχών και το τεράστιο αρχείο πινακίδων Γραμμικής Β μαρτυρούν μια αδιαμφισβήτητη υπερδύναμη της αρχαιότητας.

Η ιστορική συνέχεια αποτυπώνεται στο Κλασικό επίπεδο μνήμης (5^{ος}-4^{ος} αι. π.Χ.), το οποίο ταυτίζεται με την περίοδο της Βοιωτικής ηγεμονίας υπό τον Επαμεινώνδα και το Πελοπίδα. Η λαμπρή αυτή περίοδος έκλεισε βίαια με την ολοκληρωτική καταστροφή της πόλης από τον Μέγα Αλέξανδρο (335 π.Χ.) και τη μερική ανακατασκευή της από τον Κάσσανδρο (315 π.Χ.), εξέλιξη που μαρτυρούν μνημεία όπως οι Ηλέκτρες Πύλες. Ακολουθεί το Μεσαιωνικό επίπεδο μνήμης (Βυζάντιο και Φραγκοκρατία), μια περίοδος οικονομικής άνθησης τον 12^ο αιώνα που οδήγησε στην κυριαρχία των Φράγκων ηγεμόνων και στην ανέγερση εντυπωσιακών οχυρωματικών έργων, όπως ο Πύργος του Σαιντ Ομέρ τον 13^ο αιώνα.

Το ανώτερο, ορατό επίπεδο, το Νεότερο και Βιομηχανικό (19^{ος} – 20^{ος} αι.), συνδέεται στενά με το υδάτινο δίκτυο της περιοχής, όπως αποδεικνύουν οι διασωθέντες νερόμυλοι και χαρακτηρίζεται από τη σταδιακή επικάλυψη των αρχαίων ερειπίων από τον πυκνό αστικό ιστό.

Από αυτά τα χρονικά στρώματα έπρεπε να επιλεγούν τοπόσημα που θα λειτουργούν ως πύλες στον χρόνο, ορατά στον σημερινό ιστό αλλά ικανά να αναδείξουν τη βαθύτερη χρονικότητά τους μέσω ψηφιακής επαύξησης. Η επιλογή αυτή παρουσιάζεται στην ενότητα που ακολουθεί. (<https://www.mthv.gr/el/monimi-ekthesi/>).

3.2.1 Επιλογή και αξιολόγηση των τοπόσημων της ψηφιακής διαδρομής

Έχοντας ως οδηγό τα παραπάνω επάλληλα χρονικά επίπεδα, επιλέχθηκαν εννέα (9) στρατηγικά τοπόσημα που θα αποτελέσουν τους σταθμούς της προτεινόμενης διαδρομής. Η επιλογή τους έγινε με γνώμονα τη δυνατότητά τους να λειτουργήσουν ως συνδετικοί κρίκοι μεταξύ παρελθόντος και παρόντος, ως ένα «παλίμψηστο πολιτισμού» (Παρασκευά, 2020). Σύμφωνα με τον Sauer (1963), το πολιτισμικό τοπίο είναι μία επιφάνεια πάνω στην οποία κάθε εποχή εγγράφει τα ίχνη της χωρίς να εξαλείφει ποτέ πλήρως, αυτά των προηγούμενων, καθώς το τοπίο βρίσκεται σε συνεχή διαδικασία ανάπτυξης και μετασχηματισμού.

Το πως αντιλαμβανόμαστε αυτά τα στρώματα το ανέλυσε ο Georg Simmel (1913/2004): το τοπίο δεν υφίσταται ως αντικειμενική πραγματικότητα, αλλά ανακύπτει ως «αυτοτελής ενότητα» μέσα από το ενοποιητικό βλέμμα του ανθρώπου που επιλέγει, οριοθετεί και συνθέτει. Στη λογική αυτή, η επιλογή των τοπόσημων δεν είναι τυχαία, κάθε σταθμός αποτελεί μια τέτοια οριοθέτηση που επιτρέπει στον επισκέπτη να αντιληφθεί το σύνολο της ιστορικής ταυτότητας της Θήβας. Ο Joachim Ritter (1963/2004), εμβαθύνει τη σκέψη αυτή υποστηρίζοντας ότι η αισθητική εμπειρία του τοπίου αποκτά ιδιαίτερη σημασία στη νεωτερικότητα, καθώς λειτουργεί ως η υπόσχεση ολότητας και επανασύνδεσης που χρειάζεται ο αποξενωμένος από την ιστορία σύγχρονος άνθρωπος. Υπό αυτό το πρίσμα η προτεινόμενη διαδρομή AR δεν επιδιώκει μόνο την πληροφόρηση του επισκέπτη αλλά την αισθητική επανανακάλυψη των στρωμάτων μνήμης που συνθέτουν τον τόπο.

Σε αυτό το πλαίσιο η Θήβα αποτελεί πεδίο εξαιρετικής πυκνότητας. Το αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών φιλοξενεί συλλογές σπάνιες ή μοναδικές στο είδος τους (Αραβαντινός, 2010), ενώ η περιοχή ενσωματώνει μυθολογία, αρχαιολογία και νεότερη ιστορία σε έναν από τους πλέον συμπυκνωμένους πολιτιστικούς τόπους του ελλαδικού χώρου. Παρακάτω καταγράφεται η ιστορική σημασία κάθε τοπόσημου και η σημερινή κατάσταση.

1. Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών και Πύργος Σαιντ Ομέρ

Το σημείο αυτό αποτελεί την επιτομή της ιστορικής συνέχειας. Το Αρχαιολογικό Μουσείο ένα από τα σημαντικότερα αρχαιολογικά μουσεία της χώρας, στεγάζει τους θησαυρούς της Βοιωτικής γης σε δεκαοκτώ θεματικές ενότητες που διαπερνούν χρονολογικά από την Παλαιολιθική περίοδο έως τη σύσταση του νέου Ελληνικού κράτους (Χαραμή, 2017). Στον αύλειο χώρο ορθώνεται ο Πύργος του Σαιντ Ομέρ, το επιβλητικό ίχνος της Φραγκοκρατίας στη

Θήβα (13^{ος} αιώνας). Κτίστηκε το 1278 μ.Χ. από τον Νικόλαο Β΄ Σαιντ-Ομέρ και αποτελεί το καλύτερα διατηρημένο τμήμα της μεσαιωνικής οχύρωσης της πόλης (Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, mthn.gr). Τα θεμέλια του μεσαιωνικού κάστρου «πατούν» πάνω στα αρχαία μυκηναϊκά τείχη (Αραβαντινός, 2010) ενώ η νέα επέκταση του Μουσείου (εγκαίνια 7 Ιουνίου 2016) αποκάλυψε στη βάση της επισκέψιμο ανασκαφικό χώρο με συνεχείς φάσεις κατοίκησης από το 2500 έως το 1400 π.Χ. (Χαραμή, 2017).

Σήμερα το Μουσείο αποτελεί έναν σύγχρονο πόλο έλξης, ο Πύργος στέκει μισογκρεμισμένος, ενώ η οπτική και νοηματική του σύνδεση με την αρχαία ιστορία της πόλης δεν είναι πάντα άμεσα αντιληπτή. Η μουσειολογική φιλοσοφία της έκθεσης παρουσιάζει άμεση συνάφεια με την προτεινόμενη AR διαδρομή, η ενότητα «Τοπία και Μύθοι της Βοιωτίας» αναπτύσσει τον μυθολογικό κύκλο της Θήβα, με τον Κάδμο, τον Οιδίποδα, τον Ηρακλή και τον Διόνυσο, υποστηριζόμενη από ψηφιακό διαδραστικό χρονολόγιο και οπτικοακουστικό υλικό (Χαραμή, 2017). Το Μουσείο διαθέτει ήδη ψηφιακές υποδομές, με εικονική περιήγηση 360° , τρισδιάστατες απεικονίσεις και διαδραστικές εφαρμογές, ενώ στόχος του είναι η λειτουργία του ως πολυδύναμου οργανισμού που ανταποκρίνεται στον εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό του ρόλο (Χαραμή, 2017 · mthn.gr χ.χ.). Με αυτά τα δεδομένα, το Μουσείο δεν αποτελεί απλώς ένα από τα εννέα τοπόσημα της διαδρομής· είναι ο φυσικός κόμβος υποδοχής και ερμηνείας που δίνει νόημα στο σύνολο της διαδρομής· καθώς η AR εφαρμογή επεκτείνει στον αστικό χώρο αυτό που το Μουσείο ήδη κάνει εντός των τειχών του.

2. Το Καδμείο, Μυκηναϊκό Ανάκτορο

Εδώ βρίσκεται η «Θήβα του Μύθου», όπου ο Κάδμος ίδρυσε την Ακρόπολη. Σύμφωνα με τον μυθολογικό κύκλο, στην Καδμεία έλαβε χώρα ο Ιερός Γάμος του Κάδμου και της Αρμονίας, το μοναδικό γεγονός στο οποίο συμμετέχουν οι Ολύμπιοι Θεοί. Ιστορικά (14^{ος}-13^{ος} αι. π.Χ.), το σημείο φιλοξενούσε το μυκηναϊκό ανάκτορο, ένα από τα ισχυρότερα της εποχής του, από το οποίο αντλήθηκαν εξαιρετικά αρχαιολογικά ευρήματα, πινακίδες Γραμμικής Β, και η μοναδική στον κόσμο συλλογή σφραγιδοκυλίνδρων από το «Δωμάτιο του Θησαυρού» (Αραβαντινός, 2010). Η Θήβα κατά τους μυκηναϊκούς χρόνους αποτελούσε επίσης ένα από τα δύο σπουδαιότερα κέντρα κοσμηματοποιίας και κατεργασίας ελεφαντοστού στον ελλαδικό χώρο.

Σήμερα βρίσκεται ανάμεσα σε σύγχρονες πολυκατοικίες στο κέντρο της πόλης. Ο επισκέπτης βλέπει απλώς κάποια περιφραγμένα χαμηλά πέτρινα θεμέλια που αδυνατούν να μεταδώσουν το μεγαλείο του ανακτόρου.

3. Ηλέκτρες Πύλες

Το απόλυτο σύμβολο της «Επτάπυλης Θήβας». Οι Ηλέκτρες ήταν οι κυριότερες πύλες της αρχαίας Θήβας, καθώς από αυτές περνούσε ο δρόμος που ερχόταν από την Αθήνα μέσω Πλαταιών (Παπαχατζής, 1981). Έλαβαν το όνομά τους από την Ηλέκτρα, κόρη του Άτλαντα, που θεωρείται μητέρα της Αρμονίας από τον Δία και πεθερά του Κάδμου (Παπαχατζής, 1981). Εδώ τοποθετείται η κορύφωση του μύθου των «Επτά επί Θήβας» ενώ στην ίδια περιοχή λάμβαναν χώρα θυσίες για τους νεκρούς ήρωες. Πρόσφατες ανασκαφές κάτω από την οδό Πολυνείκους αποκάλυψαν δύο μονολιθικούς βωμούς, βωμό τέφρας με διαδοχικά στρώματα καύσης (8^{ος}-5^{ος} αι. π.Χ.), τμήμα στοάς και περίβολο κενотаφίου, πιθανότητα αφιερωμένου στα παιδιά της Μεγάρας (ΕΦΑ Βοιωτίας, mthn.gr). Τα σημερινά ερείπια ανήκουν στην ανακατασκευή της πόλης από τον Κάσσανδρο (315 π.Χ.). (Αραβαντινός, 2010).

Σήμερα τα θεμέλια των κυκλικών πύργων βρίσκονται χαμηλότερα από το επίπεδο του δρόμου, στον πυρήνα ενός συγκοινωνιακού κόμβου, καθιστώντας το μνημείο αόρατο στον επισκέπτη.

4. Ιερό Ηρακλέους

Η Θήβα είναι η γενέτειρα του σημαντικότερου πανελλήνιου ήρωα. Ο χώρος βρισκόταν νοτίως των Ηλεκτρων Πυλών, στην πορεία του επισκέπτη προς την Καδμεία από την Αθήνα (Παπαχατζής, 1981, mthn.gr). Εδώ γεννήθηκε ο Ηρακλής και εκτυλίσσεται το πρώτο του κατόρθωμα, ο πνιγμός των φιδιών. Πρόσφατες ανασκαφές αποκάλυψαν κατάλοιπα του «Ηρακλείου», ενός μεγάλου ιερού με γυμνάσιο και στάδιο όπου τελούνταν τα «Ηράκλεια».

Σήμερα ο χώρος έχει ανασκαφεί αποσπασματικά και στερείται της επιβλητικότητας που θα άρμοζε σε ένα τόσο ισχυρό μυθολογικό σύμβολο. Η γεωγραφική σχέση του με τις Ηλέκτρες Πύλες και το καδμείο δεν είναι εμφανής στον σύγχρονο επισκέπτη.

5. Ναός Ισμηνίου Απόλλωνα

Ένα από τα σημαντικότερα ιερά της αρχαίας Θήβας ήταν το ιερό του Ισμηνίου Απόλλωνος, στον ομώνυμο λόφο νοτιοανατολικά της αρχαίας πόλης. Ο λόφος και το ιερό πήραν το όνομά τους από τον ποταμό Ισμηνό που έρεε κοντά τους (Παπαχατζής, 1981). Με αδιάλειπτη χρήση από τον 15^ο αι. π.Χ. έως τον 12^ο αι. μ.Χ. αρχικά μυκηναϊκό νεκροταφείο, μετεξελίχθηκε σε φημισμένο ιερό του Απόλλωνος με τρεις διαδοχικούς ναούς. Ο τελευταίος, ο δωρικός περίπτερος των αρχών του 4^{ου} αι. π.Χ. παραμένει ορατός σήμερα στην κορυφή. Το ιερό φιλοξενούσε αγάλματα αποδιδόμενα στον Φειδία και τον Σκόπα, καθώς και πλήθος αναθηματικών αφιερωμάτων. Λίθοι

από τον δωρικό ναό βρέθηκαν ενσωματωμένοι σε βυζαντινές εκκλησίες της πόλης μαρτυρώντας τη συνεχή επαναχρησιμοποίηση του χώρου.

Ο επισκέπτης που ανεβαίνει σήμερα στον λόφο του Ισμηνίου βλέπει μόνο ένα πλάτωμα στον λόφο με λίγα διάσπαρτα θεμέλια. Κανένα στοιχείο δεν παραπέμπει στα αγάλματα του Φειδία και του Σκόπα, ούτε στους χάλκινους τρίποδες με τις αναθηματικές επιγραφές που περιέγραψε ο Πausanias. Η σύνδεση του χώρου με τον ποταμό Ισμηνό και την αρχαία ιστορία του νερού της Θήβας έχει πλήρως εξαφανιστεί από τη συλλογική συνείδηση.

6. Μυκηναϊκό Νεκροταφείο-Καστέλια

Στο νεκροταφείο των Καστελλίων εντοπίζεται ένας από τους μεγαλύτερους γνωστούς θαλαμωτούς τάφους των μυκηναϊκών χρόνων, χρονολογούμενος στον 13^ο αι. π.Χ.. Οι τοιχογραφίες που κοσμούν τον τάφο, παριστάνουν γυναικείες μορφές σε στάση απόδοσης σεβασμού ή αποχαιρετισμού νεκρού, είναι μοναδικές στο είδος τους και μαρτυρούν ότι το μνημείο ήταν προορισμένο για επιφανή μέλη της ανακτορικής ιεραρχίας. Η ταύτισή του στο παρελθόν με τον τάφο «των Οιδίποδος παίδων», όπως αναφέρει ο Πausanias, δηλαδή του Ετεοκλή και του Πολυνείκη που αλληλοσκοτώθηκαν στην εκστρατεία των «Επτά επί Θήβας», συνδέει το μνημείο με ένα από τους πιο γνωστούς μύθους της αρχαιότητας, αναδεικνύοντας τη διαχρονική σύνδεση τοπογραφίας και μυθικής μνήμης στον αστικό ιστό.

Σήμερα ο τάφος των Καστελλίων προσφέρεται ως τοπόσημο για ψηφιακή ανάδειξη μέσω AR, καθώς η αδυναμία πλήρους φυσικής πρόσβασης και η αόρατη αρχαιολογική στρωματογραφία του, καθιστούν την ψηφιακή εφαρμογή αναγκαία για τη βίωση της πολιτισμικής του διάστασης.

7. Οιδιπόδεια κρήνη & Νερόμυλος Βυλλιώτη

Η γέφυρα ανάμεσα στον αρχαίο μύθο και τη νεότερη ιστορία. Η Οιδιπόδεια Κρήνη πήρε το όνομά της από τον μύθο σύμφωνα με τον οποίο ο Οιδίποδας έπλυνε σε αυτή τα χέρια του από το αίμα του φόνου του πατέρα του Λαίου (Παπαχατζής, 1981). Πάνω σε αυτό το πλούσιο υδάτινο δίκτυο του Ισμηνού, χτίστηκε τον 19^ο αιώνα ο Νερόμυλος του Βυλλιώτη, που αποτέλεσε κινητήρια δύναμη της νεότερης αγροτοβιομηχανικής ζωής της πόλης (Κουρούνη, 2016). Ο μύλος ανήκει σε ένα εκτεταμένο δίκτυο υδρόμυλων του Ισμηνού, που αριθμούσε 17 μύλους το 1505 και 31 το 1570, σύμφωνα με τα οθωμανικά φορολογικά κατάστιχα (Κουρούνη, 2016).

Ο νερόμυλος σήμερα, διασώζεται ως βιομηχανικό κέλυφος, έχει κηρυχθεί διατηρητέο κτίριο από το 1987 (ΦΕΚ 803/26.08.1987) και φέρει ακόμη τη χαρακτηριστική κατακόρυφη μεταλλική

φτερωτή. Η άμεση σχέση του όμως με την πανάρχαια ιστορία των νερών της Οιδιπόδειας Κρήνης και τον μύθο των Λαβδακιδών έχει σχεδόν λησμονηθεί.

8. Λόφος του Αμφείου

Ένα μοναδικό τοπόσημο που ενώνει την προϊστορία με τον μύθο. Ο ωσειδής πευκόφυτος λόφος βορείως της Καδμείας ταυτίζεται με πρωτοελλαδικό τύμβο αρχικής χρήσης περί το 2500 π.Χ., ο οποίος στα ιστορικά χρόνια θεωρούνταν τόπος ταφής των διδύμων Αμφίωνα και Ζήθου (Παπαχατζής, 1981).

Οι δύο αδελφοί θεωρείται ότι έχτισαν τα τείχη της Θήβας μαγεύοντας τις πέτρες με την λύρα. Ο λόφος παρουσιάζει τεχνητή διαμόρφωση που θυμίζει κλιμακωτή πυραμίδα, και αποκαλεί οπτικό σημείο αναφοράς για ολόκληρη την πόλη.

Σήμερα είναι ένας πευκόφυτος λόφος που δεσπόζει στην πόλη, αλλά παραμένει ένας χώρος, δίχως καμία πληροφοριακή ή βιωματική σύνδεση με τον μύθο και την προϊστορία του.

9. Κρήνη Δίρκης

Στις δυτικές υπώρειες του υψώματος όπου είναι κτισμένη η Θήβα, βρίσκεται η «Κρήνη της Δίρκης», ένα τοπόσημο που συγκεντρώνει στο ίδιο χώρο πολλαπλές στρώσεις μυθολογικής και ιστορικής μνήμης. Σύμφωνα με την μυθολογική της παράδοση εκεί ο Κάδμος θυσίασε την αγελάδα που τον οδήγησε στην Θήβα. Την πηγή φρουρούσε ένας δράκοντας, γιος του Άρη, τον οποίο ο Κάδμος σκότωσε και έσπειρε τα δόντια του, από τα οποία γεννήθηκαν οι Σπαρτοί, οι μυθικοί πρόγονοι των αριστοκρατικών γενών. Αργότερα η πηγή μετονομάστηκε σε «Κρήνη της Δίρκης» από ένα άλλο μύθο που συνδέθηκε με αυτή. Πρόκειται για το φόνο της Δίρκης, συζύγου του βασιλιά της Θήβας Λύκου, από τον Ζήθο και τον Αμφίωνα. Τα δύο αδέρφια σκότωσαν την Δίρκη γιατί βασάνιζε την μητέρα τους, και πέταξαν το πτώμα της στην πηγή αυτή που από τότε πήρε το όνομά της. Σύμφωνα με τις περιγραφές του Πανυσανία κάπου εκεί υπήρχε και ιερό της Αθηνάς Όγκας, από το οποίο έφεραν την ονομασία τους οι Ογκαΐαι πύλες του τείχους της Θήβας.

Σήμερα η «Κρήνη της Δίρκης» σώζεται ως αποσπασματικό υπόλειμμα. Ορατά παραμένουν η λαξευμένη στο βράχο σπηλιά που η παράδοση ταυτίζει με την κατοικία του δράκοντα και τα απομεινάρια της λιθόκτιστης πηγής. Κατοικίες και οδικό δίκτυο πλαισιώνουν τον χώρο, παραμένει υπαρκτό στη συλλογική μνήμη, αλλά παντελώς αθέατος ως προορισμός για τον σύγχρονο επισκέπτη.

3.3 Ανάλυση PESTEL: Το εξωτερικό περιβάλλον της Θήβας

Το εξωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει τους παράγοντες που δρουν έξω από κάθε οργανισμό, επηρεάζουν τη λειτουργία του και αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους, αποτελώντας ταυτόχρονα ευκαιρίες ανάπτυξης και πηγές κινδύνου. (Τσουρβάκας, 2012). Η ανάλυση PESTEL αποτελεί ένα από τα πλέον διαδεδομένα εργαλεία στρατηγικής ανάλυσης και εξετάζει το περιβάλλον σε έξι διαστάσεις, την πολιτική, την οικονομική, την κοινωνική, την τεχνολογική, την νομική και την περιβαλλοντική. (Hill, et al.,2023). Οι Γκαντζιάς & Κορρές (2011) τονίζουν ότι η εξέταση αυτή αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την ανάπτυξη βιώσιμων στρατηγικών πολιτιστικής διαχείρισης.

Στην παρούσα εργασία η ανάλυση PESTEL λειτουργεί ως αναλυτικό εργαλείο που θα τροφοδοτήσει την πρωτογενή έρευνα, την ανάλυση SWOT και το μοντέλο βιωσιμότητας της πρότασης.

Πολιτικός παράγοντας

Το πολιτικό περιβάλλον για την υλοποίηση ψηφιακών πολιτιστικών παρεμβάσεων στην Θήβας χαρακτηρίζεται από ευνοϊκές συνθήκες σε τρία επίπεδα. Σε Ευρωπαϊκό η νέα Ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό (European Commission 2018) και το πρόγραμμα ψηφιακή Ευρώπη 2021-27, θέτουν ρητά την ψηφιακή ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς ως προτεραιότητα χρηματοδότησης. Σε εθνικό επίπεδο η βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025 (ΦΕΚ 2894/Β/2021) θέτει την ένταξη των σύγχρονων τεχνολογιών ως στρατηγική προτεραιότητα, ενώ το ΥΠΠΟΑ υλοποιεί ήδη ψηφιακές παρεμβάσεις AR/VR σε 300 αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία μέσω της πλατφόρμας Hellenic Heritage (ΥΠΠΟΑ/ΟΔΑΠ, 2026), με χρηματοδότηση 27 εκ. από το ταμείο ανάκαμψης.

Η τοπική πολιτική βούληση εκφράζεται με τεκμηριωμένο τρόπο μέσα από εγκεκριμένα και σε φάση υλοποίησης έργα. Έχει ολοκληρωθεί και παραδοθεί η ανάπλαση της Πλατείας Κεραμοπούλου στο πλαίσιο του προγράμματος «Ανοικτά Κέντρα Εμπορίου» (κωδ. Πράξης 5037893, προϋπολογισμού 200.000 ευ.). Βρίσκεται σε εξέλιξη η δημιουργία Κέντρου Τουριστικής Προβολής Για Την Πολιτιστική Κληρονομιά της Θήβας (Ψ23Δ465ΧΙ8-ΠΚ9-Απόφαση Ένταξης) συνολικού κόστους 2.563.591,11 ευ. με συγχρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ). Παράλληλα βρίσκεται σε φάση υλοποίησης η ανάπλαση της οδού Πολυνείκους (64477ΛΗ-ΧΑΞ), συνολικού κόστους 504.409,31 ευρώ, που συνδέει τον χώρο των Ηλέκτρων Πυλών και του Ιερού Ηρακλέους. Σε

αυτό το πλαίσιο τοπικής κινητοποίησης εντάσσεται και το πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ» του Σωματείου ΔΙΑΖΩΜΑ, το οποίο έχει συμπεριλάβει τη Θήβα στις πόλεις στόχους του με στόχο την ανάδειξη της πολιτισμικής της ταυτότητας μέσα από συντονισμένες αστικές παρεμβάσεις (ΔΙΑΖΩΜΑ, 2024).

Ως πολιτικός κίνδυνος εντοπίζεται η εκλογική αστάθεια καθώς πιθανή αλλαγή τοπικής διοίκησης μπορεί να συνεπάγεται αναθεώρηση των αναπτυξιακών προτεραιοτήτων και καθυστέρηση ή αναστολή έργων. Παράλληλα η γραφειοκρατική επιβάρυνση στη διαχείριση κοινοτικών κονδυλίων αποτελεί δομική αδυναμία, καθώς οι καθυστερήσεις στις εγκρίσεις, η πολυπλοκότητα των διαγωνιστικών διαδικασιών και οι απαιτήσεις τήρησης κανονισμών ΕΣΠΑ επιμηκώνουν τους χρόνους υλοποίησης.

Οικονομικός παράγοντας

Ο οικονομικός σχεδιασμός θωρακίζει την πρόταση μέσα από την άντληση πόρων από τρεις πηγές, ευρωπαϊκό, εθνικό και τοπικό.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο το Horizon Europa 2021-2027 διαθέτει προϋπολογισμό 95,5 δισεκατομμυρίων χρηματοδοτώντας έργα που χρησιμοποιούν τεχνολογίες επανυξημένης και εικονικής πραγματικότητας για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς (European Commission 2022). Την ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την ανάπτυξη της κοινής ευρωπαϊκής πλατφόρμας Europeana (HaDEA 2024), τα χρηματοδοτεί το πρόγραμμα Ψηφιακή Ευρώπη 2021-2027. Τέλος το πρόγραμμα «Δημιουργική Ευρώπη» 2021-2027 με προϋπολογισμό 2,44 δισεκατομμύρια ευρώ, χρηματοδοτεί δράσεις που στηρίζουν τις πολιτιστικές βιομηχανίες και ενισχύουν την ευρωπαϊκή πολιτιστική και γλωσσική ποικιλομορφία και κληρονομιά.

