

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

***Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη***

## **Μεταπτυχιακή Διατριβή**



**Το Δυνητικό Μουσείο στον 21<sup>ο</sup> Αιώνα.  
Μια Πρόταση για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθένου.**

**Βαρβάρα Μιχαήλ Ανδρέου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια**

**Δρ. Έφη Κυπριανίδου**

**Μάιος 2017**

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**  
**Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

***Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη***

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Το Δυνητικό Μουσείο στον 21<sup>ο</sup> Αιώνα.**

**Μια Πρόταση για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθένου.**

**Βαρβάρα Μιχαήλ Ανδρέου**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια**

**Δρ. Έφη Κυπριανίδου**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Μάιος 2017**



## Περίληψη

Το μουσείο αξιοποιώντας τις λειτουργίες του διαδικτύου μπορεί να ωφεληθεί με δραστηριότητες που δεν είναι εφικτές στο φυσικό/ συμβατικό περιβάλλον του, τόσο για τους λειτουργούς του όσο και για τους επισκέπτες του.

Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι η εκτενής μελέτη των δυνατοτήτων που δύναται να προσφέρει το δυνητικό μουσείο στους χρήστες. Ο όρος «δυνητικό μουσείο» φαίνεται να χρήζει διερεύνησης και διασαφήνισης. Αρχικά, λοιπόν, η παρούσα διατριβή μελετά την υπάρχουσα βιβλιογραφία και καθορίζει το πλαίσιο του όρου. Έπειτα, προχωρεί σε άλλα ερευνητικά ζητήματα, όπως η εξέταση της σχέσης ανάμεσα στο φυσικό/ συμβατικό και το δυνητικό μουσείο. Η έρευνα εξετάζει τις εφαρμογές, που χρησιμοποιούνται από τα μουσεία μέχρι στιγμής, αλλά και τις προοπτικές που διανοίγονται με την ανάπτυξη της τεχνολογίας. Το ζήτημα αυτό παρουσιάζεται με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και με το παράδειγμα τριών δυνητικών μουσείων από τον διεθνή χώρο.

Στη συνέχεια μελετώνται η σύνδεση δυνητικού μουσείου – κοινού, που ανοίγει νέα κανάλια επικοινωνίας και συμμετοχής των χρηστών στον πολιτισμό. Διερευνάται πώς οι αξίες, ιδιότητες και χαρακτηριστικά του μουσείου, όπως αυτά ορίζονται από το International Council Of Museums, διατηρούνται ή επεκτείνονται με τη δημιουργία ενός δυνητικού μουσείου.

Τέλος, η μειωμένη παρουσία δυνητικών μουσείων στον κυπριακό μουσειακό χώρο καθιστά αναγκαία την προβολή αυτής της νέας μουσειακής εμπειρίας. Έτσι, σε μια πρακτική εισήγηση και μετά από επιτόπια έρευνα, εξετάζεται πώς και κατά πόσον η δημιουργία ενός δυνητικού μουσείου θα μπορούσε να προσφέρει στην ανάπτυξη ενός μικρού, τοπικού μουσείου, απομακρυσμένου από τα αστικά κέντρα, όπως το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών.

## Summary

The application of a web-based interface by the museum can provide, both its managers and visitors, with activities that are not feasible in the conventional museum environment.

The purpose of this thesis dissertation is to delineate the potential benefits that the virtual museum can offer to its and users. First, the term "virtual museum" is discussed, efforts are made to define the context of this term. Next, additional topics are discussed including, the relationship between conventional and virtual museums. The thesis dissertation examines applications used by museums thus far, as well as future prospects created by the development of technology. Three virtual international museums are discussed as case studies.

The connection between virtual museums and people is examined, which foster new channels of communication and user participation in this cultural experience. Moreover, it is determined if and how a conventional museum's values, attributes and characteristics, as defined by International Council Of Museums, are maintained and further expanded upon by building a virtual museum.

Finally, the small presence of virtual museums in the Cypriot museum space necessitates the exploration of this new museum experience. Thus, as a practical application and after field research, it is examined how and whether the creation of a virtual museum could benefit a small, remote, local museum, such as the Kallinikio Municipal Museum of Athienou.