Σε εθνικό επίπεδο η βίβλος του ψηφιακού μετασχηματισμού 2020-2025 (ΦΕΚ 2894/Β/2021) καταγράφει πάνω από 400 έργα ψηφιακής μετάβασης μεγάλο μέρος των οποίων εντάχθηκε στο εθνικό σχέδιο ανάκαμψης «Ελλάδα 2.0». Η πλατφόρμα Hellenic Heritage (ΥΠΠΟΑ/ΟΔΑΠ, 2026) με χρηματοδότηση 27 εκατομμυρίων ευρώ από το ταμείο ανάκαμψης αξιοποιεί τεχνολογίες επανυξημένης και εικονικής πραγματικότητας σε περίπου 300 αρχαιολογικούς χώρους. Το παράδειγμα αποδεικνύει ότι η χρηματοδότηση από κοινοτικά κονδύλια για την ψηφιακή ανάδειξη των μνημείων είναι εφικτή.

Ο Δήμος Θηβαίων έχει ήδη προχωρήσει σε εγκεκριμένα έργα που βρίσκονται σε εξέλιξη, με χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ 2021-2027, το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων αλλά και από

ιδίους πόρους. Αυτό στην πράξη σημαίνει ότι υπάρχει μια βάση πάνω στην οποία μπορεί να «κουμπώσει» η υλοποίηση της εφαρμογής και έτσι δημιουργείτε ένα γενικότερο περιβάλλον που φαίνεται να ευνοεί την εξέλιξη του εγχειρήματος. Την ίδια στιγμή, η δυναμική επιστροφή του ελληνικού τουρισμού και η ολοένα μεγαλύτερη στροφή των επισκεπτών προς εναλλακτικές μορφές πολιτιστικού τουρισμού δημιουργούν ένα θετικό περιβάλλον. Τα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ για το 2024 άλλωστε κινούνται προς αυτή την κατεύθυνση και ενισχύουν την εκτίμηση ότι υπάρχει πραγματική προοπτική ανάπτυξης. Οι άνθρωποι θέλουν κάτι παραπάνω από τις συνηθισμένες διαδρομές. Ψάχνουν εμπειρία, ιστορία, αφήγηση. Φυσικά ο πραγματικός οικονομικός κίνδυνος είναι το κομμάτι της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας της διαδρομής όταν τελειώσει η αρχική χρηματοδότηση. Αυτό ίσως είναι το μεγαλύτερο στοίχημα.

Κοινωνικός παράγοντας

Ο Δήμος Θηβαίων, με έκταση 822,92 τ. χλμ., καταγράφει σήμερα 32.521 μόνιμους κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2001, αριθμό που επιβεβαιώνει τη συνεχιζόμενη δημογραφική υποχώρηση της περιοχής. Μέσα σε μια δεκαετία ο πληθυσμός μειώθηκε σχεδόν κατά 4.000 άτομα σε σχέση με το 2011 (ΕΛ.ΣΤΑΤ. 2023). Η τάση βέβαια είναι γενικευμένη, αφού σε ολόκληρη την Περιφερειακή Ενότητα Βοιωτίας η πληθυσμιακή πτώση έφτασε το 10% την ίδια περίοδο. Όταν οι αριθμοί πιέζουν με αυτό τον τρόπο, εργαλεία πολιτιστικής και τουριστικής ανάπτυξης γίνονται απαραίτητα για την ανάκαμψη. Η ψηφιακή διαδρομή που σχεδιάζουμε έρχεται να λειτουργήσει ακριβώς ως ένα τέτοιο στοχευμένο μέσο αστικής σύνδεσης, δίχως προφανώς να αποτελεί τη μοναδική λύση.

Ο ψηφιακός αλφαριθμητισμός και τα στατιστικά σχετικά με την τεχνολογική εξοικείωση δείχνουν διαφοροποιήσεις. Οι νέοι 16-19 ετών στη χώρα μας ενσωματώνονται πλήρως στην ευρωπαϊκή πραγματικότητα. Το 90% βρίσκεται στα κοινωνικά δίκτυα, ακολουθώντας το ευρωπαϊκό 97% της καθημερινής χρήσης διαδικτύου (Eurostat, 2025). Η δυσκολία εμφανίζεται στον γενικό πληθυσμό. Εκεί η εκπαίδευση δημιουργεί στεγανά. Καταγράφεται ένα αγεφύρωτο χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων ανάμεσα στους πολίτες με υψηλό και χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Ειδικότερα, η διαφορά στην καθημερινή χρήση του ίντερνετ μεταξύ νέων και γενικού πληθυσμού αγγίζει τις 16 ποσοστιαίες μονάδες (Eurostat, 2024). Αυτά μεταφράζονται σε μια πολύ συγκεκριμένη τεχνική απαίτηση για την εφαρμογή. Πρέπει να έχει διακριτά επίπεδα πολυπλοκότητας. Πρέπει να είναι ελκυστική για τους νέους επισκέπτες, αλλά ταυτόχρονα απολύτως προσβάσιμη στην πλοήγηση στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Το νέο Κέντρο Τουριστικής Προβολής Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Θήβας δημιουργεί μια ξεκάθαρη κοινωνική ευκαιρία. Μπορεί να λειτουργήσει ως ένας φυσικός κόμβος όπου η τοπική κοινότητα θα συμμετέχει ενεργά, θα εκπαιδεύεται και θα εξοικειώνεται στην ψηφιακή διαδρομή. Η αποδοχή των κατοίκων θα κρίνει εν πολλοίς την επιτυχία του εγχειρήματος. Όπως εξηγεί άλλωστε η Κουρή (2020), καμία πολιτιστική παρέμβαση δεν έχει μέλλον χωρίς την ουσιαστική ανάπτυξη κοινού.

Υπάρχει ωστόσο ένας ορατός κίνδυνος. Οι κάτοικοι ενδέχεται να αντιδράσουν σε μια πιθανή εμπορευματοποίηση της τοπικής ιστορίας. Η βιβλιογραφία περιγράφει αυτή τη δυναμική ως «Authorized Heritage Discourse» (AHD). Ο Smith (2006) εξηγεί πως η επίσημη διαχείριση της κληρονομιάς αποκλείει στην πράξη τη φωνή συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων. Ο κυρίαρχος λόγος επιβάλλεται ακριβώς επειδή παρουσιάζεται ως κάτι το απολύτως φυσικό. Η συνέπεια περνάει κατευθείαν στον κάτοικο. Πείθεται ότι η αρχαιολογία και η ιστορική αφήγηση αποτελούν αποκλειστικό προνόμιο των ειδικών. Σταδιακά υποβαθμίζει τον δικό του βιωματικό δεσμό με τον τόπο σε μια σχέση εντελώς ανεπίσημη και δευτερεύουσα (Chaliakopoulos, 2026). Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις της έρευνας θα εστιάσουν σε αυτό το ζήτημα, προκειμένου να διερευνηθεί εμπειρικά.

Τεχνολογικός παράγοντας

Ο Τεχνολογικός παράγοντας διαμορφώνει ευνοϊκές συνθήκες σε τρία επίπεδα. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η τεχνολογία της Επαυξημένης Πραγματικότητας (AR) για πολιτιστικά μνημεία έχει αναγνωριστεί ως εργαλείο αιχμής στο πλαίσιο του Horizon Europe, ενώ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρηματοδοτεί έργα ψηφιοποίησης πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω του προγράμματος Ψηφιακή Ευρώπη 2021-2027. Σε εθνικό επίπεδο η πλατφόρμα Hellenic Heritage (ΥΠΠΟΑ/ΟΔΑΠ, 2026) αποδεικνύει ότι η τεχνολογία AR/VR έχει υιοθετηθεί ως εθνική πολιτική με εφαρμογές ήδη σε λειτουργία σε εμβληματικούς αρχαιολογικούς χώρους και προϋπολογισμό άνω των 27 εκ. ευρώ. Σε επίπεδο χρηστών η υψηλή διείσδυση smartphones στην Ελλάδα, που αγγίζει το 85% για τις ηλικίες 16-44 ετών (Eurostat, 2024), διασφαλίζει ότι η τεχνολογική υποδομή για τη λειτουργία location-based AR εφαρμογών βρίσκεται ήδη στα χέρια της κύριας ομάδας στόχου, χωρίς να απαιτείται εξειδικευμένος εξοπλισμός. Σε τοπικό επίπεδο ο Δήμος Θηβαίων συμμετέχει στο πρόγραμμα WiFi4GR του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης, το οποίο παρέχει δωρεάν δημόσια σημεία ασύρματης πρόσβασης σε κεντρικά σημεία της πόλης. Σε συνδυασμό με την ήδη υψηλή κάλυψη 4G/5G, αυτό διασφαλίζει τη λειτουργία της εφαρμογής χωρίς πρόσθετες επενδύσεις σε ψηφιακές υποδομές.

Ως τεχνολογικός κίνδυνος εντοπίζεται ο γρήγορος ρυθμός τεχνολογικής αλλαγής, καθώς η συνεχής εξέλιξη των λειτουργικών συστημάτων και βιβλιοθηκών AR μπορεί να οδηγήσει σε τεχνολογική απαξίωση της εφαρμογής εάν δεν προβλεφθεί συστηματική συντήρηση.

Περιβαλλοντικός παράγοντας

Το μεσογειακό κλίμα της Θήβας με τους μακρύς ηλιόλουστους μήνες ευνοεί τη χρήση υπαίθριας εφαρμογής AR για μεγάλο τμήμα του έτους, με αιχμή επισκεψιμότητας την άνοιξη και το φθινόπωρο. Ωστόσο, οι υψηλές θερινές θερμοκρασίες, που τακτικά υπερβαίνουν τους 38° C, αποτελούν λειτουργικό περιορισμό για τους μήνες Ιούλιο-Αύγουστο, απαιτώντας σχεδιαστική πρόβλεψη για σύντομες, σταδιακές διαδρομές με σκιασμένες ενδιάμεσες στάσεις.

Ιδιαίτερη σημασία έχει το γεγονός ότι τα εννέα τοπόσημα δεν βρίσκονται σε ανοιχτό αρχαιολογικό χώρο αλλά είναι πλήρως ενσωματωμένα στον πυκνό αστικό ιστό. Η διαδρομή διεξάγεται σε δρόμους, πεζοδρόμια και αστικά οικοδομικά τετράγωνα. Σύμφωνα με το ΣΒΑΚ του Δήμου Θηβαίων, οι κεντρικοί άξονες παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα ηχορύπανσης, γεγονός που συνιστά παράμετρο που ο σχεδιασμός της εφαρμογής οφείλει να λαμβάνει υπόψη. Αυτό το χαρακτηριστικό διαφοροποιεί ριζικά την παρούσα πρόταση από αντίστοιχες εφαρμογές σε οριοθετημένους αρχαιολογικούς χώρους.

Ο μη επεμβατικός χαρακτήρας της τεχνολογίας AR, αποτελεί περιβαλλοντική ευκαιρία: η AR δεν αφήνει κανένα φυσικό αποτύπωμα στα μνημεία, καθιστώντας την συμβατή με το καθεστώς προστασίας βάσει του ν. 3028/2002. Το ΣΒΑΚ προτείνει Δίκτυο Πράσινων Διαδρομών που διέρχεται από τους ίδιους κεντρικούς άξονες, ενώ ο Δήμος Θηβαίων υλοποιεί ήδη το εθνικό πρόγραμμα κοινόχρηστων ηλεκτρικών ποδηλάτων (ΑΔΑ : 99ΡΔΗ-ΖΑΖ, ΕΤΠΑ 2021-2027, ΣΑΕ 275/1, 248.000 ευρώ), δημιουργώντας άμεση συνέργεια με την AR διαδρομή.

Ως περιβαλλοντικός κίνδυνος εντοπίζεται η ενδεχόμενη αύξηση επισκεπτών που μπορεί να προκαλέσει η επιτυχία της εφαρμογής, εάν δεν υπάρξει παράλληλη διαχείριση ροής επισκεπτών από τις αρμόδιες αρχές.

Νομικός παράγοντας

Ο νομικός παράγοντας διαμορφώνει ένα κανονιστικό περιβάλλον που αναπτύσσεται σε τέσσερις διαστάσεις. Πρώτον, βάσει του άρθρου 46 του ν. 3028/2002, όπως τροποποιήθηκε με τον ν. 4708/2020, ως «απεικόνιση μνημείου» ορίζεται η αποτύπωση της εικόνας του μνημείου με οποιονδήποτε τρόπο και μέσο, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών εφαρμογών, για την οποία απαιτείται προηγούμενη άδεια από το ΥΠΠΟΑ. Αρμόδια για την Θήβα είναι η Εφορεία

Αρχαιοτήτων Βοιωτίας με έδρα το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών, ενώ η γεωγραφική εγγύτητα Εφορείας και Δήμου καθιστά εφικτή τη σύναψη Μνημονίου Συνεργασίας .

Δεύτερον, το ψηφιακό περιεχόμενο της εφαρμογής διέπεται από τον ν. 2121/1993 για την πνευματική ιδιοκτησία, κάθε απεικόνιση μνημείου θα πρέπει να συνοδεύεται από λεζάντα με έγκριση του ΥΠΠΟΑ, που να αναφέρει ότι τα δικαιώματα επί των μνημείων ανήκουν στο Υπουργείο Πολιτισμού βάσει του ν. 3028/2002. Τρίτον, η επεξεργασία δεδομένων γεωεντοπισμού κατά την λειτουργία της εφαρμογής υπάγεται στον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 (GDPR) και στον ν.4624/2019. Ο Δήμος ως υπεύθυνος επεξεργασίας υποχρεούται σε εκπόνηση DPIA και διαφανή ενημέρωση χρηστών. Τέταρτον, η επιλογή ανοιχτού λογισμικού για την ανάπτυξη της εφαρμογής ευθυγραμμίζεται με τις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον δημόσιο τομέα και διασφαλίζει συμβατότητα με τους κανόνες δημοσίων συμβάσεων (ν.4412/2016).

3.4 Η Θήβα ως πεδίο εφαρμογής πρακτικών δημιουργικής πόλης

Η χαρτογράφηση του πολιτιστικού αποθέματος και η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος καθιστούν εφικτή μια συνθετική ανάγνωση της Θήβας υπό το πρίσμα της θεωρίας της δημιουργικής πόλης. Η ανάγνωση αυτή δεν αποτελεί παράλληλη θεωρητική επανάληψη, αλλά αναγκαία γεφύρωση, οι θεωρητικές κατηγορίες που αναπτύχθηκαν στο κεφάλαιο 1 αποκτούν συγκεκριμένο εμπειρικό περιεχόμενο μόνο όταν εφαρμοστούν στον συγκεκριμένο τόπο, διαμορφώνοντας το ερευνητικό πλαίσιο που θα οδηγήσει στη μεθοδολογία του κεφαλαίου 4.

Κατά τον Landry (2000) η δημιουργική πόλη δεν οικοδομείται από την αρχή αλλά αναδύεται από την ενεργοποίηση του ήδη υπάρχοντος πολιτιστικού, ανθρώπινου και τεχνολογικού κεφαλαίου. Με αυτό το πρίσμα, η Θήβα παρουσιάζει μια χαρακτηριστική ασυμμετρία. Διαθέτει όλες τις πρώτες ύλες της δημιουργικής πόλης, χωρίς τον μηχανισμό που θα τις μετέτρεπε σε βιωματική εμπειρία και οικονομική αξία. Το παγκοσμίως αναγνωρίσιμο μυθολογικό και αρχαιολογικό brand name, το πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα αιώνων συνεχούς κατοίκησης, το νέο Αρχαιολογικό Μουσείο και ο ζωντανός πολιτιστικός ιστός, συνθέτουν ένα κεφάλαιο εξαιρετικής πολιτιστικής πυκνότητας. Παράλληλα η υψηλή κάλυψη 4G/5G, η συμμετοχή στο WiFi4GR και η διείσδυση των smartphones στο 85% για τις ηλικίες 16-44 (Eurostat, 2024) διασφαλίζουν την τεχνολογική υποδομή, τον παράγοντα Τεχνολογία των 3T του Florida (2002). Αυτό που απουσιάζει δεν είναι οι πόροι αλλά κατά τους Landry & Bianchini (1995), η «άυλη

υποδομή», το δίκτυο θεσμικών σχέσεων, κοινωνικών συμβάσεων και συλλογικής βούλησης που μετατρέπει τους πόρους σε παραγόμενη αξία. Η «χωρική τριάδα» του Lefebvre (1991) προσφέρει ίσως την πλέον εύστοχη ερμηνεία της κατάστασης. Στη Θήβα ο χώρος της επίσημης πολιτιστικής διαχείρισης, δηλαδή οι μελέτες, τα εγκεκριμένα έργα, και οι χρηματοδοτικές δεσμεύσεις, παραμένει αποσυνδεδεμένος από την εμπειρία που βιώνει πράγματι ο επισκέπτης στον αστικό ιστό. Ο βιωμένος χώρος αποκαλύπτει μνημεία αόρατα ή ανερμήνευτα, ενσωματωμένα στην σύγχρονη πόλη χωρίς καμία αφηγηματική σύνδεση με την ιστορία που φέρουν. Αυτό το χάσμα μεταξύ νοητού και βιωμένου χώρου είναι κατά τον Lefebvre (1968/2006), η πλέον επικίνδυνη συνθήκη για έναν τόπο, όταν ο σχεδιασμός αποκόπτεται από τη βιωμένη πραγματικότητα, η πόλη χάνει το δικαίωμά της στη δική της ιστορία.

Εξετάζοντας τη Θήβα μέσα από το μοντέλο των 3T του Florida (2002), αναδύεται η εικόνα μιας δυνητικά δημιουργικής πόλης που παραμένει ανενεργή. Η Τεχνολογία είναι διαθέσιμη, όπως τεκμηριώνεται στον τεχνολογικό παράγοντα της PESTEL. Το ταλέντο υπάρχει με τη μορφή ενεργών πολιτιστικών φορέων, εκπαιδευτικών ομάδων και επιστημονικού προσωπικού της Εφορείας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας. Η ανεκτικότητα, η δυνατότητα δηλαδή ενός ανοιχτού κοινωνικού περιβάλλοντος που υποδέχεται νέες ιδέες, είναι ο παράγοντας που τίθεται υπό αμφισβήτηση, η αμφίθυμη σχέση τμήματος των κατοίκων με τους αρχαιολογικούς περιορισμούς ιδιοκτησίας και η ενδεχόμενη αντίσταση στην εμπορευματοποίηση της τοπικής ιστορίας, αποτυπώνουν αυτή την ένταση. Ο Smith (2006) περιγράφει το φαινόμενο αυτό ως «Authorized Heritage Discourse», δηλαδή ως τάση αποξένωσης της τοπικής κοινωνίας από τις επίσημες αφηγήσεις κληρονομιάς, η οποία εάν δεν αντιμετωπιστεί σχεδιαστικά, μετατρέπεται σε εμπόδιο αποδοχής κάθε νέας παρέμβασης.

Ο Christian Norberg-Schulz (1980) υποστηρίζει ότι ένας τόπος αποκτά νόημα μόνο όταν οι άνθρωποι «πιάσουν» το ιδιαίτερο πνεύμα του, το *Genius Loci*. Στη Θήβα, αυτό το πνεύμα υπάρχει με εξαιρετική πυκνότητα, εννέα χρονικά επίπεδα μνήμης συμπεκνωμένα στον ίδιο αστικό ιστό, μυθολογικές αφηγήσεις παγκόσμιας εμβέλειας, αρχαιολογικά ευρήματα μοναδικά στο είδος τους. Παραμένει όμως αδρανές. Ο Lynch (1960) έχει δείξει ότι τα σημεία αναφοράς αποκτούν νόημα μόνο όταν εντάσσονται σε ένα αναγνώσιμο σύνολο. Η αποσπασματικότητα των μνημείων στον αστικό ιστό εμποδίζει τον επισκέπτη να αντιληφθεί τη Θήβα ως «αυτοτελή ενότητα», αυτό ακριβώς που ο Simmel (1913), ορίζει ως αναγκαία συνθήκη για την αισθητική εμπειρία του τοπίου. Η ψηφιακή διαδρομή AR δεν επιχειρεί να αντικαταστήσει αυτή την

εμπειρία, αλλά να δημιουργήσει τις αφηγηματικές γέφυρες που θα επιτρέψουν στον επισκέπτη να τη βιώσει.

Η επιτυχής εφαρμογή πρακτικών δημιουργικής πόλης στη Θήβα προϋποθέτει, κατά την Κουρή (2020), την ανάπτυξη κοινού, δηλαδή τη δημιουργία σχέσης ιδιοκτησίας των κατοίκων με τον πολιτισμό τους. Αυτό απαιτεί σύμφωνα με τον Καραχάλη (2015), θεσμικό πλαίσιο που να ορίζει με σαφήνεια τα δικαιώματα, τους ρόλους, τις ευθύνες και τις σχέσεις μεταξύ Δήμου, Εφορείας, πολιτιστικών φορέων και κοινωνίας (μοντέλο 4Rs). Στη λογική αυτή, η προτεινόμενη ψηφιακή διαδρομή AR επιδιώκει να λειτουργήσει ως μηχανισμός κοινωνικής επανασύνδεσης με τον τόπο. Το Κέντρο Τουριστικής Προβολής Πολιτιστικής Κληρονομιάς αποτελεί ακριβώς αυτό που οι Landry & Bianchini (1995) ορίζουν ως άυλη υποδομή, ένα φυσικό σημείο όπου η κοινωνική και ψηφιακή διάσταση της εφαρμογής μπορούν να συναντηθούν.

Η Θήβα έχει ήδη τις προϋποθέσεις μιας δημιουργικής πόλης. Το υλικό υπάρχει σε αφθονία, αλλά παραμένει διάσπαρτο και αδρανές χωρίς μια αφηγηματική γλώσσα που να τα συνδέει. Η ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή AR εξετάζεται στην παρούσα εργασία ως αυτή ακριβώς η γλώσσα, και η αποτελεσματικότητά της ελέγχεται εμπειρικά μέσα από την ποιοτική έρευνα που παρουσιάζεται στο κεφάλαιο 4.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κάθε επιστημονική μελέτη αντλεί την αξιοπιστία και εγκυρότητά της από τον τρόπο που επιλέγει να ερευνήσει το αντικείμενό της (Babbie, 2011). Σε αυτό το κεφάλαιο, θα παρουσιάσουμε τα μεθοδολογικά βήματα που ακολουθήσαμε για τις ανάγκες της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Η αρχή γίνεται με την αποσαφήνιση του βασικού σκοπού, των ερευνητικών ερωτημάτων και των υποθέσεων εργασίας. Στη συνέχεια εξηγούμε του λόγους που μας οδήγησαν στην επιλογή της ποιοτικής προσέγγισης και στην πρακτική της τριγωνποίησης των δεδομένων. Επειδή μια τέτοια κατεύθυνση απαιτεί προσεκτικούς χειρισμούς, εξετάζουμε παράλληλα τα κριτήρια της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας, εξηγώντας ακριβώς πως προσεγγίσαμε το δείγμα μας. Στο τελευταίο μέρος, εστιάζουμε στην επεξεργασία του υλικού. Μέσα από τα εργαλεία της θεματικής ανάλυσης, δείχνουμε τη διαδρομή από τη συλλογή εμπειρικών δεδομένων μέχρι τη μετουσίωσή τους στην τελική μας πρόταση παρέμβασης.

4.1 Σκοπός, ερευνητικά ερωτήματα και υποθέσεις

Η παρούσα διπλωματική εργασία ξεκινά με μια απλή διαπίστωση, η Θήβα διαθέτει μια ιστορία που απλώνεται βαθιά στο χρόνο, όμως η σχέση της πόλης με το κοινό της παραμένει συχνά αποσπασματική και σε αρκετές περιπτώσεις, ανεπαρκή ως εμπειρία. Αυτό επιχειρεί να προσεγγίσει η εργασία. Η ιδέα της ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής πατάει στην ανάγκη να συνδεθεί το ιστορικό παρελθόν της πόλης με ένα πιο σύγχρονο τρόπο περιήγησης και αφήγησης. Ο επισκέπτης σήμερα θέλει να δει, να ακούσει, να αισθανθεί ότι κινείται μέσα σε μια ιστορία που εξελίσσεται γύρω του. Η εργασία εξετάζει πως τα εργαλεία της Επαυξημένης Πραγματικότητας και της ψηφιακής αφήγησης μπορούν να δώσουν νέα ζωή σε σημεία της πόλης που σήμερα περνούν σχεδόν απαρατήρητα. Η πρόθεση είναι να δημιουργηθεί μια εμπειρία ζωντανή και άμεση, όπου ο μύθος, η ιστορία και ο αστικός χώρος συναντιούνται σε πραγματικό χρόνο. Σκοπός είναι μέσω της τεχνολογίας η ιστορία της πόλης να γίνει πιο προσβάσιμη, πιο βιωματική και τελικά πιο ουσιαστική για τον επισκέπτη αλλά και για τον ίδιο τον κάτοικο της Θήβας.

Για την επίτευξη του σκοπού η έρευνα δομήθηκε γύρω από τέσσερα κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα:

1. Με ποιόν τρόπο οι πρακτικές μιας «δημιουργικής πόλης» μπορούν να συμβάλουν στην αναζωογόνηση του αστικού χώρου της Θήβας, μέσω μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής.
2. Ποια ψηφιακά εργαλεία και τεχνικές αφήγησης μπορούν να καταφέρουν να ενώσουν τα ιστορικά θραύσματα της πόλης με τον πιο αρμονικό τρόπο.
3. Ποια είναι η στάση της τοπικής κοινωνίας και των φορέων απέναντι στην προτεινόμενη ψηφιακή παρέμβαση, ποιες προϋποθέσεις θέτουν για την αποδοχή της και πως μπορεί να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της.
4. Με ποιόν τρόπο η προτεινόμενη ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή μπορεί να λειτουργήσει αφενός ως ένας ισχυρός μοχλός city branding που θα ελκύσει επισκέπτες και αφετέρου ως ένας δίαυλος επανοικειοποίησης της ιστορικής ταυτότητας από τους κατοίκους της πόλης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα, τεκμηριώνονται θεωρητικά στα κεφάλαια 1-3, ερευνώνται στο παρόν κεφάλαιο, απαντώνται στο κεφάλαιο 5 και ολοκληρώνονται με την πρόταση παρέμβασης στο κεφάλαιο 6. Αυτός ο τρόπος οργάνωσης θωρακίζει την εσωτερική συνέπεια της έρευνας. Έτσι το σύνολο των ερευνητικών ερωτημάτων πηγάζει απευθείας από τον κεντρικό σκοπό και δείχνει τον δρόμο για την μεθοδολογία και την ανάλυση (Babbie, 2011 : Creswell, 2014).

Αντλώντας από τα ερευνητικά ερωτήματα και το θεωρητικό υπόβαθρο των προηγούμενων κεφαλαίων, η έρευνα δομείται πάνω σε τρεις κεντρικές υποθέσεις:

1. Η αποσπασματική εικόνα των μνημείων της Θήβας είναι ο κύριος λόγος που κάτοικοι και επισκέπτες δυσκολεύονται να συνδεθούν με την ιστορία της πόλης. Μια ψηφιακή διαδρομή Επαυξημένης Πραγματικότητας (AR) μπορεί να γεφυρώσει αυτά τα κενά στον χώρο. Προφανώς, μια τέτοια εφαρμογή δεν αρκεί από μόνη της για να λύσει συνολικά το ζήτημα της τουριστικής ανάπτυξης της Θήβας, λειτουργεί όμως ως ένα δυναμικό εργαλείο που διευκολύνει την επανασύνδεση του κοινού με τα μνημεία.
2. Η τοπική κοινωνία δεν στέκεται απαθής απέναντι στην ψηφιακή ανάδειξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς. Αντίθετα αντιμετωπίζει θετικά το εγχείρημα και διαθέτει την ειλικρινή πρόθεση να συμμετάσχει ενεργά στην προτεινόμενη διαδρομή.
3. Για να έχει διάρκεια αυτή η παρέμβαση, η στενή συνεργασία ανάμεσα στον Δήμο, την Εφορεία Αρχαιοτήτων και τους τοπικούς φορείς είναι μονόδρομος. Η συγκεκριμένη σύμπραξη πρέπει να θωρακιστεί θεσμικά ώστε να μην κινδυνεύει από τις εναλλαγές

προσώπων στις διάφορες διοικήσεις, εξασφαλίζοντας παράλληλα την ομαλή ένταξή της σε χρηματοδοτικά προγράμματα.

4.2 Ποιοτική ερευνητική προσέγγιση και τριγωνοποίηση

Η παρούσα έρευνα υιοθετεί την ποιοτική μεθοδολογία. Η επιλογή αυτή δεν είναι τυχαία. Η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω ψηφιακών εργαλείων και η διαμόρφωση μιας βιώσιμης πολιτιστικής πρότασης απαιτούν πρωτίστως βαθιά κατανόηση των απόψεων, εμπειριών και αντιλήψεων των εμπλεκόμενων φορέων. Αυτός ακριβώς είναι ο στόχος για τον οποίο η ποιοτική έρευνα αποτελεί την πλέον ενδεδειγμένη μεθοδολογική επιλογή (Denzin & Lincoln, 2011). Η ποιοτική προσέγγιση επιτρέπει στον ερευνητή να αναδείξει το βάθος και την πολυπλοκότητα των κοινωνικών φαινομένων με τρόπο που οι ποσοτικές μέθοδοι δεν μπορούν εξ ορισμού να προσεγγίσουν (Ισαρη & Πούρκος, 2015).

Σύμφωνα με τον Silverman (2016, σελ. 12), με τον όρο ποιοτική έρευνα νοείται «το σύνολο των ερευνητικών και διερευνητικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται σε διάφορες επιστήμες για να περιγράψουν, να αποκωδικοποιήσουν, να μεταφράσουν και να αποδώσουν κάποιο νόημα σε ένα φαινόμενο». Στόχος της είναι η βαθύτερη κατανόηση των φαινομένων εντός του περιβάλλοντος δράσης τους, αποφεύγοντας τις στατιστικές αναλύσεις που χαρακτηρίζουν την ποσοτική προσέγγιση (Patton, 2002). Ενώ η ποσοτική μέθοδος διερευνά αιτιώδης σχέσεις, η ποιοτική αποσκοπεί στην παρατήρηση και ερμηνεία φαινομένων με βάση την άποψη των ίδιων των ερωτώμενων. (Creswell, 2014).

Βασικά χαρακτηριστικά που την καθιστούν κατάλληλη για την παρούσα εργασία είναι η υψηλή προσαρμοστικότητά της, η ολιστική θεώρηση του φαινομένου και η δυνατότητα άντλησης πληροφοριών απευθείας από τον φυσικό χώρο εμφάνισής του (Creswell, 2014). Η άμεση αλληλεπίδραση ερευνητή και ερωτώμενου επιτρέπει την ανάδυση θεμάτων που δεν θα μπορούσαν να αποτυπωθούν μέσω κλειστών ερωτηματολογίων.

Ως κύρια τεχνική συλλογής δεδομένων επιλέγεται η ημιδομημένη συνέντευξη, η οποία έχει αναδειχθεί ως η πιο δημοφιλής τεχνική ποιοτικής έρευνας (Brinkmann & Kvale, 2015). Η ημιδομημένη μορφή επιτρέπει στον ερευνητή να ακολουθεί έναν προκαθορισμένο οδηγό ερωτήσεων, διατηρώντας παράλληλα την ευελιξία να εμβαθύνει σε θέματα που προκύπτουν κατά τη ροή της συζήτησης (Patton, 2002). Βασικά πλεονεκτήματα της τεχνικής αυτής είναι η εξέταση της συμπεριφοράς του υποκειμένου σε σχέση με το αντικείμενο της έρευνας, η μεγάλη

προσαρμοστικότητα των ερωτήσεων και η δυνατότητα εμβάθυνσης σε σύνθετα ζητήματα (Knott et al., 2022).

Για να θωρακίσουμε την εγκυρότητα και την αξιοπιστία της μελέτης, η έρευνα ενσωματώνει τη μεθοδολογική τριγωνοποίηση. Σύμφωνα με αυτή τη βασική αρχή της ποιοτικής έρευνας, επιστρατεύουμε πολλαπλές πηγές και διαφορετικά εργαλεία για να εξετάσουμε το ίδιο φαινόμενο (Patton, 2002 : Bryman, 2016). Στην πράξη τα πρωτογενή δεδομένα των συνεντεύξεων διασταυρώνονται με τα δευτερογενή επίσημα έγγραφα (στρατηγικά σχέδια του Δήμου Θηβαίων, αναπτυξιακά προγράμματα, θεσμικό πλαίσιο ΕΣΠΑ). Ο συνδυασμός αυτός, η σύγκριση δηλαδή του βιωματικού θεσμικού λόγου των συμμετεχόντων με τα επίσημα έγγραφα χάραξης πολιτικής, θωρακίζει και αποτυπώνει την πραγματικότητα με ακρίβεια (Bowen, 2009; Creswell, 2014). Με αυτό τον τρόπο η μελέτη πετυχαίνει αρχικά να εντοπίσει τα προβλήματα και στην συνέχεια να καταλήξει στη διατύπωση πρακτικών προτάσεων για την αντιμετώπισή τους.

4.3 Αξιοπιστία και εγκυρότητα έρευνας

Η αξιοπιστία και εγκυρότητα αποτελούν παραμέτρους αξιολόγησης κάθε ερευνητικού σχεδιασμού. Ιστορικά οι έννοιες αυτές χρησιμοποιήθηκαν κατά βάση για την αξιολόγηση της ποσοτικής έρευνας, ωστόσο σχετικά πρόσφατα έχουν αρχίσει να απασχολούν εξίσου και την ποιοτική (Arslan, 2022).

4.3.1 Αξιοπιστία συνέντευξης

Ο όρος αξιοπιστία αφορά τη συνέπεια και τη σταθερότητα του ερευνητικού υπό επαναλαμβανόμενες συνθήκες (Golafshani, 2003). Στην ποιοτική έρευνα η έννοια αυτή συνδέεται κυρίως με την ποιότητα ερμηνείας των πληροφοριών. Οι συνθήκες, ο τόπος διεξαγωγής της συνέντευξης, αλλά και η συναισθηματική κατάσταση ερευνητή και ερωτώμενου, επηρεάζουν τα αποτελέσματα (Merriam & Tisdell, 2015). Ο Stenbacka (2001) εξηγεί ότι δεν πρέπει να τίθεται ζήτημα αξιοπιστίας με τον τρόπο που ισχύει στην ποσοτική, αφού δεν υπάρχει στατιστική αντιπροσωπευτικότητα. Το δείγμα με την συγκεκριμένη μέθοδο είναι μικρό και δεν αποσκοπεί σε γενικεύσεις αλλά στη βαθύτερη κατανόηση του θέματος (Boddy, 2016).

Μεταφέροντας αυτές τις θεωρητικές παραδοχές στην πράξη της παρούσας διπλωματικής, η έρευνα ακολούθησε συγκεκριμένους κανόνες. Για να αποφευχθεί ο κίνδυνος αναξιοπιστίας λόγω συνεχών αλλαγών στη διατύπωση ερωτήσεων ανά συμμετέχοντα, εφαρμόστηκε ένας ενιαίος οδηγός ημιδομημένης συνέντευξης (Knott et al. 2022). Οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν με ανοικτό τρόπο, χωρίς καθοδήγηση. Ο κάθε ερωτώμενος είχε την δυνατότητα να αναπτύξει τις απόψεις του ανεπηρέαστα (Patton, 2002).

4.3.2 Εγκυρότητα συνέντευξης

Η εγκυρότητα ορίζεται ως ο «βαθμός επίτευξης του σκοπού για τον οποίο διεξάγεται η συνέντευξη» (Golafshani, 2003, σελ. 602). Σε αυτού του είδους την έρευνα, η άμεση επαφή ανάμεσα στον ερευνητή και τον ερωτώμενο κρύβει συχνά τον κίνδυνο της μεροληψίας. Η στάση του αξιολογητή, το προφίλ του συμμετέχοντα και το ίδιο το περιεχόμενο των ερωτήσεων αποτελούν τις κύριες πηγές αυτού του προβλήματος (Stenbacka, 2001).

Για να ελαχιστοποιηθεί ο συγκεκριμένος κίνδυνος, δόθηκε έμφαση στην καθαρή δομή της έρευνας. Οι θεματικοί άξονες ευθυγραμμίστηκαν άμεσα με τα ερευνητικά ερωτήματα, ενώ δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην ουδέτερη διατύπωση. Η λογική αλληλουχία αυτών των βημάτων είναι άλλωστε το στοιχείο που χτίζει την εγκυρότητα της διαδικασίας (Μαντζούκας, 2007). Ως τελική εξασφάλιση λειτουργεί η πρακτική της τριγωνοποίησης. Ο συνδυασμός των προφορικών συνεντεύξεων με τα δευτερογενή δεδομένα δεν αφήνει περιθώρια για αυθαίρετες ερμηνείες, επιβεβαιώνοντας την εγκυρότητα των τελικών συμπερασμάτων (Creswell, 2014).

Στον Πίνακα 4.1 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι θεματικοί άξονες συζήτησης σε αντιστοιχία με τις ερωτήσεις συνέντευξης.

Πίνακας 4.1: Αντιστοίχιση Θεματικών Αξόνων, Ερευνητικών Ερωτημάτων και Κωδικών Ερωτήσεων

Θεματικός Άξονας	Ερευνητικό Ερώτημα	Κωδικός Ερώτησης	Αντικείμενο Ερώτησης
Α. Πολιτιστική Κληρονομιά & Τοπική Ταυτότητα	EE1	A1	Τρέχουσα κατάσταση ανάδειξης μνημείων
		A2	Αίτια κενού φήμης-πραγματικότητας
Β. Ψηφιακές Τεχνολογίες & AR	EE2	B1	Αποδοχή AR σε αρχαιολογικά τοπόσημα
		B2	Σχέση ψηφιακής αναπαράστασης και ιστορικής κατανόησης
		B3	Επιθυμητό περιεχόμενο ψηφιακής εφαρμογής
Γ. Οργανωτικές & Χρηματοδοτικές Προϋποθέσεις	EE3	Γ1	Φορείς υλοποίησης και κατανομή ρόλων
		Γ2	Προϋποθέσεις μακροχρόνιας βιωσιμότητας
Δ. Όραμα & City Branding	EE4	Δ1	Ψηφιακή διαδρομή ως εργαλείο τουριστικής ελκυστικότητας
		Δ2	Κατοίκηση και τοπική οικειοποίηση της ιστορίας
		Δ3	Αφηγηματική ταυτότητα και «σφραγίδα» της πόλης

Πηγή: Ιδία επεξεργασία. Το πλήρες κείμενο των ερωτήσεων παρατίθεται στο Παράρτημα Β.

4.4 Επιλογή δείγματος και διαδικασία συλλογής δεδομένων

Το ποιοτικό μέρος της έρευνας υλοποιείται μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με εκπροσώπους φορέων που εμπλέκονται άμεσα με την πολιτιστική κληρονομιά και τον ψηφιακό μετασχηματισμό της Θήβας. Το δείγμα επιλέγεται με σκόπιμη δειγματοληψία, με κριτήριο την άμεση γνώση και εμπλοκή των συμμετεχόντων στο υπό διερεύνηση αντικείμενο. Καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η ποιότητα των ευρημάτων και όχι η ποσότητα (Creswell, 2014). Το αποδεκτό μέγεθος δείγματος στην ποιοτική έρευνα εξαρτάται από την κρίση του ερευνητή, το ζήτημα που εξετάζεται, τον σκοπό, τον χρόνο και τους πόρους που διατίθενται (Patton, 2002). Στην παρούσα διπλωματική εργασία, προβλέπονται πέντε συνεντεύξεις κατανεμημένες σε τρεις κατηγορίες φορέων. Συγκεκριμένα συμμετέχουν εκπρόσωπος του Δήμου Θηβαίων, εκπρόσωπος της Εφορίας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας, και εκπρόσωποι τοπικών πολιτιστικών συλλόγων. Τα αναλυτικά στοιχεία συμμετοχής, ο θεσμικός ρόλος, η κατηγορία φορέα, η περίοδος και η διάρκεια κάθε συνέντευξης, παρατίθενται στο παράρτημα Γ.

Σύμφωνα με τον Patton (2002), δείγμα πέντε ατόμων στην ποιοτική έρευνα δεν αποσκοπεί στην στατιστική αντιπροσωπευτικότητα. Στοχεύει στην επίτευξη του θεωρητικού κορεσμού, δηλαδή στο σημείο όπου η συλλογή νέων δεδομένων παύει να προσθέτει ουσιαστικά νέες πληροφορίες. Οι απόψεις των ειδικών και φορέων αποτελούν αναγκαία προϋπόθεση για την τεκμηρίωση της πρότασης παρέμβασης.

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιούνται κατά προτίμηση δια ζώσης, στο φυσικό χώρο εργασίας ή δράσης των ερωτώμενων. Η άμεση επαφή επιτρέπει την αξιοποίηση μη λεκτικών στοιχείων που αυξάνουν την ερμηνευτική δυνατότητα της έρευνας (Knott et al. , 2022). Πριν από κάθε συνέντευξη οι συμμετέχοντες ενημερώνονται αναλυτικά για τον σκοπό της μελέτης. Παράλληλα διασφαλίζεται η εθελοντική και ανώνυμη φύση της συμμετοχής τους, καθώς και η προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 (GDPR) και τον ν. 4624/2019. Όπως ορίζει η ακαδημαϊκή δεοντολογία, τα δεδομένα χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας (Babbie, 2011. Bryman, 2016).

4.5 Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων και εργαλεία αξιολόγησης

Η επεξεργασία των ποιοτικών δεδομένων βασίζεται στην ποιοτική ανάλυση. Η προσέγγιση αυτή ακολουθεί το μεθοδολογικό πλαίσιο που περιγράφουν οι Braun & Clarke (2006) και ο Lochmiller (2021). Η συγκεκριμένη μέθοδος προσφέρει την απαραίτητα ευελιξία για τον εντοπισμό, την καταγραφή και την ερμηνεία των κοινών μοτίβων που εμφανίζονται στις απαντήσεις των συμμετεχόντων.

Η ανάλυση ακολουθεί έξι διαδοχικά στάδια: (1) εξοικείωση με τα δεδομένα μέσω επαναλαμβανόμενης ανάγνωσης των απομαγνητοφωνημένων κειμένων, (2) παραγωγή αρχικών κωδίκων για την οργάνωση σημαντικών φράσεων, (3) αναζήτηση ευρύτερων θεμάτων που ομαδοποιούν αυτούς τους κώδικες, (4) αναθεώρηση και εκλέπτυνση θεμάτων για τη διασφάλιση της λογικής συνοχής τους, (5) ορισμός και ονομασία θεμάτων αποτυπώνοντας την ουσία κάθε ενότητας και (6) παραγωγή αποτελεσμάτων (Braun & Clarke, 2006. Lochmiller, 2021). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στην ενότητα 5.1 αναδεικνύοντας τα κυρίαρχα θέματα και τη σχέση τους με τα ερευνητικά ερωτήματα (Μαντζούκας, 2007).

Στο επόμενο βήμα ενεργοποιείται η στρατηγική της τριγωνοποίησης, καθώς οι απαντήσεις των συνεντεύξεων διασταυρώνονται συστηματικά με τα δευτερογενή δεδομένα. Η διαδικασία αυτή φέρνει στην επιφάνεια συγκλήσεις, αποκλίσεις ή συμπληρωματικά στοιχεία ανάμεσα στις πηγές

(Bryman, 2016). Αυτή η σύνθεση τροφοδοτεί απευθείας την ανάλυση SWOT και διαμορφώνει τις στρατηγικές κατευθύνσεις για την πρόταση παρέμβασης που προτείνεται στο 6^ο κεφάλαιο (Creswell, 2014).

Ως εργαλείο αξιολόγησης των ευρημάτων της μελέτης χρησιμοποιείται η ανάλυση SWOT η οποία συνθέτει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της πρότασης αξιοποιώντας τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων αλλά και τα στοιχεία της ανάλυσης PESTEL. Μέσω της σύνθεσης αυτής οι στρατηγικές κατευθύνσεις του 5^{ου} κεφαλαίου αποκτούν εμπειρική τεκμηρίωση και άμεση σύνδεση με την βιβλιογραφική θεωρητική βάση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ, ΑΝΑΛΥΣΗ & ΣΥΝΘΕΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

5.1. Παρουσίαση δεδομένων ποιοτικής έρευνας

Τα ευρήματα οργανώνονται ανά ερευνητικό ερώτημα. Η δομή αυτή ακολουθεί την αντιστοίχιση του πίνακα 4.1. και του Πίνακα Θεματικής Κωδικοποίησης που παρατίθεται στο Παράρτημα Α. Ο δεύτερος παρουσιάζει αναλυτικά τους οκτώ θεματικούς κώδικες (Θ1-Θ8), και πώς αυτοί συνδέονται με τα τέσσερα ερευνητικά ερωτήματα (ΕΕ1-ΕΕ4) και τα ευρήματα ανά συμμετέχοντα (Σ1-Σ5). Κάθε ενότητα τροφοδοτείται από τους κώδικες της θεματικής ανάλυσης κατά Braun & Clarke, 2006. Όταν τα εμπειρικά δεδομένα απαιτούν διασταύρωση, αξιοποιείται συμπληρωματικά η ανάλυση εγγράφων κατά Bowen (2009). Συγκεκριμένα, τα δευτερογενή δεδομένα που τίθενται σε αντιπαράβολή με τις αποκρίσεις των συμμετεχόντων περιλαμβάνουν το Τεχνικό Πρόγραμμα 2026 του Δήμου Θηβαίων, το κατατεθειμένο διαχειριστικό σχέδιο στο ΥΠΠΟΑ και τον ν. 3028/2002 για την προστασία αρχαιοτήτων. Η διασταύρωση αυτή δεν αποσκοπεί στη στατιστική επαλήθευση αλλά στη διερεύνηση του βαθμού στον οποίο οι δηλωμένες θέσεις των εκπροσώπων ευθυγραμμίζονται με τα επίσημα θεσμικά κείμενα ή αποκλίνουν από αυτά. Για την ενίσχυση της αξιοπιστίας της έρευνας, η ανάλυση πλαισιώνεται από αυτούσια χαρακτηριστικά αποσπάσματα από τις απομαγνητοφωνημένες συνεντεύξεις. Η ανωνυμία των συμμετεχόντων διασφαλίζεται αυστηρά μέσω της χρήσης των αντίστοιχων κωδικών (Σ1-Σ5).

- Ερευνητικό ερώτημα 1 (άξονας Α, ερωτήσεις Α1-Α2). Με ποιο τρόπο οι πρακτικές της δημιουργικής πόλης μπορούν να συμβάλουν στην αναζωογόνηση του αστικού χώρου της Θήβας μέσω μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής.

Κανένας από τους πέντε συμμετέχοντες δεν αμφισβήτησε ότι η πόλη υστερεί ουσιαστικά στην ανάδειξη της κληρονομιάς της. Η διαπίστωση εκφέρεται από θεσμικούς εκπροσώπους, εκλεγμένα στελέχη και φορείς της κοινωνίας των πολιτών ταυτόχρονα, αποκτώντας ιδιαίτερο βάρος ακριβώς επειδή δεν προέρχεται από μια μόνο κατεύθυνση. Ο εκπρόσωπος της Εφορίας Αρχαιοτήτων επεσήμανε ότι οι μελέτες ανάδειξης έχουν ολοκληρωθεί από το 2023-2024 και εκκρεμούν στο ΚΑΣ, ενώ ο Δήμαρχος αναγνώρισε ότι δεν έχει καταβληθεί η απαιτούμενη προσπάθεια μετατροπής του αποθέματος σε βιώσιμη εμπειρία παρά την ύπαρξη επιχειρησιακού σχεδίου. Η σύγκληση αυτή επιβεβαιώνεται από τα επίσημα έγγραφα. Το Τεχνικό Πρόγραμμα 2026 του Δήμου Θηβαίων περιλαμβάνει δράσεις ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς, επιβεβαιώνοντας ότι η πολιτική πρόθεση καταγράφεται σε επίπεδο σχεδιασμού χωρίς ωστόσο

να έχει μεταφραστεί σε υλοποίηση. Το δομικό εμπόδιο που επανέρχεται σε όλες τις συνεντεύξεις απορρέει από τη φύση της πόλης ως αστικού παλίμψηστου. Η σύγχρονη πόλη είναι χτισμένη πάνω στα αρχαία κατάλοιπα, γεγονός που περιπλέκει κάθε παρέμβαση ανάδειξης σε σύγκριση με χώρους εκτός οικιστικού ιστού. Παρ' όλα αυτά, τα ευρήματα αναδεικνύουν πλήθος αναξιοποίητων χώρων, από τα Καστέλια και το χώρο του Αμφίου έως το Καβείριο και τοποθεσίες που παραμένουν άγνωστες στη συλλογική μνήμη. Η ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή δεν επιλέγεται κατά κύριο λόγο ως τεχνολογική λύση αλλά ως απάντηση σε ένα διαγνωσμένο κενό. Η πόλη διαθέτει πόρους που αδρανούν, όχι πόρους που λείπουν, διάκριση που βρίσκεται στον πυρήνα της δημιουργικής πόλης (Florida, 2002 : Landry, 2000).

Ο εκπρόσωπος της Εφορείας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας (Σ1) το αποτύπωσε με ακρίβεια: «τα μνημεία είναι διάσπαρτα με αποτέλεσμα οι επισκέπτες να έρχονται μόνο στο Μουσείο και μετά να φεύγουν[...]χωρίς μελέτη κυκλοφοριακής ρύθμισης ώστε να ενοποιηθούν δύο αρχαιολογικοί χώροι δεν υπάρχει συνεχής εμπειρία».

Ο Δήμαρχος Θηβαίων (Σ5) επιβεβαίωσε το δομικό εμπόδιο, αποδίδοντάς το ακριβώς στη φύση της πόλης ως αστικού παλίμψηστου: «έχουν γίνει ανασκαφές και αναδείξεις σε βαθμό πολύ μεγαλύτερο από ότι στην δική μας περιοχή, γιατί η Αρχαία Κόρινθος και η Αρχαία Ολυμπία βρίσκονται σε διαφορετικό σημείο από τις σύγχρονες πόλεις. Ενώ στη Θήβα η πόλη μας είναι χτισμένη πάνω στα αρχαία ευρήματα. Άρα είναι πολύ δύσκολο να φτάσουμε σε τέτοιο επίπεδο ανάδειξης». Ο Δήμαρχος επεσήμανε και το εύρος του χάσματος μεταξύ φήμης και εμπειρίας: «έχουμε ένα πολύ σοβαρό brand name, το οποίο όμως παραμένει απολύτως αναξιοποίητο. Δεν έχει γίνει ουσιαστική προσπάθεια να παρουσιαστεί το προϊόν που έχουμε σαν πόλη».

Τη βαρύτητα του κενού επιβεβαιώνει παραστατικά και ο εκπρόσωπος του ΘΗΠΕΘΕ (Σ3), αναφερόμενος σε επίσκεψη Γερμανού σκηνοθέτη τον Αύγουστο του 1997, ο οποίος ήρθε στη Θήβα για να εμπνευστεί από τον χώρο πριν ανεβάσει τις Βάκχες στην Επίδαυρο: «έρχεται στη Θήβα και βλέπει παντού γουρούνια κρεμασμένα[...] “για μένα η Θήβα” είπε “είναι αυτή η αιμάσουσα κατάσταση”[...]άρα ένας που έρχεται για να δει αυτή την πολιτιστική ακτινοβολία αντικρίζει μια εντελώς άλλη πραγματικότητα».