## Ευχαριστίες

Θερμές ευχαριστίες στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Δρ. Έφη Κυπριανίδου. Χωρίς την ερευνητική καθοδήγησή της και τη συναισθηματική ενθάρρυνσή της, η παρούσα πτυχιακή διατριβή δεν θα είχε τη μορφή που έχει σήμερα.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες στο Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθένου, που αγκάλιασε την παρούσα πτυχιακή διατριβή και άνοιξε τις πόρτες του για να διευκολύνει την επιτόπια έρευνα. Ψυχή της συνεργασίας μας υπήρξε η έφορος του Μουσείου, Νόνη Παπούη Παπασιάντη, στην οποία οφείλω πλήθος πληροφοριών.

Σιωπηλή και ήπια δύναμη στην πορεία αυτής της διατριβής υπήρξε ο σύντροφός μου Ανδρέας Α. Ανδρέου. Τον ευχαριστώ για τις ατελείωτες συζητήσεις επί του θέματος, την κατανόηση που επέδειξε το διάστημα αυτό και την αέναη συντροφιά του.

## **Κατάλογος Συντομογραφιών**

**3D:** 3 Dimensional Space

**ACM:** Acropolis Museum

**ΑΠΚ:** Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά

**AR:** Augmented Reality

**AVICOM:** ICOM International Committee for Audiovisual, New Technologies and Social Media

**CAD:** Computer-aided Design

**ΔΠ:** Δυνητικό Περιβάλλον

**ΕΣΣΔ:** Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών

**GAC:** Google Arts and Culture

**GCI:** Google Cultural Institute

**HMD:** Hand-Mounted Display

**ICOM:** International Council of Museums

**ΗΠΑ:** Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

**ΚΔΜΑ:** Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθένου

**MET:** Metropolitan Museum of New York

**MOCAP:** Motion Capture

**NMA:** Νέο Μουσείο Ακρόπολης

**NMNH:** National Museum of Natural History

**VCM:** Virtual Collection of Asian Masterpieces

**VRML:** Virtual Reality Modeling Language

**X3D:** Extensible 3D Graphics



# Περιεχόμενα

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΩΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΘΕΣΜΟΣ</b> .....	<b>4</b>
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ .....	5
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ .....	6
1.3 ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ ICOM ΓΙΑ ΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ .....	9
<b>2. ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΣΤΟΝ 21<sup>ο</sup> ΑΙΩΝΑ</b> .....	<b>11</b>
2.1 ΝΕΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑ – ΜΟΥΣΕΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	11
2.2 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΟ .....	15
2.3 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ «ΝΕΟ» ΜΟΥΣΕΙΟ .....	18
<b>3. ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ</b> .....	<b>23</b>
3.1 ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΌΡΟΥ .....	24
3.2 ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ .....	26
3.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ .....	28
3.3.1 Κοινωνικό Μουσείο .....	28
3.3.2 Δυνητικό Μουσείο και Εκπαίδευση .....	29
3.3.3 Διάσωση και Διάχυση του Πολιτισμού .....	31
3.3.4 Το Δυνητικό Μουσείο ως Εργαλείο Διαχείρισης και Μάρκετινγκ του Οργανισμού .....	32
3.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΦΥΣΙΚΟΥ – ΔΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ .....	36
<b>4. ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΕΝΑ ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ</b> .....	<b>40</b>
4.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ .....	41
4.2 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ .....	44
4.3 ΚΟΙΝΟ ΚΑΙ ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ .....	47
4.3.1 Το Δυνητικό Μουσείο Απευθύνεται στο Κοινό .....	47
4.3.2 Προσδοκίες του Κοινού από το Δυνητικό Μουσείο .....	48
<b>5. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ</b> .....	<b>50</b>
5.1 SMITHSONIAN NATIONAL MUSEUM OF NATURAL HISTORY .....	51
5.2 ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ .....	54
5.3 VIRTUAL COLLECTION OF ASIAN MASTERPIECES .....	56
5.4 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΡΟΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ .....	58
<b>6. ΚΑΛΛΙΝΙΚΕΙΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΘΗΝΟΥ</b> .....	<b>60</b>
6.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΦΥΣΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ .....	60
6.2 ΠΡΟΤΑΣΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΟΛΥΜΕΣΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ .....	64
6.2.1 Γενικό πλαίσιο του δυνητικού ΚΔΜΑ .....	65
6.2.2 Γνωριμία με τον Κόσμο της Αθήνας .....	69
6.2.3 Αρχαιολογική Συλλογή .....	72
6.2.4 Εκκλησιαστική συλλογή .....	73
6.2.5 Εθνογραφική Συλλογή .....	75
6.2.6 Περιοδικές εκθέσεις .....	78
6.3 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟ ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΚΑΛΛΙΝΙΚΕΙΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΘΗΝΟΥ .....	78