- Ερευνητικό ερώτημα 2 (άξονας Β, ερωτήσεις Β1-Β3). Ποια ψηφιακά εργαλεία και τεχνικές αφήγησης ανταποκρίνονται καλύτερα στις ιδιαιτερότητες του πολιτιστικού αποθέματος της Θήβας.

Η Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) αποτελεί την ομόφωνη επιλογή των συμμετεχόντων. Η σύγκληση δεν είναι τυχαία. Επανέρχεται γιατί απαντά σε ένα πολύ συγκεκριμένο πρόβλημα της πόλης. Το μεγαλύτερο μέρος του αρχαιολογικού αποθέματος δεν είναι ορατό. Η AR δεν προστίθεται σε κάτι που βλέπεις, αλλά αποκαλύπτει κάτι που δεν μπορείς να δεις. Αυτή η διαφορά κρίνει την επιλογή. Η ανησυχία για υποβάθμιση της ιστορίας σε θέαμα εκφράστηκε αλλά αντικρούστηκε από τους ίδιους τους συμμετέχοντες: η τεχνολογία αξιολογείται αποδεκτή εφόσον η γνώση προηγείται και η εφαρμογή την οπτικοποιεί αντί να την υποκαθιστά.

Ως προς τις τεχνικές αφήγησης, οι συμμετέχοντες δεν αναζητούν εγκυκλοπαιδική πληροφόρηση. Ζητούν εικόνα, φωνή και ιστορία: οπτική αναπαράσταση της αρχικής μορφής των μνημείων, φωνητική αφήγηση πλεγμένη με αποσπάσματα του Θηβαϊκού Κύκλου και αφηγηματικά επεισόδια για όλες τις ηλικίες. Ως προς τις θεσμικές προϋποθέσεις, κάθε υλοποίηση εντός αρχαιολογικού χώρου απαιτεί έγκριση κατά τον ν. 3028/2002, γεγονός που επιβεβαιώθηκε εμπειρικά από την απώλεια χρηματοδότησης τριακοσίων χιλιάδων ευρώ από πρόγραμμα «Αντώνης Τρίτσης» λόγω άρνησης συνυπογραφής από την Εφορεία Αρχαιοτήτων.

Ο εκπρόσωπος του πολιτιστικού συλλόγου ΛΑΪΟΣ (Σ4) διατύπωσε με σαφήνεια τη λογική της επιλογής: «σε μια πόλη που το σημαντικότερο υλικό είναι θαμμένο, η ψηφιακή ξενάγηση είναι λύση[...] δημιουργία τέτοιων εφαρμογών θα μπορούσε να δημιουργήσει στην πόλη μεγάλη επισκεψιμότητα και να προσελκύσει μαθητικό τουρισμό».

Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Μικρασιατών Θήβας (Σ2) διατύπωσε με παραστατικότητα τι σημαίνει η AR να συναντά τον μύθο στον τόπο που ο μύθος διαδραματίστηκε: «φανταστείτε να πηγαίνουν και να βλέπουν τον μύθο των Επτά επί Θήβας να ζωντανεύει, τον Ετεοκλή και τον Πολυνείκη στα Καστέλια, μέσα στην σπηλιά που θεωρούμε τάφο τους, με την Αντιγόνη και όλη την μυθολογία του χώρου. Η εφαρμογή θα προσθέσει εκτός από θέαμα και γνώση, αγάπη για τη Θήβα».

Ο εκπρόσωπος του ΘΗΠΕΘΕ (Σ3) έθεσε τον πήχη της εμπειρίας: «εγώ θα ήθελα να έχει οπτικότητα, όπως ήταν στο παρελθόν και ταυτόχρονα μια φωνή να λέει τι συνέβαινε την περίοδο εκείνη ιστορικά και αυτό να εμπλουτίζεται με τον μύθο[...]εννοείται ότι αυτή η εφαρμογή γίνεται πράξη και είναι θεατρική πράξη».

- Ερευνητικό ερώτημα 3 (άξονας Γ, ερωτήσεις Γ1-Γ2). Ποια είναι η στάση της τοπικής κοινωνίας και των φορέων απέναντι στην προτεινόμενη ψηφιακή παρέμβαση, ποιες προϋποθέσεις θέτουν για την αποδοχή της και πως μπορεί να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της.

Η στάση των φορέων είναι θετική, υπό προϋποθέσεις. Το ζήτημα δεν είναι η βούληση αλλά η εμπιστοσύνη μεταξύ των φορέων, εμπιστοσύνη που όπως προκύπτει από τα δεδομένα, δεν έχει ποτέ χτιστεί επαρκώς. Η σχέση Εφορείας Αρχαιοτήτων και Δήμου περιεγράφηκε με διαφορετικές λέξεις αλλά με την ίδια ουσία ως δυσλειτουργική. Ο εκπρόσωπος της Εφορείας εντοπίζει την ευθύνη στον Δήμο, ο Δήμαρχος αντίστροφα στις αγκυλώσεις της Εφορείας, οι πολιτιστικοί φορείς βλέπουν και τους δύο να λειτουργούν χωρίς να αναζητούν κοινό έδαφος. Αυτό αποτελεί κεντρικό δομικό πρόβλημα κάθε μελλοντικής υλοποίησης. Ως προς τους κατοίκους, τα δεδομένα απορρίπτουν την εικόνα της αδιαφορίας: αρκετοί δεν γνωρίζουν που βρίσκεται η Καδμεία όχι επειδή δεν τους ενδιαφέρει, αλλά επειδή δεν τους δόθηκε ποτέ η ευκαιρία να οικειοποιηθούν την ιστορία μέσα από εκπαίδευση και οργανωμένη ευαισθητοποίηση.

Ως προς τη βιωσιμότητα, το ζήτημα δεν απαντήθηκε τεχνικά. Η εφαρμογή εικονικής πραγματικότητας για τη Μυκηναϊκή Θήβα, που υλοποιήθηκε από το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού σε συνεργασία με τον Δήμο, παραμένει εκτός λειτουργίας, Αυτό λειτούργησε στις συνεντεύξεις ως κοινή εμπειρία αναφοράς και μετέτρεψε τη βιωσιμότητα από θεωρητικό σε εμπειρικό ζήτημα. Χρειάζεται σταθερή χρηματοδότηση, αλλά κυρίως ομάδα με θεσμική κατοχύρωση, ανεξάρτητα από εναλλαγές διοίκησης.

Ο εκπρόσωπος του ΘΗΠΕΘΕ (Σ3) συνόψισε τη δομική απαίτηση: «αν δεν υπάρχει μια ομπρέλα η οποία θα στηρίζει ανθρώπους και δράσεις και η ομπρέλα αυτή λέγεται Δημοτική αρχή, τίποτα δεν έχει συνέχεια».

Ο εκπρόσωπος του πολιτιστικού συλλόγου ΛΑΪΟΣ (Σ4) απέδωσε την απαίτηση βιωσιμότητας με μεγαλύτερη οικονομία λόγων: «κατά την άποψή μου, το μόνο που απαιτείται είναι η ομάδα που θα νοιάζεται για τη διατήρηση και συνέχιση του έργου. Τα υπόλοιπα, αν υπάρχει αυτός ο μηχανισμός, μπορούν να εξασφαλιστούν. Φυσικά χρειάζεται και η πολιτική βούληση των αιρετών».

Ο εκπρόσωπος της Εφορείας Αρχαιοτήτων (Σ1) πρόσθεσε τη θεσμική διάσταση: «παρόλη την εξέλιξη της τεχνολογίας, το πιο σημαντικό ρόλο παίζει ο ανθρώπινος παράγοντας[...]το κόστος

ανανέωσης και συντήρησης είναι μεγάλο και η χρηματοδότηση από το Υπουργείο είναι με το σταγονόμετρο».

- Ερευνητικό ερώτημα 4 (άξονας Δ, ερωτήσεις Δ1-Δ3). Με ποιον τρόπο η ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο city branding, ενίσχυσης της τουριστικής ελκυστικότητας και επανοικειοποίησης της ιστορικής ταυτότητας από τους κατοίκους.

Οι συμμετέχοντες αντιμετωπίζουν ομόφωνα τη ψηφιακή διαδρομή ως εργαλείο τουριστικής επανατοποθέτησης της Θήβας. Το κεντρικό επιχείρημα επαναλαμβάνεται με διαφορετικές λέξεις από όλους: η πόλη διαθέτει brand name παγκόσμιας εμβέλειας αλλά δεν έχει αναπτύξει μηχανισμό μετατροπής αυτής της φήμης σε βιώσιμη εμπειρία για τον επισκέπτη. Η ψηφιακή διαδρομή αντιμετωπίζεται ακριβώς ως το εργαλείο που μπορεί να μετατρέψει αυτή τη φήμη σε βιωμένη εμπειρία μέσα στην ίδια πόλη.

Η διάσταση της τοπικής οικειοποίησης αναδείχθηκε ως ζήτημα εξίσου βαρύ με την τουριστική ελκυστικότητα. Η εφαρμογή, κατά την κοινή άποψη των πολιτιστικών φορέων, δεν πρέπει να σχεδιαστεί μόνο για τους τουρίστες αλλά πρωτίστως ως εργαλείο επανασύνδεσης των κατοίκων με τον χώρο τους. Ως προς την αφηγηματική ταυτότητα, οι συμμετέχοντες ζητούν μια συνεκτική γλώσσα που να υπερβαίνει τη διάσπαρτη παρουσία των μνημείων και να ενοποιεί τα τοπόσημα σε ένα αφήγημα. Το παράδειγμα της Ελευσίνας αναφέρθηκε αυθόρμητα ως απόδειξη ότι η πολιτιστική επανατοποθέτηση πόλης με ιστορικό απόθεμα είναι εφικτή υπό τον όρο μακροπρόθεσμης πολιτικής βούλησης.

Ο εκπρόσωπος της Εφορίας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας (Σ1) εντόπισε τη λειτουργία της εφαρμογής ως εργαλείο προσέλκυσης σε δύο επίπεδα, εξωτερικό και εσωτερικό: «όταν κάποιος βλέπει σε μια πλατφόρμα μια ψηφιακή εφαρμογή, κινείται κιόλας να πάει σε αυτή την πόλη να τα δει από κοντά[...]εμείς προσπαθούμε τα παιδιά στα σχολεία να τα μάθουμε να αγαπάνε τις αρχαιότητες. Υπάρχει μια εκπαίδευση που μπορεί να ξεκινήσει από το σχολείο».

Ο εκπρόσωπος του ΘΗΠΕΘΕ (Σ3) διατύπωσε την αφηγηματική πρόταση: «η ταυτότητα της Θήβας είναι ο μύθος της, άρα πρέπει να πατήσει πάνω στον μύθο[...]αν με ρωτούσε κάποιος που πήγες, θα του έλεγα: στην πόλη των μύθων».

Ο εκπρόσωπος του πολιτιστικού συλλόγου ΛΑΪΟΣ (Σ4) εντόπισε την παράδοση ισχύ του brand: «η Θήβα από μόνη της «πουλάει», ο μύθος είναι φορτισμένος και γνωστός στα πέρατα του

κόσμου[...]και φυσικά οι κάτοικοι θα χρησιμοποιήσουν την εφαρμογή μέσα από εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση».

Ο εκπρόσωπος της Ένωσης Μικρασιατών Θήβας (Σ2) πρόσθεσε τη διάσταση της τοπικής δέσμευσης: «ο Δήμος χρειάζεται να αναπτύξει μια πολιτική ώστε να γίνει η Θήβα αποκλειστικός προορισμός, χρειάζεται όραμα[...]η εφαρμογή θα έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα για τους κατοίκους, να γνωρίσουμε και να αγαπήσουμε την ιστορία της πόλης, αλλά να αγαπήσουμε και την σύγχρονη Θήβα».

Ο Δήμαρχος Θηβαίων (Σ5) διατύπωσε τον στόχο με την συντομότερη και πιο συνεκτική του μορφή: «γνωρίζοντας ο επισκέπτης ότι υπάρχει μια ψηφιακή διαδρομή που θα τον οδηγήσει στα τοπία, μετατρέπεται μια απλή επίσκεψη σε ζωντανή εμπειρία[...]μια πόλη ζωντανή, η οποία σέβεται το παρελθόν της, έχει μπορέσει να συγκεράσει το παρελθόν με το παρόν».

5.2 Ανάλυση, ερμηνεία ευρημάτων και θεματική σύνθεση

Η θεματική ανάλυση κατά Braun & Clarke (2006) δεν σταματάει στην κατηγοριοποίηση των δεδομένων αλλά προχωράει στην ερμηνεία της σημασίας τους σε σχέση με τα ερευνητικά ερωτήματα και το θεωρητικό πλαίσιο. Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται οι κύριες συγκλίσεις και αποκλίσεις μεταξύ των συμμετεχόντων, τα αναδυόμενα ευρήματα και η σύνδεση τους με το θεωρητικό πλαίσιο του Κεφαλαίου 2.

5.2.1 Ανάλυση δεδομένων, συγκλίσεις

Τέσσερα θέματα συγκεντρώνουν ομόφωνη σύγκλιση και από τους πέντε συμμετέχοντες. Πρώτο, η απουσία ολοκληρωμένης στρατηγικής ανάδειξης αποτελεί κοινή διαπίστωση ανεξαρτήτως θεσμικής θέσης. Δεύτερο, η αποδοχή της Επαυξημένης Πραγματικότητας ως κατάλληλου εργαλείου είναι ομόφωνη με μόνη επιφύλαξη την ανάγκη επιστημονικής τεκμηρίωσης του περιεχομένου. Τρίτο, η αναγκαιότητα θεσμικής συνεργασίας μεταξύ Δήμου, Εφορίας Αρχαιοτήτων και πολιτιστικών φορέων αναγνωρίζεται από όλους, με τον Δήμο να αναδεικνύεται ομόφωνα ως φορέας συντονισμού και κάθε εταίρο να συνεισφέρει με βάση την εξειδίκευσή του (επιστημονική τεκμηρίωση από την Εφορία Αρχαιοτήτων, υλοποίηση και χρηματοδότηση από τον Δήμο μέσα από χρηματοδοτικά προγράμματα, κοινωνική ενεργοποίηση από τους πολιτιστικούς φορείς). Τέταρτο, η βιωσιμότητα αναγνωρίζεται ως διοικητικό και όχι ως τεχνικό

ζήτημα, που εξαρτάται από την συνέχεια του ανθρώπινου δυναμικού. Η σύγκλιση σε αυτούς τους τέσσερις άξονες επιβεβαιώνει την εγκυρότητα των θεματικών κωδίκων και αυξάνει την αξιοπιστία των ευρημάτων σύμφωνα με το κριτήριο της αναλυτικής τριγωνοποίησης (Patton, 2002).

5.2.2 Ερμηνεία αποκλίσεων

Η σημαντικότερη απόκλιση εντοπίζεται στην ερμηνεία της ευθύνης για την δυσλειτουργική σχέση Εφορίας και Δήμου. Ο εκπρόσωπος της Εφορίας εντοπίζει το πρόβλημα στην αποφυγή ευθυνών εκ μέρους του Δήμου, ενώ ο Δήμαρχος αποδίδει τα εμπόδια στις αγκυλώσεις της Εφορίας. Οι συμμετέχοντες από τον χώρο των πολιτιστικών φορέων αξιολογούν τη σχέση αυτή ως δυσλειτουργική και από τις δύο πλευρές. Ερμηνευτικά η απόκλιση αυτή δεν αποτελεί αντίφαση αλλά αναδεικνύει ένα δομικό χαρακτηριστικό της σχέσης μεταξύ των δύο φορέων. Κάθε οργανισμός κατασκευάζει αφήγηση που νομιμοποιεί τη δική του ακινησία, αποδίδοντας την αδράνεια στον άλλο. Το φαινόμενο αυτό αντιστοιχεί με το ερμηνευτικό κενό που εντοπίζει ο Bowen (2009) μεταξύ του επίσημου λόγου των οργανισμών και της πρακτικής τους συμπεριφοράς, κενό που στην παρούσα έρευνα αναδείχθηκε μέσα από τις αντικρουόμενες αφηγήσεις των συμμετεχόντων.

Η δευτερεύουσα απόκλιση αφορά τη θέση της εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης. Οι συμμετέχοντες από τον χώρο των πολιτιστικών φορέων θεωρούν ότι η κουλτούρα του πολίτη πρέπει να προηγείται της τεχνολογίας και ότι η ψηφιακή εφαρμογή χάνει μέρος της αξίας της αν ο χρήστης δεν έχει ήδη κάποιο γνωστικό υπόβαθρο. Ο Δήμαρχος βλέπει αντίστροφα την εφαρμογή ως μέσο δημιουργίας ενδιαφέροντος. Η απόκλιση αυτή έχει άμεσες συνέπειες για τον σχεδιασμό του περιεχομένου και αναλύεται στο κεφάλαιο 6.

5.2.3 Αναδυόμενα ευρήματα

Τρία ευρήματα αναδύθηκαν από την ανάλυση με σαφώς μεγαλύτερη ένταση, συχνότητα και εμπειρική συγκεκριμενότητα από ότι ο οδηγός συνέντευξης θα επέτρεπε να προβλεφθεί. Σύμφωνα με τους Braun & Clarke (2006), ο χαρακτηρισμός ενός ευρήματος ως αναδυόμενου δεν απαιτεί την πλήρη απουσία αντίστοιχης θεματικής από τον ερευνητικό σχεδιασμό, αφορά εκείνες τις περιπτώσεις όπου η ανάλυση αποκαλύπτει μοτίβα που υπερβαίνουν ποιοτικά το πλαίσιο που τα ερωτήματα είχαν θέσει. Το πρώτο είναι η επαναλαμβανόμενη αναφορά στο

παράδειγμα της Ελευσίνας. Οι συμμετέχοντες το επικαλούνται αυθόρμητα ως απόδειξη ότι η πολιτιστική ανάπτυξη πόλης με ιστορικό απόθεμα είναι εφικτή, με προϋπόθεση τη συνεχή πολιτική βούληση και το μακροπρόθεσμο όραμα. Αυτό που απουσιάζει στη Θήβα δεν είναι το δυναμικό, αλλά η συνεκτική στρατηγική που θα το μετατρέψει σε πράξη. Το δεύτερο αναδυόμενο εύρημα είναι η διπλή επιβεβαίωση της ύπαρξης προηγούμενων ψηφιακών πρωτοβουλιών που δεν διατηρήθηκαν, στοιχείο που μετατρέπει τη βιωσιμότητα από θεωρητικό ζήτημα σε τεκμηριωμένη εμπειρική πρόκληση. Το τρίτο αναδυόμενο εύρημα είναι η ομόφωνη αναγνώριση ότι η σχέση των κατοίκων με την πολιτιστική κληρονομιά δεν είναι δεδομένη αλλά διαμορφώνεται ενεργητικά, γεγονός που αναβαθμίζει την εκπαιδευτική λειτουργία της εφαρμογής σε προτεραιότητα σχεδιασμού.

5.2.4 Θεματική σύνθεση και θεωρητική τεκμηρίωση

Η ομόφωνη θετική αποδοχή της Επαυξημένης Πραγματικότητας από συμμετέχοντες διαφορετικής θεσμικής θέσης και ηλικίας συνάδει με τις προβλέψεις του Μοντέλου Αποδοχής Τεχνολογίας (Davis, 1989). Η αντιληπτή χρησιμότητα της εφαρμογής, ιδίως ως εργαλείου αναπαράστασης αδρανούντων ή αοράτων μνημείων, εκτιμάται ως υψηλή από το σύνολο των συμμετεχόντων, ενώ η αντιληπτή ευκολία χρήσης ενισχύεται από την ήδη διαδεδομένη εξοικείωση των νεότερων κυρίως χρηστών με έξυπνες συσκευές. Η σχέση μεταξύ αντιληπτής χρησιμότητας και πρόθεσης χρήσης, που αποτελεί τον κεντρικό άξονα του TAM, επιβεβαιώνεται εμπειρικά από την κατηγορηματική θέση των συμμετεχόντων ότι η εφαρμογή αποτελεί μονόδρομο για την πόλη.

Ως προς τη διάσταση του place branding, τα ευρήματα επιβεβαιώνουν την κεντρική θέση του Anholt (2007) για τη διάκριση μεταξύ φήμης και ταυτότητας τόπου. Η Θήβα κατέχει εξαιρετικά ισχυρό ανταγωνιστικό σήμα σε παγκόσμιο επίπεδο λόγω της μυθολογικής και ιστορικής της ακτινοβολίας, αλλά δεν έχει αναπτύξει μηχανισμούς μετατροπής αυτής της φήμης σε βιώσιμη πολιτιστική εμπειρία. Η προτεινόμενη ψηφιακή διαδρομή μπορεί να γεφυρώσει αυτό το χάσμα, στοχεύοντας τόσο στους εξωτερικούς επισκέπτες όσο και στους ίδιους τους κατοίκους. Αυτή η διάσταση, δηλαδή η εσωτερική επικοινωνία της πολιτιστικής ταυτότητας, αντιστοιχεί στη λειτουργία του συμπεριφορικού place branding κατά τον Kavaratzis (2004), ο οποίος αναγνωρίζει στους κατοίκους όχι μόνο αποδέκτες αλλά ενεργούς φορείς διαμόρφωσης της ταυτότητας του τόπου τους.

5.3 Ανάλυση SWOT: Σύνθεση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος

Η ανάλυση SWOT αποτελεί συνθετικό εργαλείο αξιολόγησης που ενοποιεί τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας, διαρθρώνοντας τον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο δράσης της προτεινόμενης ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής στην Θήβα. Η κατασκευή της δεν εκκινεί από αφηρημένες εκτιμήσεις, αλλά αντλείται άμεσα από τους οκτώ θεματικούς κώδικες (Θ1-Θ8) που αναδύθηκαν κατά την θεματική ανάλυση (Braun & Clarke, 2006), διασφαλίζοντας ότι κάθε παράμετρος εδράζεται σε εμπειρικά τεκμηριωμένα δεδομένα. Σύμφωνα με τη μεθοδολογία Helms & Nixon (2010), η SWOT δεν λειτουργεί ως στατικός κατάλογος χαρακτηριστικών, αλλά ως αναλυτικό πλαίσιο στρατηγικής σύνθεσης, εντοπισμού ευθυγραμμίσεων και διαχείρισης κινδύνων.

- Δυνατά σημεία

Η πλέον διαρκής δύναμη που αναδύθηκε από τις συνεντεύξεις είναι η παγκοσμίως αναγνωρίσιμη ταυτότητα της Θήβας ως μυθολογικού και ιστορικού τόπου. Το αρχαιολογικό και μυθολογικό απόθεμα χαρακτηρίστηκε επανειλημμένως ως «φορτισμένο brand name» που «από μόνο του πουλάει» αποτελώντας πόρο διεθνούς εμβέλειας. Σε λειτουργικό επίπεδο η Εφορία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας διαθέτει ήδη έτοιμες μελέτες ανάδειξης για το Καδμείο, τις Ηλέκτρες Πύλες και το κτίριο Ζιώμα, που εκκρεμούν στο Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο, ενώ υπάρχει κατατεθειμένο διαχειριστικό σχέδιο στο Υπουργείο Πολιτισμού. Το νέο Αρχαιολογικό Μουσείο λειτουργεί ως καταξιωμένος πόλος έλξης επισκεπτών. Η καθολική θετική αποδοχή της Επαυξημένης Πραγματικότητας από το σύνολο των συμμετεχόντων αποτελεί ισχυρή εσωτερική προϋπόθεση υλοποίησης, η οποία ενισχύεται περαιτέρω από εξωτερικούς παράγοντες όπως ο επιχειρησιακός σχεδιασμός του Δήμου, όπως αναλύεται κατωτέρω.

- Αδυναμίες

Κυρίαρχη αδυναμία που αποτυπώθηκε με συγκλίνουσα βεβαιότητα είναι η αποσπασματικότητα των μνημείων στον αστικό ιστό και η απουσία ενιαίου σχεδίου ανάδειξης. Ελλιπής σήμανση, ανεπαρκής φωτισμός και αναξιοποίητοι αρχαιολογικοί χώροι συνθέτουν μια εικόνα παραμέλησης. Το «κενό φήμης-πραγματικότητας» δηλαδή η αναντιστοιχία μεταξύ της διεθνούς φήμης της Θήβας ως αρχαιολογικού τόπου και της εμπειρίας που πράγματι αντλεί ο επισκέπτης στον αστικό χώρο, αποτελεί την πλέον εύλωτη συνέπεια αυτής της αποσπασματικότητας. Επισκέπτες που φτάνουν με υψηλές προσδοκίες αποχωρούν μετά το Μουσείο χωρίς να έχουν αντλήσει πρόσθετη εμπειρία από τον αστικό χώρο, με αποτέλεσμα η πόλη να λειτουργεί ως

σταθμός διέλευσης και όχι ως αυτόνομος προορισμός. Σε θεσμικό επίπεδο, η δυσλειτουργική σχέση μεταξύ Εφορίας και Δήμου, η απουσία στελεχωμένης Διεύθυνσης Πολιτισμού και η χρόνια έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν δομικά εμπόδια. Η ύπαρξη ψηφιακών εφαρμογών που δημιουργήθηκαν αλλά δεν διατηρήθηκαν, (η εφαρμογή VR Μυκηναϊκής Θήβας που δημιουργήθηκε από το Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού σε συνεργασία με τον Δήμο Θηβαίων), αναδεικνύει όχι αδυναμία της τεχνολογίας, αλλά την απουσία θεσμικού μηχανισμού βιωσιμότητας.

- Ευκαιρίες

Το εξωτερικό περιβάλλον παρέχει σημαντικό αριθμό ευνοϊκών παραγόντων. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου (ΕΣΠΑ, Ταμείο Ανάκαμψης, εθνικά προγράμματα) συνιστούν παράθυρο ευκαιρίας που απαιτεί ετοιμότητα δράσης. Η αυξανόμενη ζήτηση ψηφιακού πολιτιστικού τουρισμού και οι δυνατότητες που ανοίγουν οι εφαρμογές AR παγκοσμίως δημιουργούν ευνοϊκές συνθήκες για νέες προτάσεις. Ο μαθητικός τουρισμός αναδεικνύεται ως υποσχόμενο κοινό, με τους συμμετέχοντες να επισημαίνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον εκπαιδευτικών ομάδων για την πόλη, ενώ οι νέες γενιές χαρακτηρίζονται ως εξοικειωμένες με ψηφιακά εργαλεία σε βαθμό που διευκολύνει σημαντικά την υιοθέτηση εφαρμογών AR. Η δυνατότητα σταδιακής υλοποίησης ανά μνημείο εντός του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου, η πανεπιστημιακή συνεργασία ως εργαλείο τεκμηρίωσης και συντήρησης και ο στόχος υποψηφιότητας Πολιτιστικής Πρωτεύουσας μετά το 2035, ολοκληρώνουν ένα πεδίο ευκαιριών που η προτεινόμενη παρέμβαση δύναται να αξιοποιήσει.

- Απειλές

Οι εξωτερικές απειλές εντοπίζονται κυρίως στο θεσμικό, τεχνολογικό και ανταγωνιστικό πεδίο. Η απαιτητική διαδικασία αδειοδότησης ανά μνημείο μέσω του Κεντρικού Αρχαιολογικού Συμβουλίου (ν. 3028/2002) εισάγει σημαντικές καθυστερήσεις, ιδίως όταν συνοδεύεται από θεσμικές αγκυλώσεις όπως δείχνει το παράδειγμα της απώλειας χρηματοδότησης από το πρόγραμμα Τρίτης. Η γρήγορη τεχνολογική απαξίωση των ψηφιακών εφαρμογών απαιτεί συνεχή επένδυση σε ενημέρωση και συντήρηση, ενώ ο ανταγωνισμός γειτονικών προορισμών (Λιβαδειά, Ορχομενός, Χαλκίδα) αποτελεί σταθερή πρόκληση για τη στρατηγική τοποθέτηση της Θήβας στο χάρτη του πολιτιστικού τουρισμού. Η αμφίθυμη σχέση τμήματος των κατοίκων

με τους αρχαιολογικούς περιορισμούς ιδιοκτησίας ενδέχεται να δημιουργήσει τοπική αντίσταση, αν η παρέμβαση δεν συνοδεύεται από στοχευμένη επικοινωνία και εκπαίδευση.

Η ανάγνωση της SWOT αναδεικνύει ότι η κρισιμότερη στρατηγική πρόκληση δεν είναι η απουσία πόρων, αλλά η αδυναμία αξιοποίησής τους. Η Θήβα διαθέτει εξαιρετικό μυθολογικό κεφάλαιο, έτοιμες μελέτες, χρηματοδοτικές ευκαιρίες και τεχνολογική αποδοχή. Αδρανούν, ωστόσο, για δύο συνδεδεμένους λόγους. Λείπει σταθερός θεσμικός φορέας που να διασφαλίζει τη συνέχεια και λείπει κοινό όραμα, όπως το διατύπωσε το σύνολο των συμμετεχόντων.

Η αντιστοίχιση Δυνατών σημείων και Ευκαιριών υποδηλώνει σαφή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Το ισχυρό brand name, συνδεδεμένο με στοχευμένη ψηφιακή αφήγηση AR, μπορεί να μετατρέψει τον πολιτιστικό τουρισμό της πόλης. Η διαχείριση των Αδυναμιών και των Απειλών, απαιτεί θεσμική σταθερότητα, δηλαδή τη δέσμευση της Εφορίας Αρχαιοτήτων και του Δήμου σε μακροπρόθεσμο πλαίσιο συνεργασίας που δεν θα εξαρτάται από πρόσωπα και θητείες, διαγενεακή δέσμευση, με την έννοια ότι η πρόταση απευθύνεται στο κοινό που θα αναπτύξει σχέση με τον τόπο στον χρόνο και όχι σε εφήμερους επισκέπτες, και μηχανισμούς βιωσιμότητας που θα διασφαλίζουν τη συντήρηση και επικαιροποίηση της εφαρμογής μετά την λήξη της αρχικής χρηματοδότησης. Τα συμπεράσματα αυτά συνδιαλέγονται άμεσα με το πλαίσιο της Ανταγωνιστικής Ταυτότητας (Anholt, 2007) και το μοντέλο place branding των Kavaratzis & Ashworth (2005), που εξετάστηκαν στο θεωρητικό κεφάλαιο και τροφοδοτούν την πρόταση παρέμβασης στο Κεφάλαιο 6.

Πίνακας 5.1: Ανάλυση SWOT — Ψηφιακή Πολιτιστική Διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάφυλης Θήβας»

SWOT	ΔΥΝΑΜΕΙΣ (Strengths) Εσωτερικό Περιβάλλον	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (Weaknesses) Εσωτερικό Περιβάλλον
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	• Παγκοσμίως αναγνωρίσιμο μυθολογικό και αρχαιολογικό brand name • Έτοιμες μελέτες ανάδειξης: Καδμείο, Ηλέκτρεις Πύλες, Κτίριο Ζιώμα (εκκρεμούν στο ΚΑΣ) • Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο ως καταξιωμένος πόλος έλξης επισκεπτών • Καθολική αποδοχή AR από το σύνολο των συμμετεχόντων • Διαχειριστικό σχέδιο κατατεθειμένο στο ΥΠΠΟΑ • Πλούσιο πολιτιστικό κίνημα (ΘΗΠΕΘΕ, σύλλογοι)	• Αποσπασματικότητα μνημείων, απουσία ενιαίου σχεδίου ανάδειξης • Ελλιπής σήμανση, ανεπαρκής φωτισμός, αναξιοποίητοι χώροι • Κενό φήμης-πραγματικότητας: η πόλη λειτουργεί ως σταθμός διέλευσης • Δυσλειτουργική σχέση Εφορείας-Δήμου, απουσία στελεχωμένης Δ/σης Πολιτισμού • Χρόνια έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού • Ψηφιακές εφαρμογές που δημιουργήθηκαν αλλά δεν διατηρήθηκαν (απουσία θεσμικού μηχανισμού βιωσιμότητας) • Εξάρτηση πρωτοβουλιών από πρόσωπα και βραχύβιες πολιτικές θητείες
	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (Opportunities) Εξωτερικό Περιβάλλον	ΑΠΕΙΛΕΣ (Threats) Εξωτερικό Περιβάλλον
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	• ΕΣΠΑ, Ταμείο Ανάκαμψης, Πράσινο Ταμείο, εθνικά χρηματοδοτικά προγράμματα • Ανοδική ζήτηση ψηφιακού πολιτιστικού τουρισμού / AR • Μαθητικός τουρισμός και εκπαιδευτικές ομάδες ως στοχευμένο κοινό • Νέες γενιές εξοικειωμένες με ψηφιακή τεχνολογία • Σταδιακή υλοποίηση ανά μνημείο εντός ισχύοντος θεσμικού πλαισίου • Πανεπιστημιακή συνεργασία για τεκμηρίωση και συντήρηση • Στόχος υποψηφιότητας Πολιτιστικής Πρωτεύουσας μετά το 2035 • Πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ» του Σωματείου ΔΙΑΖΩΜΑ: θεσμική επικύρωση ανάγκης ανάδειξης της Θήβας σε εθνικό επίπεδο (ΔΙΑΖΩΜΑ, 2024) • Ευθυγράμμιση με εγκεκριμένο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Θηβαίων που ενσωματώνει δράσεις πολιτιστικής ανάδειξης και ψηφιακής σύγκλισης (Δήμος Θηβαίων, 2024)	• Απαιτητική αδειοδότηση ΚΑΣ ανά μνημείο (ν. 3028/2002) • Θεσμικές αγκυλώσεις, ενδεχόμενη απώλεια χρηματοδοτήσεων • Γρήγορη τεχνολογική απαξίωση εφαρμογών • Ανταγωνισμός γειτονικών προορισμών (Λιβαδειά, Ορχομενός, Χαλκίδα) • Αμφίθυμη σχέση κατοίκων με αρχαιολογικούς περιορισμούς ιδιοκτησίας • Εξάρτηση βιωσιμότητας από συνεχή χρηματοδότηση

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, βάσει θεματικής ανάλυσης Braun & Clarke (2006) και Helms & Nixon (2010)

5.4 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Τα ευρήματα της έρευνας επιβεβαιώνουν ότι η Θήβα διαθέτει τις θεμελιώδεις προϋποθέσεις για την εφαρμογή πρακτικών δημιουργικής πόλης, χωρίς ωστόσο να έχει αξιοποιήσει μέχρι σήμερα αυτό το δυναμικό. Η αποσπασματικότητα των μνημείων στον αστικό ιστό, η ελλιπής σήμανση και ο ανεκμετάλλευστος δημόσιος χώρος γύρω από τα τοπόσημα αποτελούν τους παράγοντες που κατά τους συμμετέχοντες, εμποδίζουν τη μετατροπή της ιστορικής μνήμης σε βιωματική εμπειρία. Η ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή AR αντιμετωπίζει αυτό το έλλειμμα μέσω της δημιουργικής επανανοηματοδότησης του υπάρχοντος χώρου, σύμφωνα με τις θεωρίες δημιουργικής πόλης (Florida, 2002 · Landry, 2000). Το κενό φήμης και πραγματικότητας λειτουργεί εδώ ως κινητήρια δύναμη.

Η θεματική ανάλυση ανέδειξε μια χαρακτηριστική ασυμμετρία. Οι συμμετέχοντες συγκλίνουν στη διάγνωση του προβλήματος αλλά αποκλίνουν ως προς τον φορέα ανάληψης ευθύνης. Δήμος, Εφορεία Αρχαιοτήτων και πολιτιστικοί φορείς αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα της παρέμβασης, αλλά κάθε πλευρά εντοπίζει αλλού το κέντρο βάρους της ευθύνης. Η ασυμμετρία αυτή δεν αποτυπώνει σύγκρουση συμφερόντων, αντικατοπτρίζει την απουσία θεσμικού πλαισίου συνεργασίας που να υπερβαίνει προσωπικές σχέσεις και πολιτικές θητείες. Ιδιαίτερη βαρύτητα έχει το εύρημα για την κοινωνική αποδοχή, το οποίο δεν εξαντλείται στη διαπίστωση περί απουσίας αδιαφορίας. Η αμφιθυμία των κατοίκων απέναντι στην αρχαία ιστορία της πόλης τους μπορεί να διαβαστεί υπό το πρίσμα του «Authorized Heritage Discourse» (Smith, 2006), δηλαδή ως ένδειξη αποξένωσης της τοπικής κοινωνίας από τις επίσημες αφηγήσεις πολιτισμικής κληρονομιάς.

Το ζήτημα της βιωσιμότητας αναδείχθηκε ως το πλέον κρίσιμο στρατηγικό πρόβλημα. Η πόλη διαθέτει ήδη ιστορικό αποτυχημένης συνέχειας σε ψηφιακές εφαρμογές (βλ. ανάλυση SWOT, ενότητα 5.3), που λειτούργησε στις συνεντεύξεις ως συλλογική εμπειρία αναφοράς. Η βιωσιμότητα δεν αφορά μόνο την συντήρηση λογισμικού, απαιτεί διατήρηση πολιτικής βούλησης, ανανέωση περιεχομένου και ενσωμάτωση της εφαρμογής σε ευρύτερο στρατηγικό σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης. Η απόδειξη βιωσιμότητας αποτελεί πλέον βασική προϋπόθεση αξιοπιστίας για κάθε νέα ψηφιακή πρωτοβουλία στη Θήβα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ «ΣΤΑ ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΤΗΣ ΕΠΤΑΠΥΛΗΣ ΘΗΒΑΣ».

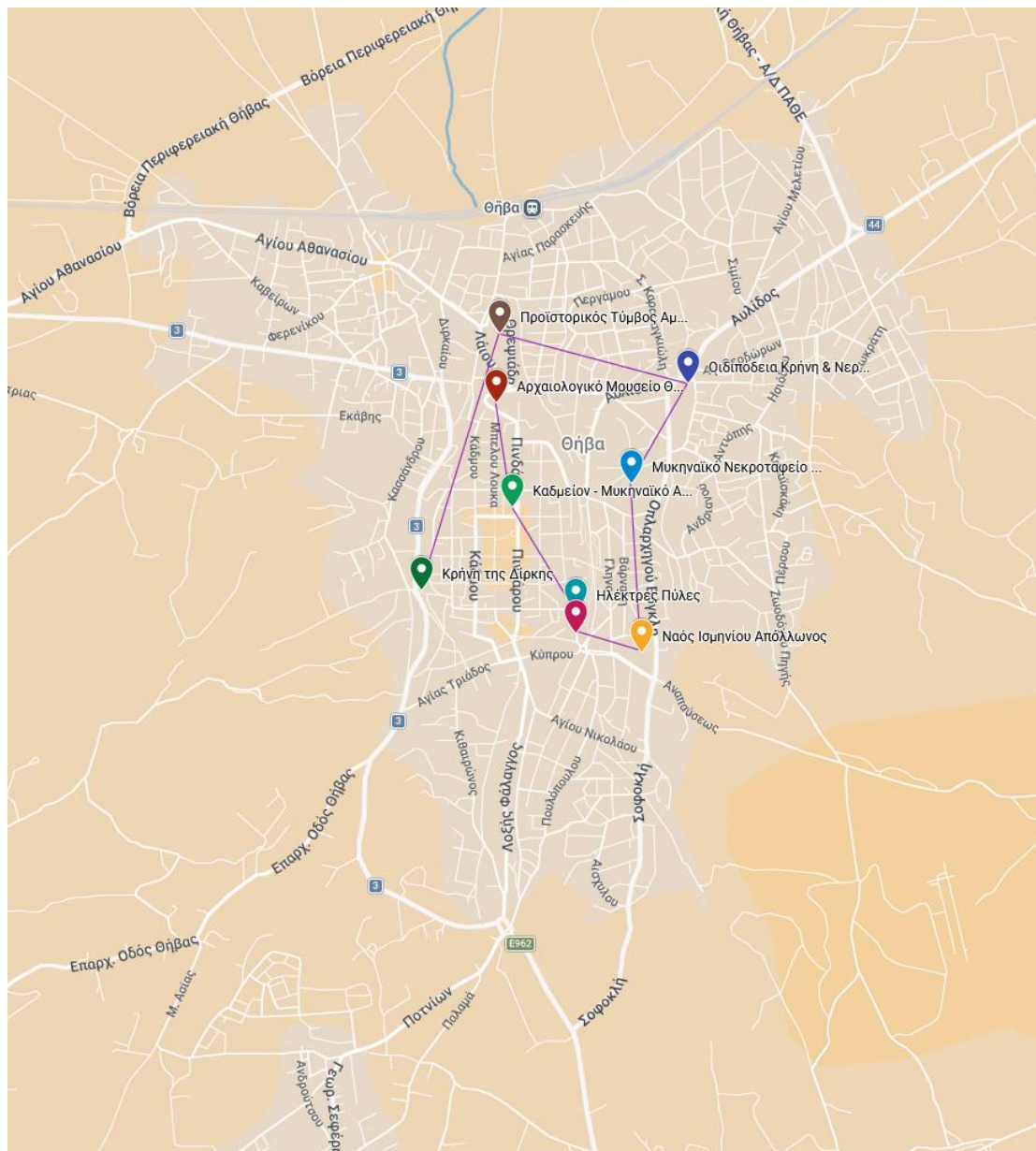
Το παρόν κεφάλαιο αποτελεί τη σύνθεση της εργασίας, αξιοποιεί το θεωρητικό πλαίσιο του Κεφαλαίου 2, τα χαρακτηριστικά του πολιτιστικού αποθέματος της Θήβας όπως αναλύθηκαν στο Κεφάλαιο 3, και τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας του Κεφαλαίου 5, προκειμένου να διατυπώσει μια ολοκληρωμένη πρόταση παρέμβασης. Η πρόταση οργανώνεται σε τρεις ενότητες. Η 6.1 παρουσιάζει τα εννέα τοπόσημα και την αφηγηματική δομή της διαδρομής, η 6.2 αναλύει την αρχιτεκτονική της AR εφαρμογής και το ψηφιακό περιεχόμενο ανά σταθμό, και η 6.3 διαπραγματεύεται το θεσμικό πλαίσιο υλοποίησης, τη βιωσιμότητα και τη διάσταση του city branding.

6.1 Σχεδιασμός Πολιτιστικής Διαδρομής. Τοπόσημα και αφηγηματική δομή.

Τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας, όπως αυτά αναλύθηκαν στο Κεφάλαιο 5, κατέδειξαν με συνέπεια ότι το κεντρικό πρόβλημα ανάδειξης της Θήβας δεν είναι η απουσία πολιτιστικού αποθέματος, αλλά η αποσπασματικότητά του μέσα στον αστικό ιστό και η έλλειψη αφηγηματικής σύνδεσης των τοπόσημών της. Αντλώντας από τα συμπεράσματα της ενότητας 5.4, η προτεινόμενη πολιτιστική διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάπυλης Θήβας» οργανώνεται γύρω από εννέα (9) στρατηγικά τοπόσημα, τα οποία λειτουργούν ως «πύλες στον χρόνο» και μετατρέπουν την ψηφιακή περιήγηση σε ενιαία βιωματική εμπειρία. Ο τίτλος «Επτάπυλη» παραπέμπει στις επτά πύλες της αρχαίας πόλης, σύμβολο της παγκόσμιας αναγνωρισιμότητας της Θήβας.

Η αφηγηματική δομή της διαδρομής ακολουθεί τον τριπλό άξονα που περιγράφουν οι Καραβασίλη & Μικελάκης (1999). Ο πρώτος είναι ο θεματικός, που αφορά τα χρονολογικά επίπεδα μνήμης της πόλης από τη μυκηναϊκή εποχή έως τον 19^ο αιώνα. Ο δεύτερος είναι ο ποιητικός, που διέπει τη ροή μεταξύ των σταθμών της κοινής μυθολογικής αφήγησης. Ο τρίτος είναι ο ρητορικός, ο οποίος οπλίζει τη διαδρομή με τη δύναμη πειθούς που απαιτείται για να μετατρέψει τον παθητικό επισκέπτη σε ενεργό αναγνώστη του αστικού παλίμψηστου. Ο Majdoub (2009) περιγράφει τις πολιτιστικές διαδρομές ως «δίκτυο νοημάτων», όπου κάθε σταθμός συνομιλεί με τους υπόλοιπους. Αυτή η λογική διέπει και τον σχεδιασμό της παρούσας πρότασης. Σύμφωνα με τον Sauer (1963), το πολιτισμικό τοπίο αποτελεί παλίμψηστο, μια επιφάνεια πάνω στην οποία κάθε εποχή εγγράφει τα ίχνη της χωρίς να εξαλείφει αυτά των

προηγούμενων. Η προτεινόμενη διαδρομή αναλαμβάνει να κάνει αυτή τη στρωματογραφία αντιληπτή και βιώσιμη.



Χάρτης 6.1: Η διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάπυλης Θήβας»

Τα εννέα τοπόσημα της διαδρομής είναι τα εξής: το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών και ο Πύργος Σαιντ Ομέρ, το Καδμείο-Μυκηναϊκό Ανάκτορο, οι Ηλέκτρες Πύλες, το Ιερό Ηρακλέους, ο Ναός Ισμηνίου Απόλλωνος, το Μυκηναϊκό Νεκροταφείο Καστελλίων, η Οιδιπόδεια Κρήνη και Νερόμυλος Βυλλιώτη, ο Λόφος Αμφείου και η Κρήνη Δίρκης. Η επιλογή τους δεν υπακούει σε απλή γεωγραφική λογική, αλλά σε αφηγηματική. Κάθε σταθμός αντιπροσωπεύει ένα

διαφορετικό χρονολογικό επίπεδο μνήμης και φέρει ένα από τα μεγάλα αφηγηματικά νήματα της πόλης, από τον μύθο της ίδρυσης στον κύκλο των Λαβδακιδών και από τη Βοιωτική ηγεμονία στη νεότερη βιομηχανική ιστορία. Σύμφωνα με τον Kevin Lynch (1960), τα τοπόσημα δεν είναι απλώς φυσικά αντικείμενα αλλά φορείς νοημάτων που βοηθούν το άτομο να συνδεθεί συναισθηματικά με τον χώρο. Υπό αυτό το πρίσμα, η διαδρομή μετατρέπει τα εννέα κατακερματισμένα τοπόσημα σε ένα αναγνώσιμο σύνολο, στην «αυτοτελή ενότητα» που απαιτεί ο Simmel (1913/2004) για την αισθητική εμπειρία του τοπίου.



Εικόνα 6.1: Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών & Πύργος Σαιντ Ομέρ. Φωτο.: Γ. Σουλιώτης, 2026.



Εικόνα 6.2: Καδμείο-Μυκηναϊκό Ανάκτορο. Πηγή:mthv.gr



Εικόνα 6.3: Ηλέκτρες Πύλες. Πηγή:mthv.gr



Εικόνα 6.4: Ιερό Ηρακλέους. Πηγή: mthv.gr



Εικόνα 6.5: Ναός Ισμηνίου Απόλλωνος. Πηγή: mthv.gr



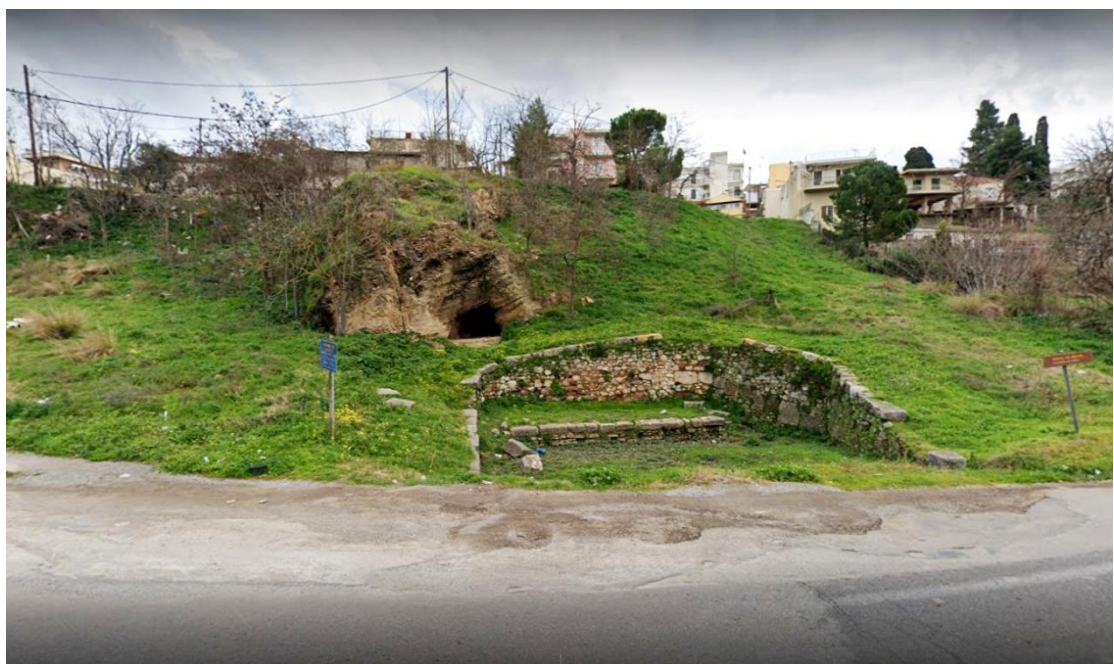
Εικόνα 6.6: Μυκηναϊκό Νεκροταφείο Καστελλίων. Φωτο. Γ. Σουλιώτης, 2026.



Εικόνα 6.7: Οιδιπόδεια Κρήνη & Νερόμυλος Βυλλιώτη. Φωτο. Γ. Σουλιώτης, 2026.



Εικόνα 6.8: Λόφος Αμφείου-Προϊστορικός Τύμβος. Πηγή:mthn.gr



Εικόνα 6.9: Κρήνη Δίρκης. Πηγή:mthn.gr

Οι εικόνες αποτυπώνουν τη σημερινή κατάσταση των τοπόσημων, την αφετηρία από την οποία η προτεινόμενη AR διαδρομή αναλαμβάνει να αποκαλύψει αυτό που ο αστικός χώρος κρύβει.

6.2 Αρχιτεκτονική της AR εφαρμογής, ψηφιακό περιεχόμενο και αφηγηματική ταυτότητα

Ο σχεδιασμός της AR εφαρμογής στηρίζεται στη μέθοδο Reinforcing όπως την έχει διατυπώσει ο Azuma (1997), σύμφωνα με την οποία η ψηφιακή πληροφορία δεν υποκαθιστά την πραγματικότητα αλλά την ενισχύει, αναδεικνύοντας στρώματα ιστορίας που ο αστικός χώρος έχει απορροφήσει και αποκρύψει. Ο επισκέπτης στέκεται μπροστά στο εκάστοτε τοπόσημο και η εφαρμογή προβάλλει πάνω στη σημερινή εικόνα το χαμένο παρελθόν. Αυτή η αρχή, σύμφωνα με την Καρυάτη (2021), διακρίνεται από τις εναλλακτικές μεθόδους ψηφιακής αφήγησης ακριβώς επειδή διατηρεί την ενσώματη παρουσία του επισκέπτη στον χώρο ως προϋπόθεση της εμπειρίας, αντί να την υποκαταστήσει με μια εικονική περιήγηση.

Κάθε τοπόσημο οργανώνεται σε τρία διακριτά επίπεδα περιεχομένου, σύμφωνα με τις αρχές ψηφιακής αφήγησης που περιγράφει η Καρυάτη (2021). Το πρώτο είναι το οπτικό επίπεδο, όπου τρισδιάστατες ανακατασκευές αποκαθιστούν την αρχική μορφή του μνημείου. Ενδεικτικά το Μυκηναϊκό Ανάκτορο ανασυντίθεται πάνω στις σημερινές τομές, ο Ναός του Ισμηνίου Απόλλωνος ορθώνεται εκ νέου στον λόφο του, οι Ηλέκτρες Πύλες αποκτούν ξανά το ύψος και την κλίμακά τους. Κάθε ανακατασκευή ακολουθεί τις απαιτήσεις διαφάνειας και τεκμηρίωσης της London Charter (2009). Το δεύτερο είναι το αφηγηματικό επίπεδο, που υλοποιείται μέσω φωνητικής αφήγησης συνδεδεμένης με τον εκάστοτε χώρο. Το τρίτο είναι το διαδραστικό επίπεδο, που εισάγει στοιχεία παιχνιδιοποίησης κατά Deterding et al. (2011) με στόχο την ενεργητική εμπλοκή του επισκέπτη.