<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	<b>81</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b> .....	<b>85</b>
Α' ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ .....	85
Β' ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	87
Γ' ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ ICOM .....	88
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ</b> .....	<b>90</b>

# Εισαγωγή

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή έχει ως θέμα το δυνητικό μουσείο στον 21<sup>ο</sup> αιώνα και την ανάπτυξη ενός δυνητικού μουσείου για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών. Σκοπός της είναι να εξετάσει πώς η χρήση των νέων μέσων τεχνολογίας προσφέρει νέες εμπειρίες στο μουσειακό κοινό και στους επαγγελματίες του μουσείου, αλλά και δυνατότητες να δημιουργούν και να βελτιώνουν εκθέσεις. Διερευνώνται επίσης οι αξίες, ιδιότητες και χαρακτηριστικά του μουσείου, όπως αυτά ορίζονται από το ICOM, και κατά πόσον αυτά διατηρούνται ή επεκτείνονται δημιουργώντας ένα δυνητικό μουσείο. Μελετώνται τρία δυνητικά μουσεία από τον διεθνή χώρο, με απώτερο στόχο την πρακτική εισήγηση για τη δημιουργία ενός δυνητικού μουσείου για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε περιλάμβανε βιβλιογραφική έρευνα και αρθρογραφία, περιπτωσιολογική μελέτη δυνητικών μουσείων διεθνώς και επιτόπια έρευνα στο Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών. Στο χώρο του Μουσείου έγινε έρευνα σε πρωτογενείς, γραπτές και οπτικές, πηγές.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μία σύντομη αναφορά στον όρο «μουσείο» και στην εξέλιξη του θεσμού. Η αναδρομή καταλήγει στον 20<sup>ο</sup> αιώνα, όπου σημειώνονται δύο σημαντικές αλλαγές για την εξέλιξη του θεσμού. Αφενός, πρόκειται για την ίδρυση του ICOM και τον Κωδικά Δεοντολογίας που υιοθετούν τα μουσεία, με σκοπό την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και την εύρυθμη λειτουργία των οργανισμών. Αφετέρου, κατά τον Peter Vergo (1989, σσ.13- 14), το μουσείο ανοίγει τις πόρτες του σ' ένα ευρύτερο κοινό, το οποίο καλείται να συμμετέχει ενεργά, χτίζοντας μία σχέση αλληλεπίδρασης. Το φαινόμενο αυτό ορίζεται ως «νέα μουσειολογία» (new museology) και επαναπροσδιορίζει τον τρόπο λειτουργίας του μουσείου θέτοντας νέα πλαίσια στη σχέση του με το κοινό (McCall and

Gray, 2014 σ.19). Παράλληλα, οι κοινωνικοπολιτικές εξελίξεις και η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας ωθούν τους επαγγελματίες των μουσείων στη χρήση του διαδικτύου προσφέροντας ανοιχτή πρόσβαση στο κοινό αλλά και ευκαιρίες αλληλεπίδρασης (Heijnen 2010, 22). Η έρευνα εξετάζει τις τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών, που προσφέρουν πολλαπλές ευκαιρίες διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως η μελέτη των αντικειμένων, η αποκατάσταση και η διατήρησή τους, η προβολή και η διάδοσή τους (Λουκής και Παζάλος, 2007 σ.29).

Στο τρίτο κεφάλαιο διερευνάται ο όρος «virtual museum» και υιοθετείται ως μετάφρασή του ο όρος «δυνητικό μουσείο», καθώς δυνητικά περιβάλλοντα είναι αυτά που βασίζονται στις πλέον εξελιγμένες τεχνολογίες αλληλεπιδραστικών τρισδιάστατων γραφικών και υποστηρίζουν τη διαδικασία της επικοινωνίας ανθρώπου – υπολογιστή (Χαρίτος, 2005). Στη συνέχεια εξετάζεται η τυπολογία των δυνητικών μουσείων. Ένα δυνητικό μουσείο μπορεί να είναι ψηφιακός διαδικτυακός εαυτός ενός πραγματικού μουσείου ή να μην υπάρχει στον πραγματικό κόσμο, να υφίσταται δηλαδή μόνο ψηφιακά και διαδικτυακά (Παπαϊωάννου κ.α΄., 2013 σ.43). Η απλή μορφή των δυνητικών μουσείων παρουσιάζει περιεχόμενο με προσέγγιση 2D (Patel κ.α΄., 2003 σ.2) είτε σε ιστοσελίδες είτε σε DVD- ROM (Δεληγιάννης κ.α΄., 2014 σσ.124-125). Τα προηγμένα δυνητικά μουσεία χρησιμοποιούν εφαρμογές Web3D και Augmented Reality (AR).