Η αφηγηματική ενοποίηση της διαδρομής επιτυγχάνεται μέσω μιας κοινής αφηγηματικής φωνής που διαπερνά και τα εννέα τοπόσημα, αυτής του Τειρεσία, του τυφλού μάντη της Θήβας. Ο Τειρεσίας αποτελεί τη μοναδική μυθολογική φιγούρα που έζησε ολόκληρη την ιστορία της πόλης, από την ίδρυσή της από τον Κάδμο έως την καταστροφή της από τον Αλέξανδρο, αιώνιος μάρτυρας κάθε εποχής. Η επιλογή του δεν είναι τυχαία. Ο τυφλός που βλέπει τα πάντα αποτελεί μεταφορά για την ίδια τη λειτουργία της Επαυξημένης Πραγματικότητας, η οποία αποκαλύπτει αυτό που το μάτι από μόνο του αδυνατεί να αντιληφθεί. Σε κάθε τοπόσημο ο Τειρεσίας αφηγείται το μυθολογικό και ιστορικό νήμα που συνδέεται με τον χώρο, αντλώντας αποσπάσματα από το

Θηβαϊκό Κύκλο και συνδέοντας τη μυθολογική παράδοση με την ιστορία του τόπου. Η φωνητική αφήγηση επιλέχθηκε έναντι της ανάγνωσης κειμένου για λόγους προσβασιμότητας, όπως το εξέφρασαν και οι συμμετέχοντες στην έρευνα (ενότητα 5.1), ιδίως ως προς την δυνατότητα χρήσης από μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες.

Το διαδραστικό επίπεδο αξιοποιεί αρχές παιχνιδιοποίησης (gamification) σύμφωνα με το πλαίσιο MDA (Hunicke LeBlanc & Zubek, 2004), όπως αναλύθηκε στην ενότητα 2.3. Ως προς την Μηχανική, σε κάθε τοπόσημο ο επισκέπτης καλείται να ολοκληρώσει μια απλή αποστολή. Μπορεί να εντοπίσει ένα κρυμμένο αρχαιολογικό εύρημα στο χώρο, να απαντήσει σε μια ερώτηση του Τειρεσία ή να συναρμολόγησει ένα ψηφιακό τεκμήριο και η επιτυχής ολοκλήρωσή της ξεκλειδώνει το επόμενο τοπόσημο. Το σύστημα σχεδιάζεται με διαβαθμισμένα επίπεδα αλληλεπίδρασης ώστε να απευθύνεται ταυτόχρονα σε μαθητικές ομάδες, σε ανεξάρτητους επισκέπτες και σε οικογένειες, σύμφωνα με τις αρχές οικουμενικού σχεδιασμού που θέτουν οι Deterding et al. (2011). Ως προς τη Δυναμική και την Αισθητική, η εξερεύνηση του αστικού χώρου μετατρέπεται σε πράξη ανακάλυψης. Ο επισκέπτης δεν περιηγείται παθητικά αλλά αναζητά ενεργά, και η ανεύρεση κάθε κρυμμένου στοιχείου συνδέεται με ένα συγκεκριμένο μυθολογικό ή ιστορικό νήμα της Θήβας. Η εφαρμογή λειτουργεί βάση εντοπισμού θέσης (location-based AR), ενεργοποιώντας το περιεχόμενο κάθε τοπόσημου αυτόματα όταν ο επισκέπτης βρεθεί σε ακτίνα δεκαπέντε μέτρων, χωρίς να απαιτείται χειροκίνητη επιλογή.

Ο σχεδιασμός του ψηφιακού περιεχομένου διέπεται από τις αρχές της Χάρτας της Σεβίλλης (ICOMOS, 2011), που θέτει τρεις δεσμεύσεις για κάθε ψηφιακή παρέμβαση σε αρχαιολογικό χώρο. Πρώτον, τη συμπληρωματικότητα, κατά την οποία η ψηφιακή αναπαράσταση συμπληρώνει και δεν υποκαθιστά τη φυσική εμπειρία. Δεύτερον, την αυθεντικότητα, κατά την οποία το περιεχόμενο εδράζεται σε επιστημονικά τεκμηριωμένα δεδομένα. Τρίτον, τη διεπιστημονικότητα, κατά την οποία η ανάπτυξη συνδυάζει αρχαιολογική, ιστορική και τεχνολογική εξειδίκευση. Η αποδοχή της εφαρμογής από τους χρήστες προβλέπεται υψηλή, σύμφωνα με τις μεταβλητές αντιληπτής χρησιμότητας και αντιληπτής ευκολίας του Μοντέλου Αποδοχής Τεχνολογίας (Davis, 1989), εύρημα που επιβεβαιώνεται και εμπειρικά από την ομόφωνη θετική στάση των συμμετεχόντων στην ποιοτική έρευνα, όπως αναλύθηκε στην ενότητα 5.2.4.

6.3 Θεσμικό πλαίσιο, βιωσιμότητα και city branding

Η υλοποίηση της προτεινόμενης διαδρομής προϋποθέτει σαφές θεσμικό πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ εμπλεκόμενων φορέων. Βάσει του ν. 3028/2002, κάθε ψηφιακή παρέμβαση εντός αρχαιολογικού χώρου απαιτεί έγκριση από την Εφορία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας και όπου κρίνεται αναγκαίο, από το Κεντρικό Αρχαιολογικό Συμβούλιο. Το εύρημα αυτό, που επιβεβαιώθηκε εμπειρικά από τους συμμετέχοντες στην ποιοτική έρευνα (ενότητα 5.1), καθιστά αναγκαία τη σύναψη Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ Δήμου Θηβαίων και Εφορίας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας, που θα κατανέμει ρητά τις αρμοδιότητες των δύο φορέων. Η Εφορία αναλαμβάνει την επιστημονική τεκμηρίωση και την εποπτεία της αρχαιολογικής ακρίβειας του περιεχομένου, ενώ ο Δήμος αναλαμβάνει την υλοποίηση, τη χρηματοδότηση και τον συντονισμό. Οι πολιτιστικοί φορείς της πόλης συνεισφέρουν στη διάχυση της εφαρμογής στην τοπική κοινωνία και στην ένταξή της σε πολιτιστικές δράσεις. Ανάμεσα σε αυτούς ξεχωρίζει η Δημοτική Βιβλιοθήκη Θήβας, η οποία λειτουργεί από το 1956 στο ιστορικό Δράκειο Μέγαρο στο κέντρο της πόλης, με συλλογή 26.400 τόμων και αρχείο τοπικών εφημερίδων από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα (Παπαδοπούλου, 2021). Ως φορέας πολιτιστικής μνήμης και κοινοτικής πληροφόρησης, με 3.055 εγγεγραμμένα μέλη και ενεργές εκπαιδευτικές δράσεις, η βιβλιοθήκη αποτελεί φυσικό εταίρο στη διάχυση της AR διαδρομής στην τοπική κοινότητα. Η κατανομή αυτή αντιστοιχεί στο μοντέλο θεσμικής συνεργασίας που αναδείχθηκε ως αναγκαία συνθήκη υλοποίησης στην ενότητα 5.2.1. με τον Δήμο να αναδεικνύεται ως φορέας συντονισμού.

Η προτεινόμενη διαδρομή ενισχύεται από ένα ήδη υφιστάμενο πρόγραμμα εθνικής εμβέλειας που αφορά άμεσα τη Θήβα. Το σωματείο ΔΙΑΖΩΜΑ έχει εντάξει τη Θήβα στο πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ» με στόχο τον επαναπροσδιορισμό της πόλης γύρω από τη ζωντανή πολιτισμική της ταυτότητα (ΔΙΑΖΩΜΑ, 2024). Πρόκειται για ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα αστικής παρέμβασης με έμφαση στο πολιτιστικό και ιστορικό κεφάλαιο της πόλης ως μοχλό βελτίωσης της ποιότητας ζωής των κατοίκων της. Οι άξονες προτεραιότητας του προγράμματος περιλαμβάνουν την ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών για την προβολή της ταυτότητας της πόλης, την προστασία και ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων ως ενιαίου αντιληπτικού συνόλου, καθώς και την πολιτιστική διασύνδεση της Θήβας μέσα από ανάπτυξη διαδρομών. Η AR διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάφυλης Θήβας» δεν συμβαδίζει απλώς με αυτές τις κατευθύνσεις, αλλά συνάδει με το είδος παρέμβασης που το πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ» θέτει ως στόχο, ώστε η πόλη να αποτελέσει έναν πρότυπο προορισμό πολιτιστικού τουρισμού και παράλληλα να προσφέρει καλύτερες συνθήκες διαβίωσης στους κατοίκους της. Ως πιθανές

πηγές χρηματοδότησης προσδιορίζονται πόροι του Δήμου Θηβαίων και της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος 2021-2027, το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, το Πράσινο Ταμείο και Ευρωπαϊκά Προγράμματα, με τον οριστικό προϋπολογισμό να εκκρεμεί έως την έγκριση του προγράμματος. Τα χρηματοδοτικά αυτά εργαλεία δεν αφορούν αποκλειστικά το πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ». Αποτελούν το ευρύτερο πλαίσιο εντός του οποίου μια δράση ψηφιακού πολιτισμού όπως η προτεινόμενη AR διαδρομή είναι επιλέξιμη, εφόσον ο Δήμος Θηβαίων αναλάβει τον ρόλο του φορέα υλοποίησης που η παρούσα έρευνα ανέδειξε ως αναγκαία προϋπόθεση.

Ο επιχειρησιακός σχεδιασμός του Δήμου Θηβαίων αποκαλύπτει μια σαφή αναπτυξιακή πρόθεση που δεν εξαντλείται στην τυπική διοικητική λειτουργία, αλλά συνιστά συγκροτημένη πολιτική επιλογή. Το αναπτυξιακό όραμα του Δήμου για την περίοδο 2024-2027, όπως διατυπώθηκε και εγκρίθηκε, θέτει ρητά ως στόχο την ενίσχυση των υποδομών πολιτισμού παράλληλα με την παιδεία και τον αθλητισμό, με προσανατολισμό προς ένα Δήμο «σύγχρονο, λειτουργικό και δημιουργικό» (ΑΔΣ 110/2024). Αυτή η πρόθεση δεν παραμένει σε επίπεδο διατύπωσης. Ανάμεσα στους έξι θεσμοθετημένους Άξονες Προτεραιότητας του Στρατηγικού Σχεδιασμού, ο Πολιτισμός εντάσσεται στον Άξονα 2 και η Ψηφιακή Σύγκλιση αποτελεί αυτοτελή άξονα 6, γεγονός που από μόνο του δείχνει ότι ο Δήμος αντιμετωπίζει αμφότερα ως ανεξάρτητες πολιτικές προτεραιότητες και όχι ως δευτερεύοντα ζητήματα. Στο πλαίσιο του Άξονα 6, ο Δήμος έχει ήδη υποβάλει συγκεκριμένη πρόταση ψηφιακού μετασχηματισμού στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» (Απόφαση Οικονομικής Επιτροπής 350/2022), η οποία περιλαμβάνει ρητά, ανάμεσα σε άλλες εφαρμογές, τη «ψηφιοποίηση τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς». Πρόκειται για ισχυρή ένδειξη ότι η σύζευξη πολιτισμού και ψηφιακής τεχνολογίας δεν αποτελεί υπόθεση εργασίας της παρούσας έρευνας, αλλά ήδη διατυπωμένη πολιτική κατεύθυνση του ίδιου του Δήμου. Η προτεινόμενη AR διαδρομή κινείται στο ίδιο μήκος κύματος με αυτή την κατεύθυνση.

Το πιο δύσκολο σημείο για να αντέξει η εφαρμογή στο χρόνο δεν αφορά την τεχνολογία αλλά πως θα στηριχθεί διοικητικά στην πράξη. Αυτό φάνηκε καθαρά και από τα ευρήματα της ενότητας 5.2.3, όπου η αγωνία δεν ήταν αν μπορεί να υλοποιηθεί, αλλά αν μπορεί να συνεχίσει να λειτουργεί ουσιαστικά μετά την αρχική φάση χρηματοδότησης. Το στοίχημα της βιωσιμότητας δεν είναι τεχνητό, αλλά διοικητικό και η πρόταση αντιμετωπίζει αυτή την πρόκληση σε τρία επίπεδα. Πρώτον είναι η χρηματοδοτική σταθερότητα με την αξιοποίηση εργαλείων χρηματοδότησης και την πρόβλεψη μηχανισμού συντήρησης. Δεύτερον η θεσμική

συνέχεια μέσω μόνιμης ομάδας διαχείρισης. Τέλος ιδιαίτερη βαρύτητα έχει η συνεργασία με πανεπιστημιακούς φορείς. Η σύνδεση με την ακαδημαϊκή κοινότητα θα μπορούσε να κρατήσει το εγχείρημα ζωντανό, εγγυώμενη ότι το περιεχόμενο δεν θα μείνει στάσιμο, αλλά θα ανανεώνεται συνεχώς μέσα από νέα έρευνα.

Η προτεινόμενη διαδρομή υπερβαίνει τον χαρακτήρα μιας τουριστικής εφαρμογής και αποτελεί στρατηγικό εργαλείο city branding. Σύμφωνα με τον Anholt (2010), η εικόνα ενός τόπου δεν διαμορφώνεται μέσω διαφημιστικών εκστρατειών και δημοσίων σχέσεων αλλά μέσω ουσιαστικών παρεμβάσεων που οι ίδιοι οι επισκέπτες και οι κάτοικοι βιώνουν και μεταδίδουν. Αξιοποιώντας το εξάγωνο της Ανταγωνιστικής Ταυτότητας (Anholt, 2007), η προτεινόμενη AR διαδρομή επιδιώκει να ενεργοποιήσει άμεσα τρεις από τους έξι διαύλους. Τον τουρισμό, μέσω της δημιουργίας αυθεντικής πολιτιστικής εμπειρίας για τον επισκέπτη, τον πολιτισμό και την κληρονομιά, μέσω της ανάδειξης του αρχαιολογικού αποθέματος, και τους ανθρώπους, μέσω της μετατροπής των κατοίκων από παθητικούς παρατηρητές σε ενεργούς φορείς της ιστορικής μνήμης της πόλης. Έμμεσα συμβάλει και στους υπόλοιπους, καθώς μια πόλη με ισχυρή πολιτισμική ταυτότητα αναβαθμίζει και την εικόνα της διακυβέρνησής της και την ελκυστικότητά της για επενδύσεις και εγκατάσταση.

Η διαδρομή ενεργοποιεί δύο από τα τρία επίπεδα επικοινωνίας του city branding που περιγράφει ο Kavaratzis (2004), συνιστώντας επίσημη πολιτισμική δήλωση του Δήμου και δημιουργώντας εμπειρία που οι επισκέπτες και οι κάτοικοι μεταδίδουν. Η τελευταία αυτή διάσταση αποκτά ιδιαίτερο βάρος υπό το πρίσμα του αναδυόμενου ευρήματος της έρευνας (ενότητα 5.2.3.), ότι οι κάτοικοι της Θήβας δεν έχουν οικειοποιηθεί την ιστορία του τόπου τους, φαινόμενο που αντιστοιχεί στον «Authorized Heritage Discourse» του Smith (2006). Η AR διαδρομή σχεδιασμένη ως εργαλείο επανοικειοποίησης, επιδιώκει να μετατρέψει τους κατοίκους από παθητικούς παρατηρητές σε ενεργούς φορείς της ιστορικής μνήμης, αναλαμβάνοντας τον τετραπλό ρόλο που περιγράφουν οι Braun, Kavaratzis & Zenker (2010), κοινό-στόχο, πρεσβευτές, συνδιαμορφωτές και συνδιαχειριστές της ταυτότητας της πόλης. Η σύνδεση με το Κέντρο Τουριστικής Προβολής που σχεδιάζει ο Δήμος Θηβαίων εντάσσει την πρόταση σε ένα ευρύτερο στρατηγικό πλαίσιο, σύμφωνο με την προσέγγιση του Καραχάλη (2015) για το city branding ελληνικών πόλεων. Οι στρατηγικές ανάπτυξης πόλεων συνδέονται κατά κανόνα με τον πολιτισμό και τις πολιτικές αστικής πολιτιστικής αναζωογόνησης, με την πολιτιστική δραστηριότητα να κατέχει κεντρικό ρόλο, όπως τεκμηριώνεται και από ελληνικά παραδείγματα πόλεων που υιοθετούν ανάλογες στρατηγικές.

Η διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάπυλης Θήβας» προσφέρει στον επισκέπτη μια βιωματική εμπειρία, την μετάβαση που περιγράφουν οι Warnaby (2009) και Καραχάλης (2017) από τον τόπο-προϊόν στον τόπο-εμπειρία. Για τη Θήβα αυτό σημαίνει συγκεκριμένα ότι η παγκόσμια αναγνωσιμότητά της μετατρέπεται από παθητικό κεφάλαιο σε ενεργή πολιτισμική εμπειρία, χτισμένη από κάτω προς τα πάνω μέσα από τη συμμετοχή κατοίκων, επιστημόνων και φορέων, σύμφωνα με το μοντέλο συνδημιουργίας ταυτότητας που περιγράφουν οι Braun, Kavaratzis & Zenker (2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ & ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ.

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπόνησε μια ολοκληρωμένη πρόταση για τη δημιουργία ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής στη Θήβα, αξιοποιώντας τη θεωρία της Δημιουργικής Πόλης, τις δυνατότητες της Επαυξημένης Πραγματικότητας (AR) και τις αρχές του place branding. Το παρόν κεφάλαιο συνθέτει τα κύρια ευρήματα, αξιολογεί την προτεινόμενη παρέμβαση συνολικά και χαράζει κατευθύνσεις για την μελλοντική έρευνα που μπορεί να αναπτυχθεί στη βάση της.

7.1 Βασικά συμπεράσματα και αξιολόγηση της πρότασης

Το ερώτημα που διαπέρασε ολόκληρη την εργασία αφορά τον τρόπο με τον οποίο μια πόλη με παγκόσμιο brand name μπορεί να μετατρέψει την ιστορική της αναγνωρισιμότητα σε βιώσιμη πολιτιστική εμπειρία για τους κατοίκους και τους επισκέπτες της. Η Θήβα αποτελεί το εντονότερο παράδειγμα αυτής της αντίφασης στο ελλαδικό χώρο. Εννέα χρονικά επίπεδα μνήμης συμπτυκνωμένα σε έναν ζωντανό αστικό ιστό, μυθολογικές αφηγήσεις παγκόσμιας εμβέλειας και αρχαιολογικά ευρήματα μοναδικά στο είδος τους συνυπάρχουν με μνημεία που παραμένουν αποσπασματικά αθέατα ή ανερμήνευτα. Η απόσταση ανάμεσα στη φήμη και στην πραγματική εμπειρία του επισκέπτη αποτελεί ταυτόχρονα το κεντρικό πρόβλημα που η παρούσα εργασία εντοπίζει και την ευκαιρία που καλείται να αξιοποιήσει.

Η πρώτη ερευνητική υπόθεση, που ανέμενε ότι η αποσπασματικότητα των μνημείων αποτελεί το κεντρικό εμπόδιο για τη σύνδεση κατοίκων και επισκεπτών με την πολιτιστική κληρονομιά και ότι η ψηφιακή διαδρομή AR μπορεί να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά αυτό το έλλειμα, επιβεβαιώθηκε πλήρως από τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας. Και οι πέντε συμμετέχοντες ανεξαρτήτως θεσμικής θέσης, κατέληξαν στην ίδια διαπίστωση, η πόλη δεν στερείται πόρων, αλλά στερείται του μηχανισμού που τους ενοποιεί σε αφηγηματικό σύνολο. Η ψηφιακή διαδρομή AR αξιοποιώντας τις θεωρητικές αρχές που διατύπωσε ο Azuma (1997), και εφαρμόζοντας τη λογική του επαυξημένου χώρου του Manovich (2006), προσφέρει ακριβώς αυτή τη σύνδεση. Αναπαριστά οπτικά αυτό που ο αστικός ιστός έχει απορροφήσει και κρύψει, χωρίς να αλλοιώνει τη φυσική υπόσταση των μνημείων.

Η δεύτερη ερευνητική υπόθεση, που προέβλεπε θετική στάση της τοπικής κοινωνίας και εκφρασμένη πρόθεση συμμετοχής, επιβεβαιώθηκε μερικώς. Η αποδοχή της AR ήταν ομόφωνη και κατηγορηματική. Το ενδιαφέρον των κατοίκων υπάρχει, αλλά η σχέση τους με την αρχαία ιστορία χαρακτηρίζεται από αμφιθυμία. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει εμπειρικά τον Authorized

Heritage Discourse του Smith (2006), που αναλύθηκε θεωρητικά στο Κεφ. 3.3. Ο κάτοικος ενδιαφέρεται αλλά δεν νιώθει ιδιοκτήτης της ιστορίας του τόπου του. Η εφαρμογή οφείλει να σχεδιαστεί συνειδητά ως εργαλείο επανοικειοποίησης, εντάσσοντας εκπαιδευτικές διαστάσεις που απευθύνονται τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες.

Η τρίτη ερευνητική υπόθεση, που αναγνώριζε τη θεσμική συνεργασία ως αναγκαία προϋπόθεση βιωσιμότητας, επιβεβαιώθηκε πλήρως και με εντονότερο τρόπο από ότι αναμενόταν. Το κυριότερο αναδυόμενο εύρημα της έρευνας δεν ήταν τεχνολογικό αλλά ανθρώπινο. Η δυσλειτουργική σχέση Εφορίας Αρχαιοτήτων και Δήμου αναδείχθηκε ως δομικό εμπόδιο που ακυρώνει κάθε πρωτοβουλία, όσο καλά σχεδιασμένη κι αν είναι. Χαμένες χρηματοδοτήσεις και ψηφιακές εφαρμογές που δημιουργήθηκαν αλλά δεν διατηρήθηκαν μετατρέπουν τη βιωσιμότητα από αφηρημένο ζητούμενο σε τεκμηριωμένη εμπειρική πρόκληση. Η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνει αυτό που οι Σαραντάκου και Καραχάλης (2024) ορίζουν ως αδυναμία στρατηγικού σχεδιασμού, καθώς η έλλειψη θεσμικής συνέχειας καθιστά ακόμη και τις πιο επιτυχημένες παρεμβάσεις ευάλωτες στη φθορά του χρόνου και στις μεταβολές προτεραιοτήτων που συνοδεύουν κάθε διοικητική αλλαγή.

Ως προς τα τέσσερα ερευνητικά ερωτήματα, η σύνθεση των ευρημάτων επιτρέπει τεκμηριωμένες απαντήσεις. Αναφορικά με το πρώτο ερώτημα για τον τρόπο που οι πρακτικές δημιουργικής πόλης μπορούν να συμβάλουν στην αναζωογόνηση του αστικού χώρου της Θήβας, η έρευνα κατέδειξε ότι ο δρόμος δεν περνά από δαπανηρές υποδομές αλλά από τη δημιουργική επανανοηματοδότηση του υπάρχοντος αστικού αποθέματος. Η Θήβα δεν χρειάζεται να γίνει δημιουργική πόλη. Διαθέτει ήδη τις πρώτες ύλες που περιγράφει ο Landry (2000), ως απαραίτητες. Αυτό που λείπει είναι, κατά τους Landry και Bianchini (1995), η άυλη υποδομή, το δίκτυο θεσμικών σχέσεων, κοινωνικών συμβάσεων και συλλογικής βούλησης που μετατρέπει τους πόρους σε παραγόμενη αξία. Η ψηφιακή διαδρομή AR εφόσον σχεδιαστεί ως εργαλείο κοινωνικής επανασύνδεσης με τον τόπο, μπορεί να λειτουργήσει ως αυτή ακριβώς, η άυλη υποδομή.

Αναφορικά με το δεύτερο ερώτημα για τα καταλληλότερα ψηφιακά εργαλεία και τεχνικές αφήγησης, η ομόφωνη σύγκλιση και των πέντε συμμετεχόντων στην Επαυξημένη Πραγματικότητα δεν είναι τυχαία. Απαντά σε ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της πόλης, ότι τα μνημεία είναι ενσωματωμένα στον ζωντανό ιστό και η AR είναι η μόνη τεχνολογία που αποκαλύπτει το αόρατο παρελθόν χωρίς να απαιτεί αποκλεισμό ή ανασχεδιασμό του δημόσιου χώρου. Η επιλογή του Τειρεσία ως κοινής αφηγηματικής φωνής που διαπερνά τα εννέα

τοπόσημα δεν είναι τυχαία. Ο τυφλός μάντης που βλέπει τα πάντα λειτουργεί ως μεταφορά για τη λειτουργία της ίδιας της AR, η οποία αποκαλύπτει αυτό που το ανθρώπινο μάτι αδυνατεί να αντιληφθεί. Η παιχνιδοποίηση (gamification) κατά το πλαίσιο MDA των Hunnicke, LeBlanc και Zubek (2004) ενισχύει την εμπλοκή του επισκέπτη, ενώ τα διαβαθμισμένα επίπεδα αλληλεπίδρασης διασφαλίζουν την προσβασιμότητα για διαφορετικά κοινά, από μαθητικές ομάδες έως ανεξάρτητους ενήλικες επισκέπτες.

Αναφορικά με το τρίτο ερώτημα για τη στάση της τοπικής κοινωνίας και τις προϋποθέσεις αποδοχής, η έρευνα ανέδειξε μια εικόνα πιο σύνθετη από ότι η θεωρία θα επέτρεπε να προβλεφθεί. Η στάση των φορέων είναι θετική υπό προϋποθέσεις που δεν είναι τεχνικές. Αφορούν την εμπιστοσύνη μεταξύ των φορέων η οποία δεν έχει κτιστεί επαρκώς, την εκπαίδευση των κατοίκων, που δεν έχει ποτέ συστηματοποιηθεί και την εγγύηση συνέχειας, που τίθεται ως βασικό κριτήριο αξιοπιστίας για κάθε νέα ψηφιακή πρωτοβουλία. Ιδιαίτερης σημασίας αναδείχθηκε η αυθόρμητη αναφορά στην Ελευσίνα ως αντιπαράδειγμα επιτυχίας από τρεις στους πέντε συμμετέχοντες. Η πολιτιστική ανάπτυξη μιας πόλης με ισχυρό ιστορικό απόθεμα είναι εφικτή όταν συνδυάζεται με διαχρονική δέσμευση που υπερβαίνει τις εκλογικές θητείες. Ως προς τη βιωσιμότητα, η κύρια διαπίστωση είναι ότι δεν αποτελεί τεχνικό αλλά διοικητικό ζήτημα. Η ύπαρξη ψηφιακών εφαρμογών που δημιουργήθηκαν αλλά δεν διατηρήθηκαν μετατρέπει αυτό το ζήτημα από θεωρητικό σε τεκμηριωμένη εμπειρική πρόκληση. Ο τριπλός πυλώνας βιωσιμότητας που προτείνει η παρούσα εργασία, χρηματοδοτική σταθερότητα, θεσμική συνέχεια και πανεπιστημιακή συνεργασία, αντιμετωπίζει την πρόκληση αυτή συστηματικά και με εμπειρική τεκμηρίωση.

Αναφορικά με το τέταρτο ερώτημα για τη δυνατότητα της ψηφιακής διαδρομής να λειτουργήσει ως εργαλείο city branding και επανοικειοποίησης της ιστορικής ταυτότητας, τα ευρήματα ήταν ομόφωνα και κατηγορηματικά. Η Θήβα κατέχει μυθολογικό brand name παγκόσμιας εμβέλειας, το οποίο, όπως επισήμανε ο Δήμαρχος, παραμένει σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτο. Η ψηφιακή διαδρομή αντιμετωπίζεται ως ο μηχανισμός που μετατρέπει τον αστικό χώρο από χώρο διέλευσης σε χώρο εμπειρίας σύμφωνα και με την λογική της Ανταγωνιστικής Ταυτότητας κατά Anholt (2007). Ιδιαίτερο βάρος απέκτησε η διάσταση της εσωτερικής επανοικειοποίησης. Οι πολιτιστικοί φορείς συμφωνούν ότι η εφαρμογή δεν σχεδιάζεται για τους τουρίστες αλλά πρωτίστως για τους κατοίκους που αδυνατούν να εντοπίσουν στον χάρτη τοπόσημα της δικής τους ιστορίας. Αυτό αντιστοιχεί ακριβώς στον ρόλο που ο Kavaratzis (2004) αναθέτει στους κατοίκους ως ενεργούς φορείς διαμόρφωσης της ταυτότητας του τόπου. Η «σφραγίδα» που

αναζητούν οι συμμετέχοντες δεν είναι λογότυπο, είναι αφηγηματική ταυτότητα που εκφράζεται μέσα από τη βιωματική σχέση με την ιστορία και το παρόν της πόλης. Η προτεινόμενη ψηφιακή διαδρομή επιχειρεί να μεταφράσει αυτή την ανάγκη σε πράξη, ενοποιώντας τα εννέα τοπόσημα σε ένα αναγνώσιμο σύνολο που διαπερνά κάθε εκδήλωση της πόλης με συνέπεια.

Η παρούσα εργασία αναγνωρίζει τους περιορισμούς που απορρέουν από τη μεθοδολογική της επιλογή. Η ποιοτική μεθοδολογία με πέντε ημιδομημένες συνεντεύξεις, αν και εξασφαλίζει βαθύτητα ανάλυσης, δεν επιτρέπει στατιστική γενίκευση. Τα συμπεράσματα έχουν ισχύ για το συγκεκριμένο πλαίσιο της Θήβας και τα συγκεκριμένα κοινά που εκπροσωπήθηκαν. Επιπλέον η εφαρμογή αναπτύχθηκε σε επίπεδο σχεδιασμού. Η τεχνολογική υλοποίηση της AR εφαρμογής, η αρχαιολογική τεκμηρίωση κάθε ψηφιακής ανακατασκευής και η τελική διαπραγμάτευση με τους θεσμικούς εταίρους παραμένουν ανοικτά πεδία για επόμενο στάδιο. Ως προς τη δηλωθείσα τριγωνοποίηση, η διασταύρωση των πρωτογενών δεδομένων με τα δευτερογενή έγγραφα πολιτικής εφαρμόστηκε επιλεκτικά και κυρίως για την επιβεβαίωση της ύπαρξης θεσμικών κειμένων, χωρίς συστηματική ανά εύρημα αντιπαραβολή. Αυτό απορρέει από τη φύση της ποιοτικής μεθοδολογίας με μικρό δείγμα και αποτελεί πεδίο που μελλοντική έρευνα με ευρύτερη πρόσβαση σε αρχειακό υλικό θα μπορούσε να εμβαθύνει.

Τέλος η απουσία μέτρησης της πραγματικής χρήσης και αποδοχής της εφαρμογής από αντιπροσωπευτικό δείγμα δυνητικών χρηστών αποτελεί περιορισμό που η μελλοντική έρευνα οφείλει να αντιμετωπίσει.

Ένας επιπλέον μεθοδολογικός περιορισμός αφορά τη διατύπωση του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος. Ο άξονας Β του οδηγού συνέντευξης εισήγαγε ρητά την Επαυξημένη Πραγματικότητα ήδη από την ονομασία (Ψηφιακές Τεχνολογίες & AR) και η ερώτηση B1 διερευνούσε την αποδοχή της AR συγκεκριμένα, χωρίς να ζητά από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν ελεύθερα μεταξύ εναλλακτικών τεχνολογιών. Αν και η ομόφωνη αποδοχή της Επαυξημένης Πραγματικότητας στηρίζεται σε βάσιμα επιχειρήματα, είναι σωστό να αναγνωρίσουμε ότι η ίδια η διατύπωση του ερωτήματος ίσως έπαιξε τον ρόλο της στο αποτέλεσμα. Αυτό δεν αναιρεί την εγκυρότητα του ευρήματος, καθώς κανείς συμμετέχων δεν αμφισβήτησε την επιλογή, όμως σημαίνει ότι αυτή η ομοφωνία δεν προέκυψε από ανοιχτή σύγκριση επιλογών. Μελλοντική έρευνα που θα θέτει ερωτήσεις τεχνολογικής επιλογής με ουδέτερο τρόπο θα μπορούσε να επαληθεύσει ή να αποχρωματίσει αυτό το εύρημα.

Παρά τους περιορισμούς αυτούς, η παρούσα εργασία συμβάλει στη συζήτηση για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς σε τρία επίπεδα. Πρώτον, συνδέει τρία θεωρητικά πλαίσια που

αντιμετωπίζονται συνθετικά, τη θεωρία δημιουργικής πόλης, τις ψηφιακές τεχνολογίες AR και τη θεωρία place branding, αναδεικνύοντας ότι η σύνδεσή τους προσφέρει ερμηνευτικά εργαλεία για την κατανόηση σύνθετων αστικών πολιτιστικών προκλήσεων. Δεύτερον, προσφέρει έναν εμπειρικά θεμελιωμένο χάρτη των εμποδίων που αντιμετωπίζει κάθε παρόμοια πρωτοβουλία σε ελληνικές πόλεις με ιστορικό απόθεμα ενσωματωμένο στον ζωντανό αστικό ιστό. Τρίτον, αναπτύσσει μια ολοκληρωμένη και υλοποιήσιμη πρόταση που αξιοποιεί την υπάρχουσα θεσμική συγκυρία και τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία.

Η κεντρική θέση που αναδύεται από το σύνολο της εργασίας είναι ότι η Θήβα διαθέτει ήδη όλα εκείνα τα υλικά για να γίνει ένας από τους σημαντικότερους πολιτιστικούς προορισμούς του ελλαδικού χώρου. Το ζητούμενο δεν είναι η εφεύρεση νέων πόρων αλλά η ενεργοποίηση αυτών που υπάρχουν μέσα από στρατηγικό και συμμετοχικό σχεδιασμό. Η προτεινόμενη ψηφιακή πολιτιστική διαδρομή «Στα Μονοπάτια της Επτάφυλλης Θήβας» αναλαμβάνει αυτόν το ρόλο, γεφυρώνοντας το χάσμα ανάμεσα στην φήμη και στην πραγματική εμπειρία, και μετατρέποντας τον νοητό χώρο σε βιωμένο κατά τον Lefebvre (1991). Δεν αποτελεί πανάκεια, αλλά ένα πρώτο συνεκτικό βήμα που απαιτεί θεσμική συνέχεια, και μακροπρόθεσμη πολιτική δέσμευση για να αποδώσει.

7.2 Μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις

Η παρούσα εργασία ως πρόταση σχεδιασμού και όχι μελέτη υλοποίησης, αφήνει ανοιχτά πεδία που χρήζουν περαιτέρω ερευνητικής διερεύνησης. Οι κατευθύνσεις αυτές δεν αποτελούν παραλείψεις αλλά φυσική συνέχεια της εργασίας, σύμφωνα με την ακαδημαϊκή πρακτική του να ορίζει κανείς τα όρια της έρευνάς του και να υποδεικνύει τι μένει να γίνει (Creswell, 2014).

Το πρώτο ζήτημα που προκύπτει είναι η διεύρυνση της διαδρομής. Αν και τώρα η πρότασή κινείται γύρω από εννέα σημεία μέσα στην πόλη της Θήβας, η έρευνα μας έδειξε πως υπάρχουν και άλλα που έμειναν εκτός αλλά αξίζουν τη θέση τους. Μιλάμε για το Ιερό των Καβείρων, τον αρχαιολογικό χώρο Ακραιφνίου, τις Πλαταιές. Αν τα εντάξουμε στο μέλλον, η διαδρομή δεν θα περιορίζεται πια στο αστικό κέντρο. Θα ανοιχτεί προς την περιφερειακή Βοιωτία, δημιουργώντας πραγματικούς δεσμούς ανάμεσα σε αρχαιολογικούς χώρους που σήμερα μοιάζουν αποκομμένοι. Αυτή η λογική ακολουθεί τις διεθνείς τάσεις για ψηφιακά δίκτυα πολιτισμού σε περιφερειακή κλίμακα, όπως υποστηρίζουν οι Graf & Popescu (2016).

Το δεύτερο πεδίο αφορά το πώς θα καταλάβουμε αν η εφαρμογή όντως «δουλεύει» και προσφέρει κάτι ουσιαστικό. Μόλις το στήσουμε, πρέπει να βγούμε στον κόσμο και να μετρήσουμε αντιδράσεις. Χρειαζόμαστε μια έρευνα με πραγματικούς χρήστες για να δούμε αν η εφαρμογή τους φάνηκε χρήσιμη και αν την έμαθαν εύκολα, βασιζόμενοι στο Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας του Davis (1989). Το ζητούμενο, όμως, δεν είναι μόνο τα νούμερα. Θέλουμε να δούμε αν αλλάζει κάτι μέσα τους αν δηλαδή νιώθουν πλέον πιο κοντά στην ιστορία της πόλης. Είναι μια κίνηση απαραίτητη, αφού όπως παρατηρούν οι Kargas, Varoutas & Loumos (2018), σπάνια μπαίνουμε στον κόπο να αξιολογήσουμε στην πράξη πως οι εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας επηρεάζουν τελικά τον επισκέπτη σε έναν αρχαιολογικό χώρο.

Το τρίτο πεδίο αφορά τη μέτρηση της κοινωνικής επίδρασης της εφαρμογής στη σχέση των κατοίκων με την κληρονομιά τους. Το εύρημα της αμφιθυμίας των κατοίκων απέναντι στην κληρονομιά τους χρειάζεται διαχρονική παρακολούθηση. Ερευνητικό ερώτημα που παραμένει ανοιχτό είναι κατά πόσο η ενεργός χρήση της εφαρμογής από τοπικά κοινά μεταβάλλει μετρήσιμα τη σχέση τους με τον ιστορικό χώρο. Μια τέτοια μελέτη θα μπορούσε να επαληθεύσει ή να αμφισβητήσει εμπειρικά τη θεωρητική πρόβλεψη του Smith (2006) σε ελληνικό αστικό πλαίσιο.

Το τέταρτο πεδίο, αφορά τη δυνατότητα αξιοποίησης τεχνητής νοημοσύνης δημιουργώντας μια εφαρμογή η οποία να διαβάζει τον χρήστη και να αλλάζει το αφήγημα ανάλογα με το προφίλ στο πεδίο γνώσης, γλώσσας και ηλικίας. Ένα στοίχημα που ενώνει την ψηφιακή κληρονομιά με τις νέες δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης, καθώς η τεχνολογία AI μας επιτρέπει τη δημιουργία εξατομικευμένων πολιτιστικών εμπειριών (Wang et al, 2024).

Η παρούσα εργασία ξεκίνησε από μια απλή παρατήρηση στον αστικό ιστό, ότι η Θήβα, πόλη με την βαθύτερη μυθολογική ταυτότητα στον δυτικό πολιτισμό, διαθέτει ένα δυναμικό πολιτιστικό απόθεμα που δεν έχει ακόμα αναδειχθεί στο σύνολό του. Η εμπειρικά τεκμηριωμένη απάντηση της έρευνας είναι ότι η αναζωογόνησή του δεν απαιτεί νέα θαύματα αλλά την σύνδεση όσων υπάρχουν ήδη μέσα από ένα συνεκτικό αφήγημα, ένα αξιόπιστο εργαλείο και μια διαρκή θεσμική βούληση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αραβαντινός Β. (2010). Το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών. Αθήνα: Ολκός-Ίδρυμα Λάτση.

Ασταρά Ο. Ε. (2014). Ο πολιτισμός ως τέταρτος πυλώνας βιώσιμης ανάπτυξης. Περιοδικό Βιώσιμη Ανάπτυξη, Πολιτισμός, Παραδόσεις Τεύχος 2015/2

Αυδίκος Β. (2014). Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα. Αθήνα : Επίκεντρο.

Βουγλάνης Τ. & Μανώλα Μ. (2025). Ο ρόλος των πολιτιστικών διαδρομών στην βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη πόλεων και περιφερειών. Περιοδικό Βιώσιμη Ανάπτυξη, Πολιτισμός, Παραδόσεις 3.

Γκαντζιάς Γ. & Κορρές Γ. (2011), Πολιτιστική οικονομία και χορηγίες. ΕΑΠ, ΠΑΤΡΑ 2011.

Δήμος Θηβαίων (2026). Τεχνικό Πρόγραμμα 2026.

Δήμος Θηβαίων (2024). Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Θηβαίων, Στρατηγικός Σχεδιασμός 2024-2027. (ΑΔΑ: 6ΕΤ8ΩΡΜ-ΔΨΦ).

Δέφνερ Α. & Καραχάλης Ν. (2012). Marketing & Branding του τόπου: Η διεθνής εμπειρία και η ελληνική πραγματικότητα. Βόλος : Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Θρουμολοπούλου Σ. & Τσατήρα Μ. (2012). Θήβα: Οι αρχαίες δομές ως μέσο ανάπλασης της σύγχρονης πόλης. <https://dspace.lib.ntua.gr/xmlui/handle/123456789/6265>

Ίσαρη Φ. & Πούρκος Μ. (2015). Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας. Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα (Κάλλιπος).

Καβαρατζής Μ. (2008). Από το μάρκετινγκ πόλης στο branding της πόλης: Μια διεπιστημονική ανάλυση. Groningen: University of Groningen.

Καραβασίλη Μ. & Μικελάκης Ε. (1999). Πολιτιστικές διαδρομές: Προς μία ερμηνευτική του πολιτισμικού τοπίου με αναπτυξιακή προοπτική. Αρχαιολογία και Τέχνες, 71, 82-86.

Καραχάλης Ν. (2015). Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση. Στο Πούλιος Ι. κ. α. Πολιτισμική διαχείριση τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη. Αθήνα : Κάλλιπος.

- Καραχάλης Ν. (2017). Η ανάδειξη του τοπικού πολιτισμού ως το κύριο στοιχείο ταυτότητας των πόλεων και η συζήτηση για το μάρκετινγκ πόλης στην Ελλάδα. Γεωγραφίες, 30, σελ. 30-40.
- Καρυάτη Ε. (2021). Επαυξημένη Πραγματικότητα στο πλαίσιο της Ψηφιακής Αφήγησης. doi: [10.12681/afiinmec.25496](https://doi.org/10.12681/afiinmec.25496)
- Κουρή Μ. (2010). Πολιτισμός, Τουρισμός και η Πρόκληση της Αειφορίας. Στο Πρακτικά 16^{ου} Επιστημονικού Συνεδρίου ΣΕΠ, Αθήνα : Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.
- Κουρή Μ. (2020). Ανάπτυξη κοινού και πολιτιστική διαχείριση. Αθήνα Παπαζήσης.
- Κουρή Μ. (2023). Διαχείριση και ανάπτυξη κοινού. Εκδόσεις ΔΙΣΙΓΜΑ.
- Κουρούνη Ι. (2016). Ο Νερόμυλος και η αποθήκη Βυλλιώτη στην Πλατεία Αγ. Θεοδώρων στη Θήβα. Διπλωματική εργασία Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών.
- Μαντζούκας Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα. Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση. Νοσηλευτική, 4(1), 88-98.
- Μάσχα Ε. (2015). Πολιτισμός και κοινωνική ενσωμάτωση. Στο : Πούλιος Ι. κ.α. Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη. Αθήνα: Κάλλιπος.
- Μεταξάς Θ. (2010). Ο πολιτισμός ως εργαλείο αστικής ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας: η διαδικασία του μάρκετινγκ των πόλεων. Το βήμα των κοινωνικών επιστημών, τόμος ΙΕ, τεύχος 58 2010.
- Μητούλα Ρ. (2023). Βιώσιμη Οικονομική Περιφερειακή Ανάπτυξη. Αθήνα : Εκ. Παπαζήση.
- Μωραΐτης Κ. (2012). Το τοπίο ως πολιτιστικός προσδιορισμός.
- Οικονομική Επιτροπή Δήμου Θηβαίων (2022). Προμήθεια λογισμικού για τον ψηφιακό μετασχηματισμό του Δήμου Θηβαίων. Απόφαση 350/2022 (ΑΔΑ: 9ΙΖ2ΩΡΜΖΤΜ).
- Παπαγεωργίου-Βενετάς Α., (2004), Ο Αθηναϊκός περίπατος και το ιστορικό τοπίο των Αθηνών. Αθήνα: Καπόν
- Παπαδόπουλος Δ. (2020), Πολιτιστική διαχείριση και νέες τεχνολογίες. Στο: Εισαγωγή στη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς, επι. Λεκάκης Σ. & Πάντζου Ν. Εκ. Ασίνη, Αθήνα 2020.

Παπαδοπούλου Μ. (2021). Δημόσιες/Δημοτικές Βιβλιοθήκες. Η επικοινωνιακή στρατηγική τους για την προσέλκυση κοινού. Προτάσεις για εφαρμογή καλών πρακτικών στη Δημοτική Βιβλιοθήκη Θήβας. Διπλωματική εργασία, ΕΑΠ, Τμήμα Διοίκησης Πολιτισμικών Μονάδων.

Παπαχατζή Ν. Δ. (1981). Πausanίου Ελλάδος Περιηγήσεις. Βιβλία 9 και 10: Βοιωτικά και Φωκικά. Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών.

Παρασκευά Δ. (2020). Πολιτισμική ταυτότητα και τοπικοί συσχετισμοί: Το παράδειγμα της Βοιωτίας (SPHINX). Διδακτορική διατριβή. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών.

Πασχαλίδης Γ. (2002). Πολιτισμός και Ανάπτυξη. Στο : Πολιτιστική Διαχείριση, Πάτρα : ΕΑΠ.

Πούλιος Ι. (2015). Διαχείριση Υλικής Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Στο : Πούλιος Ι. κ.α. Πολιτισμική διαχείριση τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη. Αθήνα : Κάλλιπος.

Πούλιος Ι. & Τουλούπα Σ. (2020), Τουρισμός και πολιτιστική διαχείριση. Στο: Εισαγωγή στη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς, επι. Λεκάκης Σ. & Πάντζου Ν. Εκ. Ασίνη, Αθήνα 2020.

Σαραντάκου Ε. & Καραχάλης Ν. (2024). Σχεδιασμός και διαχείριση τουριστικών προορισμών. Αθήνα : Εκ. Κριτική.

Συλαίου Σ. (2025), Μουσεία, Ψηφιακότητα και Πολιτισμός. Εκ. ΚΑΛΛΙΠΟΣ.

Τσουρβάκας Γ. (2012). Μάνατζμεντ επικοινωνιακών και πολιτιστικών οργανισμών. UNIVERSITY STUDIO PRESS, ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2012.

Χαραμή Α.(2017). Το Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών. Αρχαιολογία Online Ανακτήθηκε από <https://www.archaiologia.gr>

Ξενόγλωσση

- Aitken R. & Campelo A. (2009). The Four R's of Place Branding. ANZMAC 2009 Conference Proceedings, University of Otago.
- Andersson A. E. (1985). Creativity and regional development, Papers in Regional Science, 56(1), pp. 5-20.
- Anholt S. (2007), Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan.
- Anholt S. (2010). Place: Identity, Image and Reputation. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Aljasmi M. & Alobaid A. (2018). The Cultural Impact on User Interface Design: The Case of e-Government services of Kingdom of Bahrain November 2018 DOI:[10.1109/3ICT.2018.8855739](https://doi.org/10.1109/3ICT.2018.8855739)
- Azuma R. T. (1997), A Survey of Augmented Reality, Presence: Teleoperators and Virtual Environments. 6(4), 355-385. DOI:[10.1162/pres.1997.6.4.355](https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355) Corpus ID: 469744
- Azuma R. (2015). Location-based storytelling and AR. Chapter 11 in 2nd Edition of Fundamentals of Wearable Computers and Augmented Reality, Woodrow Barfield, (editor), CRC Press, August 2015, pp. 259-276. August 2015 DOI: [10.1201/b18703-15](https://doi.org/10.1201/b18703-15)
- Arnstein S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation, Journal of the American Institute of Planners, 35(4), 216-224. DOI: <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Arslan E. (2022), Validity and Reliability in Qualitative Research. Pamukkale University Journal of Sciences Institute.
- Babbie E. (2011). Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα. Αθήνα: Κριτική.
- Bacsi Z. (2020). Creative Regions and Sustainable Development Tourism, Research Journal of Economics.
- Boddy C. R. (2016). Sample size for qualitative research. Qualitative Market Research: An International Journal, 19(4), 426-432.
- Bowen G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27-40. DOI: [10.3316/QRJ0902027](https://doi.org/10.3316/QRJ0902027)
- Braun V. & Clarke V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101. DOI:[10.1191/1478088706qp063oa](https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa)

- Braun E., Kavaratzis M., Zenker S., (2010). My city-my brand: The different roles of residents in place branding. My city - my brand: The different roles of residents in place branding March 2013 [Journal of Place Management and Development](#) 6(1) DOI: [10.1108/17538331311306087](#)
- Brinkmann S. & Kvale S. (2015). Interviews the Craft of Qualitative Research Interviewing. 3^η έκδοση SAGE.
- Bryman A. (2016). Social Research Methods. 5^η έκδοση, Oxford: Oxford University Press.
- Brundtland G. H. (1987). Our Common Future. World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford University Press.
- Cameron F. & Kenderdine (2007). Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse. MIT Press.
- Cartledge P. (2024). Θήβα, η ξεχασμένη πόλη της αρχαίας Ελλάδας. ΕΚ. ΨΥΧΟΓΙΟΣ, Αθήνα 2024.
- Council of Europe (2019). Cultural Routes of the Council of Europe: Leaflet Strasbourg.
- Garcia, B. (2005). Deconstructing the City of Culture: The Long-Term Cultural Legacies of Glasgow 1990. Urban Studies, 42(5-6), 841-868.
- Creswell J. W. (2013). Qualitative and Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Creswell J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 4^η έκδοση. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Davis F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340. September 1989 DOI: [10.2307/249008](#)
- Deterding S. et al. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification DOI: [10.1145/2181037.2181040](#)
- Denzin N. & Lincoln Y. (2011). Qualitative Research. 4^η έκδοση. SAGE.
- Graf M. & Popescu J. (2016). Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development. International Journal of Cultural and Digital Tourism Volume 3, Number 1, Spring 2016 Copyright © IACUDIT ISSN (Online): 2241-9705 ISSN (Print): 2241-973X
- ICOMOS (1999), International Cultural Tourism Charter.

ICOMOS (2008). The ICOMOS Charter on Cultural Routes Quebec: ICOMOS.

ICOMOS (2011), Principles of Seville-International Principles of Virtual Archaeology.

Emmanouilidis et al., (2013). Supporting Cultural Route sustainability via innovative digital heritage applications and services January 2013. In book: Manual of Wise Management, Preservation, Reuse and Economic Valorisation; of Architecture, of Totalitarian Regimes, of the 20th Century ed. Publisher: ATRIUM, South East Europe Transnational Cooperation Programme.

Evans G. (2009), Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy

Florida R. (2002), The Rise of the Creative Class. New York Basic Books.

Golafshani N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. The Qualitative Report. DOI: [10.46743/2160-3715/2003.1870](https://doi.org/10.46743/2160-3715/2003.1870)

Harvey D. (2009). The Condition of Postmodernity. Oxford: Blackwell.

Hawkes J. (2001), The Fourth Pillar of Sustainability, Culture's essential role in public planning. City of Melbourne

Heidegger M. (2008). Κτίζειν ,Κατοικεῖν, Σκέπτεσθαι. Τίτλος πρωτοτύπου: «Bauen Wohnen Denken». ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΛΕΘΡΟΝ.

Helms M. M. & Nixon J. (2010). Exploring SWOT analysis-where are now? Journal of Strategy and Management 3(3), 215-251.

Hunicke R., LeBlanc M., & Zubek R., (2004), MDA: A formal approach to game design and game research.

Kargas A., Varoutas D., Loumos G., (2018), Augmented and Virtual Reality Technologies in Cultural Sector: Exploring their usefulness and the perceived ease of use.