Το δυνητικό μουσείο μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διαχείριση και στο μάρκετινγκ των μουσειακών οργανισμών. Σύμφωνα με ερευνητές το διαδίκτυο και η διαδραστικότητα αποτελούν πολύτιμα μέσα για την προώθηση/διαφήμιση του μουσείου, την παρακολούθηση της επισκεψιμότητας, την επέκταση των γεωγραφικών ορίων, τη δυνητική επίσκεψη και την προσφορά επικοινωνιακών και εκπαιδευτικών υπηρεσιών (Hume, 2015 σσ.158-160). Πολλά είναι και τα οφέλη που προκύπτουν για την κοινωνία, την εκπαίδευση και τη διατήρηση- διάχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα οφέλη αυτά δεν φέρουν το δυνητικό μουσείο σε σύγκρουση με το φυσικό. Καθώς, όμως, το δυνητικό μουσείο ορίζεται, από ορισμένους ερευνητές, αρνητικά ως προς το φυσικό/συμβατικό μουσείο, καθίσταται απαραίτητη η σύγκριση των δύο μορφών μουσείων για να κατανοήσουμε την προσφορά τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο διερευνώνται οι βασικές προϋποθέσεις και η τεχνολογία για την ανάπτυξη ενός δυνητικού μουσείου. Σκοπός του μουσείου είναι να φέρει το κοινό στον «χώρο» του, άρα απαραίτητο είναι να μελετηθούν οι προσδοκίες του κοινού. Έρευνες κοινού, που έχουν διεξαχθεί ανάμεσα στους χρήστες των δυνητικών μουσείων, έχουν δείξει ότι κυριότερη προσδοκία τους είναι να διαδράσουν με ιστορίες, να δώσουν προσωπικό χαρακτήρα στην επίσκεψή τους και να νιώσουν πως βρίσκονται πραγματικά εκεί (Pietroni, 2016 σ.439).

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των δυνητικών μουσείων μπορεί να διαδραματίσει η αλληλεπίδρασή τους κι η ανταλλαγή πρακτικών και εμπειριών. Στο πλαίσιο αυτό μελετώνται τρία δυνητικά μουσεία, το Smithsonian National Museum of Natural History, το Acropolis Museum, το Virtual Collection of Asian Masterpieces και οι εφαρμογές τους. Πρόκειται για τρία προηγμένα δυνητικά μουσεία, που χρησιμοποιούν εφαρμογές Web 3D και είναι προσβάσιμα μέσω web browser. Στοιχεία και εφαρμογές από τα τρία αυτά μουσεία θα χρησιμοποιηθούν στην εισήγηση, που ακολουθεί, για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών.

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή προβαίνει, λοιπόν, σε πρόταση σχεδιασμού πολυμεσικών εφαρμογών για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών. Επιλέγοντας ένα τοπικό, συμβατικό μουσείο εξετάζονται οι ανάγκες του και γίνεται εισήγηση για τη δημιουργία ενός προηγμένου δυνητικού μουσειακού περιβάλλοντος. Η εισήγηση αφορά στη χρήση εργαλείων του διαδικτύου, συνδέσμων και μέσων επικοινωνίας, που θα προσφέρουν στον χρήστη την αίσθηση της εμπύθισης. Εξετάζονται οι νέες δυνατότητες, που θα μπορούσαν να διανοιχθούν, με τη δημιουργία του δυνητικού αυτού μουσείου για το ίδιο το Μουσείο, την τοπική κοινωνία, το επιστημονικό κοινό, τους χρήστες του διαδικτύου και κυρίως για τη διατήρηση και διάχυση τής πολιτιστικής κληρονομιάς.