Kargas A., Loumos G., Mamakou I., Varoutas D., (2022), Digital Routes in Greek History's Paths March 2022 [Heritage](https://doi.org/10.3390/heritage5020041) 5(2):742-755 DOI: [10.3390/heritage5020041](https://doi.org/10.3390/heritage5020041)

Kargas A. & Loumos G. (2023). Cultural Industry's Strategic Development: Reaching International Audience by Using Virtual Reality and Augmented Reality Technologies June 2023 [Heritage](https://doi.org/10.3390/heritage6060246) 6(6):4640-4652 DOI: [10.3390/heritage6060246](https://doi.org/10.3390/heritage6060246)

Kavaratzis M. (2004), From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. *Place Branding* 1, 58-73.

Kavaratzis M. & Ashworth G. J. (2005), City Branding: An Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 96, 506-514.

Karachalis N., Deffner A., Metaxas T., (2013), Place/City Marketing and Branding in Greece: Theory, Practice and Teaching a Multidisciplinary Subject

Knott E. et al. (2022). Interviews in the Social Sciences. *Natural Reviews Methods Primers*. DOI: 10.1038/s43586-022-00150-6.

Kunzmann K. R. (2004). Cultural Creativity and Spatial Planning, *Town Planning Review*.

Landry C. & Bianchini F. (1995), *The creative city, DEMOS COMEDIA*

Landry C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.

Lefebvre H. (1968/2006). *Δικαίωμα στην πόλη-Χώρος και πολιτική* (μτφρ). Αθήνα: ΚΟΥΚΚΙΔΑ. (έτος πρωτότυπης έκδοσης 1968).

Lefebvre H. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.

Lynch K. (1960). *The Image of the City*. MIT Press.

London Charter (2009), *London Charter for the Computer based Visualization of Cultural Heritage*.

Lochmiller C. R. (2021). *Conducting Thematic Analysis with Qualitative Data. The Qualitative Report*. DOI: [10.46743/2160-3715/2021.5008](https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.5008)

Majdoub W. (2009). Cultural Routes: an innovating tool for creative tourism. *Management International Conference - MIC 2009- Sousse Tunisia 25-28 November 2009* Pages 1841-1854

Manovich L. (2006). *The Poetics of Augmented Space*. *Visual Communication*, 5(2).

Manovich L. (2017). *AI Aesthetics*. Strelka Press.

Merriam S. & Tisdell E. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. 4^η έκδοση. Jossey-Bass.

Milgram P., Takemura H., Utsumi A., & Kishino F. (1994), *Augmented Reality: A Class of Displays on the Reality-Virtuality Continuum*. *SPIE Proceedings* Vol. 2351.

Miller T. et al. (2014), The future of sustainability science: a solutions-oriented research agenda. Lund University

Mooney, G. (2004). *Cultural Policy as Urban Transformation? Critical Reflections on Glasgow, European City of Culture 1990*. Local Economy, 19(4), 327-340.

Christian Norberg-Schulz C. (1980). Genius Loci: Το πνεύμα του τόπου. Για μια φαινομενολογία της αρχιτεκτονικής. Πανεπιστημιακές Εκ. ΕΜΠ.

Wang H., et al. (2024), Gamifying cultural heritage: Exploring the potential of immersive virtual exhibitions. Gamifying cultural heritage: Exploring the potential of immersive virtual exhibitions June 2024 Telematics and Informatics Reports 15(2):100150 DOI: [10.1016/j.teler.2024.100150](https://doi.org/10.1016/j.teler.2024.100150)

Warnaby G. (2009). Towards a service-dominant place marketing logic. Marketing Theory, 9(4), pp. 403-423.

Zukin S. (2010). Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places. Oxford University Press.

UNESCO (2003), Charter on the Preservation of the Digital Heritage

Patton M. Q. (2002). Qualitative Research & Evaluation Methods. 3^η έκδοση. SAGE.

Pratt A. (2010). Creative Cities: Tensions within and between Social, Cultural and Economic Development, City, Culture and Society.

Sanchez M. A. (2015). Integrating sustainability issues into project management, Journal of Cleaner Production. April 2015 Journal of Cleaner Production 96:319-330 DOI: [10.1016/j.jclepro.2013.12.087](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.12.087)

Sauer C. (1963). Η Μορφολογία του Τοπίου. Στο Leighly J. Land and Life: A Selection from the Writings of Carl Ortwin Sauer. Berkeley 1963, University of California Press.

Simmel G. (1913). Φιλοσοφία του τοπίου. Στο Simmel, Ritter, Gombrich, «Το τοπίο», 2004, Αθήνα, Εκδόσεις ΠΟΤΑΜΟΣ.

Silverman D. (2016). Qualitative Research. 4^η έκδοση. SAGE.

Stenbacka C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. Management Decision 39(7), 551-555.

Smith L. (2006). *Uses of Heritage* Routledge.

Symeonoglou S. (1985). *The Topography of Thebes from the Bronze Age to Modern Times*. Princeton: Princeton University Press.

Ritter J. (1963). Το τοπίο. Η λειτουργία του αισθητικού στη νεωτερική κοινωνία. Στο Simmel, Ritter, Gombrich, «Το τοπίο», 2004», Αθήνα, Εκδόσεις ΠΟΤΑΜΟΣ.

Yencken D. (1988). The Creative City. Δημοσιεύτηκε στο Meanjin, 47(4), 597-608.
<https://meanjin.com.au/essays/the-creative-city/>

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών (mthv.gr). Ανακτήθηκε 2025, από <https://www.mthv.gr>

Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας (ΕΦΑ Βοιωτίας). Ηλέκτρες Πύλες. Αρχαιολογικά δεδομένα ανασκαφών. Ανακτήθηκε από <https://www.mthv.gr/el/pera-apo-to-mouseio/>

https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/inline/2018-08-06_Policy_brief_on_digital_technologies.pdf

<https://culture.ec.europa.eu/policies/strategic-framework-for-the-eus-cultural-policy>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cultural-heritage>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/eu-report-calls-member-states-accelerate-digitisation-cultural-heritage>

<https://digitalstrategy.gov.gr/>

<https://digitalculture.gov.gr/2021/04/o-psifiakos-metasmichatismos-tou-ipourgioy-politismou-ke-athlitismou/>

ΥΠΠΟΑ/ΟΔΑΠ (2026). Hellenic Heritage. Πλατφόρμα ψηφιακών εφαρμογών πολιτιστικής κληρονομιάς. Ανακτήθηκε από <https://www.hh.gr/>

<https://thiva.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%AD%CE%B4%CE%B5%CE%B9%CE%BE%CE%B1%CE%BD-%CF%84%CE%B1-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1/>

<https://thiva.gr/%CF%84%CE%B9-%CE%AD%CE%B4%CE%B5%CE%B9%CE%BE%CE%B1%CE%BD-%CF%84%CE%B1-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1/>

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young_people_-_digital_world

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240222-1>

<https://www.mythsformodernity.com/authorized-heritage-discourse-laurajane-smith>

<https://www.lawspot.gr/nomothesia/n-4708-2020/arthro-20-nomos-4708-2020-rythmiseis-shetika-me-tin/>

<https://www.e-nomothesia.gr/kat-arxaiotites/koine-upourgike-apophase-356481-254593-7509-2927-2019.html>

Chaliakopoulos A. (2026). Authorized Heritage Discourse (AHD): Why Heritage Is Not What You Think Myths for Modernity. Ανακτήθηκε 19 Μαρτίου 2026 από <https://www.mythsformodernity.com/authorized-heritage-discourse-laurajane-smith>

Eurostat (2024). Digital economy and society statistics-households and individuals. European Commission.

https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

Ν. 3028/2002. Για την Προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. ΦΕΚ Α΄ 153/28.6.2002.

ΔΙΑΖΩΜΑ (2024). Πρόγραμμα «ΠΟΛΙΣ», Η πόλη της Θήβας. Σωματείο ΔΙΑΖΩΜΑ.

Ανακτήθηκε από <https://diazoma.gr/cultural-routes/πρόγραμμα-πολις-η-πόλη-της-θήβας/>

Παράρτημα Α : Πίνακας Θεματικής Κωδικοποίησης

Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει το σχήμα θεματικής κωδικοποίησης της ποιοτικής έρευνας. Οι συμβολισμοί που χρησιμοποιούνται έχουν ως εξής: Θ1-Θ8: οι οκτώ θεματικοί κώδικες που αναδύθηκαν από την θεματική ανάλυση κατά Braun & Clarke (2006). ΕΕ1-ΕΕ4: τα τέσσερα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας (βλ. ενότητα 4.1). Ερωτήσεις αναφοράς: οι κωδικοί των ερωτήσεων του οδηγού συνέντευξης (Α1-Α2, Β1-Β3, Γ1-Γ2, Δ1-Δ3) που τροφοδότησαν τον εκάστοτε θεματικό κώδικα (βλ. παράρτημα Β). Σ1-Σ5: οι πέντε συμμετέχοντες στις ημιδομημένες συνεντεύξεις: Σ1: εκπρόσωπος εφορείας αρχαιοτήτων Βοιωτίας, Σ2: εκπρόσωπος ένωσης Μικρασιατών Θήβας, Σ3: εκπρόσωπος ΘΗΠΕΘΕ, Σ4: εκπρόσωπος πολιτιστικού συλλόγου ΛΑΪΟΣ, Σ5: Δήμαρχος Θηβαίων. Τα ευρήματα αποδίδονται παραφρασμένα με διατήρηση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων.

Πίνακας Α.1: Σχήμα Θεματικής Κωδικοποίησης και Ευρήματα Σ1-Σ5

Κωδικός	Θεματικός Κώδικας	ΕΕ & Ερωτήσεις Αναφοράς	Θεματικοί Δείκτες	Σ1 (Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας)	Σ2 (Ένωση Μικρασιατών Θήβας)	Σ3 (ΘΗΠΕΘΕ)	Σ4 (ΛΑΪΟΣ)	Σ5 (Δήμαρχος Θηβαίων)
Θ1	Αποσπασματικότητα μνημείων και κενό ανάδειξης	ΕΕ1 (Α1, Α2)	Τρέχουσα ορατότητα μνημείων στον αστικό ιστό — ύπαρξη μελετών ανάδειξης — φυσικά και θεσμικά εμπόδια πρόσβασης — επάρκεια σήμανσης	Μελέτες 2023-24 έτοιμες (Καδμείο, Ηλέκτρες, οίκημα Ζιώμα) εκκρεμούν στο ΚΑΣ. Μνημεία διάσπαρτα λόγω διαχρονικής κατοίκησης.	Ανεπαρκής ανάδειξη παρά το απόθεμα. Ελλιπής σήμανση, φωτισμός. Αρχαία Κόρινθος ως παράδειγμα.	Δεν υπάρχει οργανωμένο σχέδιο. Ανεκμετάλλετοι χώροι: Αμφίον, Καβείριο, Μοσχοπόδι.	Τα μνημεία ουσιαστικά δεν αναδεικνύονται. Εκτός Μουσείου τίποτα ουσιαστικό. «Λείπει το όραμα».	Δομικό εμπόδιο: πόλη χτισμένη πάνω στα αρχαία. Σε εξέλιξη: διαδρομή Μοσχοποδίου, Κέντρο Τουριστικής Προβολής.
Θ2	Κενό φήμης-πραγματικότητας	ΕΕ1, ΕΕ4 (Α1, Α2, Δ1, Δ3)	Επισκεψιμότητα και διάρκεια παραμονής — εμπειρία επισκέπτη μετά το Μουσείο — αντιστοιχία φήμης-βιωμένης εμπειρίας — δυνατότητες city branding	Επισκέπτες: μόνο στο Μουσείο και φεύγουν. Εφορεία έχει διαδρομή με πινακίδες αλλά χώροι μη προσβάσιμοι.	Μετά το Μουσείο οι επισκέπτες φεύγουν προς Χαλκίδα, Ορχομενό, Λιβαδειά. Ανεκμετάλλετοι ο προσφυγικός συναισθήματος.	Γερμανός σκηνοθέτης ήρθε για Βάκχες, είδε παζάρι γουρουνιών. Δεν υπάρχουν βασικές υποδομές.	Ποτέ δεν δημιουργήθηκε σοβαρή στρατηγική. Ο μύθος παγκοσμίως φορτισμένος — αλλά αναξιοποίητος.	Δεν έχει γίνει προσπάθεια να παρουσιαστεί το προϊόν. Σοβαρό brand name αναξιοποίητο.
Θ3	AR ως εργαλείο ψηφιακής αφήγησης	ΕΕ2 (Β1, Β2, Β3)	Βαθμός αποδοχής τεχνολογίας AR — επιστημονικές προϋποθέσεις ψηφιακής αναπαράστασης — επιθυμητό είδος περιεχομένου — σχέση ψηφιακής εμπειρίας και φυσικού χώρου	Θετική αποδοχή. Επιστημονική τεκμηρίωση υποχρεωτική. AR ως συμπληρωματικό — όχι υποκατάστατο.	Έντονα θετική. Η AR ως εμπειρία που ζωντανεύει το μνημείο.	Θετική. Προηγείται η γνώση, η ψηφιακή οπτικοποιεί. AR ως θεατρική πράξη.	Θετική — μονόδρομος. Αναφορά VR Μυκηναϊκής Θήβας εκτός λειτουργίας.	Θετική. Τεχνολογία δεν αντικαθιστά — ζωντανεύει. Ιδανικά σημεία: Καδμείο, Ηλέκτρες.
Θ4	Θεσμικό πλαίσιο και αδειοδότηση	ΕΕ2, ΕΕ3 (Β3, Γ1)	Απαιτήσεις αδειοδότησης ανά μνημείο (ν. 3028/2002) — ρόλος ΚΑΣ — ύπαρξη διαχειριστικού σχεδίου — δυνατότητα σταδιακής υλοποίησης	Έγκριση ανά μνημείο. ΚΑΣ υποχρεωτικό. Υπάρχει διαχειριστικό σχέδιο (ΥΠΠΟ). Σταδιακή υλοποίηση εφικτή.	Ανάγκη κρατικού φορέα κατευθύνσεων. Τακτική σύμβαση με επιστήμονες.	Εφορεία δεν μπορεί να παρακάμψει. Παράδειγμα Καβείριο: άρνηση — αργότερα εγκρίθηκε.	Ανάγκη συνεργασίας Κεντρικής Διοίκησης- Αυτοδιοίκησης. ΕΣΠΑ ως εργαλείο.	ΕΦΑ αρνήθηκε πρόταση Τρίτη (300.000€ φωτισμός). Απαιτείται ετοιμότητα για ευκαιρίες χρηματοδότησης.
Θ5	Θεσμική συνεργασία Εφορείας-Δήμου	ΕΕ3 (Γ1, Γ2)	Ποιότητα και ιστορικό θεσμικής σχέσης	Συνεργασία προβληματική. Δήμος αποφεύγει	Δήμος-Εφορεία παράλληλα ή συγκρουσιακά.	Δήμος να απλώσει χέρια σε γνώστες. Αποτυχημένο	Απαιτείται συνεργασία ΟΤΑ-Εφορεία-	Ο Δήμος μόνος δεν μπορεί. ΕΦΑ αρνείται να

Κωδικός	Θεματικός Κώδικας	ΕΕ & Ερωτήσεις Αναφοράς	Θεματικοί Δείκτες	Σ1 (Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας)	Σ2 (Ενωση Μικρασιατών Θήβας)	Σ3 (ΘΗΠΕΘΕ)	Σ4 (ΑΛΙΟΣ)	Σ5 (Δήμαρχος Θηβαίων)
			— αποτυχίες προηγούμενης συνεργασίας — κατανομή αρμοδιοτήτων — προϋποθέσεις Μνημονίου Συνεργασίας	ευθύνες. Εφορεία: επιστημονική — Δήμος: χρηματοδότηση.	Αντιδημαρχία Πολιτισμού αστελέχωτη.	φεστιβάλ λόγω μικροπολιτικής.	Πολιτιστικοί Σύλλογοι. Συντονιστής ο Δήμος.	βοηθήσει ενώ τα μνημεία είναι δικής της αρμοδιότητας.
Θ6	Πολιτική βούληση ως δομικό εμπόδιο	ΕΕ3, ΕΕ4 (Γ1, Γ2, Δ1)	Επίπεδο αποφάσεων (κεντρικό/τοπικό) — χρονοδιάγραμμα υλοποίησης — διαχρονική συνέχεια πρωτοβουλιών πέραν εκλογικών θητειών	Χωρίς πολιτική βούληση ΥΠΠΟ/βουλευτών τίποτα δεν υλοποιείται. Ανθρώπινος παράγοντας κρίσιμος.	Υπερκομματική πολιτική πέραν θητειάς. Παράδειγμα Ελευσίνας ως επιτυχής αντίθεση.	Δεν λύνεται χωρίς πολιτική βούληση. Χρειάζεται μη κομματικοποιημένο ρορέας.	Ελλιπής πολιτική βούληση κατέστρεψε επενδύσεις. Το όραμα ως δομικό ζητούμενο.	Εκφράζει πολιτική βούληση. Εμπόδιο: έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού. Στόχος: Πολιτιστική Πρωτεύουσα μετά το 2035.
Θ7	Τοπική κοινωνία και πολιτιστική ταυτότητα	ΕΕ1, ΕΕ4 (Α1, Δ2)	Αντίληψεις κατοίκων για αρχαιολογία και κληρονομιά — αίσθηση ιδιοκτησίας του τόπου — ανάγκη εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης (Authorized Heritage Discourse, Smith 2006)	Αμφίθυμη σχέση — αρχαιολογικοί περιορισμοί ιδιοκτησίας. Εκπαιδευτικά προγράμματα ως στρατηγική.	Πολλοί δεν ξέρουν πού είναι η Καδμεία. Υπάρχει απαξίωση. AR ως εκπαιδευτικό εργαλείο.	Όλοι ενδιαφέρονται. Νέοι: τρομακτικοί γνώστες τεχνολογίας. Κουλτούρα προηγείται ψηφιακής.	Η ευαισθησία δεν είναι στατική αλλά δυναμική. Απαιτείται συστηματική εκπαίδευση.	Υπάρχει ενδιαφέρον — το βλέπω στα social media. ΕΦΑ αντιμετωπίζει μνημεία ως δικά της.
Θ8	Βιωσιμότητα ψηφιακής εφαρμογής	ΕΕ3, ΕΕ4 (Γ2, Δ1)	Χρηματοδοτική συνέχεια — θεσμική εγγύηση ανεξάρτητη από πολιτικές εναλλαγές — ανανέωση περιεχομένου — επάρκεια ανθρώπινου δυναμικού	Τεχνολογία εξελίσσεται γρήγορα. Μνημόνιο αναγκαίο αλλά όχι ικανό. Ανθρώπινος παράγοντας κρίσιμος.	VR Μυκηναϊκής Θήβας (Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού-Δήμος Θηβαίων) εκτός λειτουργίας. Πανεπιστημιακή συνεργασία ως βασικός πυλώνας.	Αποτυχία λόγω ψηφιοθρίας. Ο πολιτισμός χτίζεται με βήματα, όχι με άλματα.	Ίδια εφαρμογή (VR Μυκηναϊκής Θήβας) εκτός λειτουργίας. Χρειάζεται κάποιον με ευθύνη — η ομάδα που νοιάζεται.	Θέλουν συντήρηση και χρήση. Απαιτείται ομάδα Δήμου + φορείς. Πρόβλημα υποστελέχωσης.

Πηγή: Ίδια επεξεργασία, βάσει θεματικής ανάλυσης Braun & Clarke (2006). Τα ευρήματα αποδίδονται παραφρασμένα με διατήρηση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων.

Σημείωση: ΕΕ = Ερευνητικό Ερώτημα. Ερωτήσεις Αναφοράς: Α1-Α2 (Αξονας Α), Β1-Β3 (Αξονας Β), Γ1-Γ2 (Αξονας Γ), Δ1-Δ3 (Αξονας Δ). Βλ. αναλυτικά: Παράρτημα Β.

Παράρτημα Β: Οδηγός Συνέντευξης

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: Πολιτιστική Κληρονομιά και Τοπική Ταυτότητα

Ερώτηση Α1.

Ως άνθρωπος που ζείτε και εργάζεστε στη Θήβα, πως βλέπετε σήμερα τον τρόπο που αναδεικνύονται τα μνημεία και η ιστορία της πόλης; Πιστεύετε ότι γίνονται αρκετά ή κάτι λείπει; Αξιοποιείται σήμερα η πολιτιστική κληρονομιά της Θήβας; Αν συγκρίνατε τη Θήβα με κάποια άλλη πόλη που αξιοποιεί καλά την ιστορία της, τι θα λέγατε ότι λείπει.

Ερώτηση Α2.

Γιατί πιστεύεται ότι η Θήβα δεν είναι τόσο γνωστή όσο θα μπορούσε για την ιστορία της; Τι φταίει κατά την γνώμη σας; Ποιο πιστεύετε είναι το μεγαλύτερο εμπόδιο που δεν αφήνει τα μνημεία της Θήβας να γίνουν ευρύτερα γνωστά; Είναι θέμα χρημάτων, οργάνωσης ή μήπως δεν υπάρχει ένα ισχυρό αφήγημα για τη Θήβα.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: Ψηφιακές Τεχνολογίες και AR

Ερώτηση Β1.

Ξέρετε τι κάνουν σήμερα σε πόλεις όπως η Ρώμη ή η Αθήνα; Ο επισκέπτης σηκώνει το κινητό μπροστά σε ερείπια και βλέπει στην οθόνη το μνημείο όπως ήταν στην αρχαιότητα, σαν να ζωντανεύει μπροστά του. Αν γινόταν κάτι αντίστοιχο στα αρχαία τοπόσημα της Θήβας π.Χ. στο Καδμείο, πως θα το βλέπατε; Θα σας ενθουσίαζε ή θα σας προβλημάτιζε.

Ερώτηση Β2.

Κατά την γνώμη σας μια τέτοια εφαρμογή θα βοηθούσε κάποιον να καταλάβει καλύτερα την ιστορία, ή μήπως θα αλλοίωνε την σχέση του με τον πραγματικό χώρο; Σας ανησυχεί μήπως η τεχνολογία κάνει την ιστορία «θέαμα» αντί για γνώση.

Ερώτηση Β3.

Αν υπήρχε αυτή η εφαρμογή και σταματούσατε μπροστά σε ένα μνημείο, τι θα θέλατε να σας προσφέρει; Για παράδειγμα, να βλέπετε πως ήταν ο χώρος παλιά, να ακούτε μια ιστορία σαν ξενάγηση, να διαβάζετε πληροφορίες, ή κάτι εντελώς διαφορετικό.

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: Οργανωτικές και χρηματοδοτικές προϋποθέσεις

Ερώτηση Γ1.

Για να γίνει μια ψηφιακή διαδρομή πραγματικότητα, ποιοι φορείς πιστεύεται ότι πρέπει να εμπλακούν και να συνεργαστούν; Και ποιος θα έπρεπε να αναλάβει τον κύριο ρόλο, ο Δήμος, η Εφορία Αρχαιοτήτων, ιδιωτικοί φορείς, ή κάποιος άλλος.

Ερώτηση Γ2.

Πολλά έργα ξεκινούν με χρηματοδότηση αλλά δεν έχουν συνέχεια σε βάθος χρόνου. Τι πιστεύεται ότι χρειάζεται μια τέτοια εφαρμογή για να συνεχίσει να λειτουργεί και μετά από δέκα χρόνια; Σκέφτεστε κάτι πρακτικό, χρήματα, μόνιμη ομάδα, ενημέρωση περιεχομένου, κάτι άλλο.

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: Όραμα και City Branding

Ερώτηση Δ1.

Αν υπήρχε μια ψηφιακή διαδρομή πιστεύετε ότι θα έφερνε περισσότερους επισκέπτες στη Θήβα; Και γιατί.

Ερώτηση Δ2.

Οι κάτοικοι της Θήβας θα την χρησιμοποιούσαν; Ή θεωρείτε ότι οι Θηβαίοι δεν ενδιαφέρονται τόσο για τα μνημεία; Νιώθουν οι κάτοικοι ότι η ιστορία τους ανήκει, ή τη βλέπουν σαν κάτι που αφορά μόνο τους αρχαιολόγους.

Ερώτηση Δ3.

Ένας επισκέπτης φεύγοντας από την Θήβα τι θα θέλατε να θυμάται από την πόλη, κάτι που να μείνει στο μυαλό του; Ποια λέξη ή εικόνα θα περιγράφατε ως τη «σφραγίδα» της Θήβας.

Παράρτημα Γ: Στοιχεία Συμμετεχόντων στην Ποιοτική Έρευνα

Οι πέντε συμμετέχοντες επιλέχθηκαν με σκόπιμη δειγματοληψία και εκπροσωπούν φορείς που εμπλέκονται άμεσα με την πολιτιστική κληρονομιά και τη δημόσια διοίκηση της Θήβας. Τηρείται πλήρης ανωνυμία σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 (GDPR) και τον ν. 4624/2019. Τα ονόματα των συμμετεχόντων δεν αναγράφονται. Ο κάθε συμμετέχων αποδίδεται αποκλειστικά με τον κωδικό και τον θεσμικό του ρόλο.

Πίνακας Γ.1: Προφίλ Συμμετεχόντων

Κωδικός	Θεσμικός Ρόλος Φορέα	Φορέας	Περίοδος Διεξαγωγής	Διάρκεια
Σ1	Εκπρόσωπος Εφορείας Αρχαιοτήτων Βοιωτίας	Εφορεία Αρχαιοτήτων Βοιωτίας	Απρίλιος 2026	~0:52:45
Σ2	Εκπρόσωπος Ένωσης Μικρασιατών Θήβας	Πολιτιστικός Σύλλογος	Απρίλιος 2026	~1:05:05
Σ3	Εκπρόσωπος ΘΗΠΕΘΕ	Πολιτιστικός Φορέας	Απρίλιος 2026	~0:53:20
Σ4	Εκπρόσωπος Πολιτιστικού Συλλόγου ΛΑΪΟΣ	Πολιτιστικός Σύλλογος	Απρίλιος 2026	~0:30:17
Σ5	Εκπρόσωπος Δήμου Θηβαίων (Δήμαρχος)	Τοπική Αυτοδιοίκηση	Απρίλιος 2026	~0:34:19

Πηγή: Ιδία επεξεργασία.

Σημείωση: Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν δια ζώσης στον χώρο εργασίας ή δράσης εκάστου συμμετέχοντος. Τα ηχογραφημένα αρχεία τηρούνται από τον ερευνητή και δεν δημοσιοποιούνται.