# Κεφάλαιο 1

## Το Μουσείο ως Πολιτιστικός Θεσμός

Ο όρος «Μουσείο» γεννιέται στην αρχαία Ελλάδα, συνδεδεμένος με τη θρησκεία και τις τέχνες, έχοντας εντελώς διαφορετική σημασία από αυτήν που γνωρίζουμε σήμερα. Η έννοια του μουσείου, όπως τη γνωρίζουμε σήμερα, ορίζεται το 1889 από τον George Brown Goode. Αν και ακολουθούν πολλοί ορισμοί, ο πλέον αποδεκτός σήμερα είναι αυτός που έδωσε το ICOM το 2004. Πέραν από την έννοια, όμως, ταξίδι στο χρόνο κάνει και το μουσείο ως οργανισμός και περιεχόμενο. Από το μουσείο ως μέρος των βασιλικών κτισμάτων, στο μουσείο όπου συνδιαλέγονται οι ρήτορες και από το μουσείο ως χώρο συλλογής θρησκευτικών συμβόλων, στο μουσείο περιέργων αντικειμένων (cabinets de curiosités) ο χώρος επηρεάζεται από τις αντίστοιχες κοινωνικοπολιτικοοικονομικές συνθήκες. Οι ιδέες της Αναγέννησης και της Γαλλικής Επανάστασης καθορίζουν και το μέλλον του μουσείου, το οποίο ανοίγει πλέον τις πόρτες του για το κοινό και υπηρετεί τις ανάγκες της κοινωνίας. Οι ευρύτερες οικονομικοκοινωνικοπολιτικές μεταβολές του 20<sup>ου</sup> αι. οδηγούν στην ανάπτυξη νέων μορφών μουσείου. Παράλληλα, οι επαγγελματίες των μουσείων ερευνούν το πολυδιάστατο μουσειακό αντικείμενο προσδίδοντάς του σύνθετες ερμηνείες/ νοήματα. Τον 21<sup>ο</sup> αι. το μουσείο ενδιαφέρεται ιδιαιτέρως για τη μουσειακή εμπειρία των επισκεπτών και ακολουθεί διεθνείς ή και εθνικές συμβάσεις για τη λειτουργία του.

## 1.1 Ορισμός



Εικόνα 1: Λεπτομέρεια ανάγλυφης παράστασης των Μουσών σε μαρμάρινη σαρκοφάγο («Σαρκοφάγος των Μουσών») της Ρωμαϊκής Εποχής (150-160 μ.Χ.), στο Μουσείο του Λούβρου.

Η λέξη «Μουσείο» έχει τις ρίζες της στην αρχαία ελληνική γλώσσα, όπου ορίζεται ως ο ιερός ναός των Μουσών<sup>1</sup> (εικόνα 1). Επίσης, ο χώρος αυτός, κατά την αρχαιότητα, θεωρείται «παιδευτήριο των τεχνών και πάσης μαθήσεως<sup>2</sup>» (Σταματάκου, 2002 σ.637).

Σύμφωνα με τις *Βασικές έννοιες Μουσειολογίας* του ICOM (2009 σ.89), η μορφή και οι λειτουργίες του μουσείου διαφοροποιούνται

ανά τους αιώνες, ανάλογα με τα εκθέματά του, την αποστολή του και τον τρόπο λειτουργίας – διοίκησής του. Γι' αυτό και ο σαφής καθορισμός της έννοιας είναι έργο δύσκολο.

Ο πρώτος ορισμός για το σύγχρονο μουσείο δόθηκε το 1889 από τον George Brown Goode (βλ. Ορφανίδη, 2003 σ.5). Σύμφωνα με αυτόν πρόκειται για τη «συλλογή διδακτικών θεμάτων, το καθένα από τα οποία αντιπροσωπεύεται από κάποιο πολύ καλά επιλεγμένο δείγμα». Ο ίδιος, το 1895 συμπληρώνει πως «το μουσείο είναι ένας οργανισμός που διαφυλάσσει όσα αντικείμενα απεικονίζουν καλύτερα τα φυσικά φαινόμενα, τις τέχνες και τον πολιτισμό του ανθρώπου με σκοπό τον πλουτισμό των γνώσεων, τον διαφωτισμό και την πολιτισμική του ανύψωση».

Σήμερα επικρατέστερος ορισμός είναι αυτός που δόθηκε από το ICOM (2004), στον αναθεωρημένο Κώδικα Δεοντολογίας για τα Μουσεία. Σύμφωνα με το ICOM «*Το Μουσείο είναι ένα μη κερδοσκοπικό, μόνιμο ίδρυμα στην υπηρεσία της κοινωνίας και την ανάπτυξή της, ανοιχτό στο κοινό, το οποίο (μουσείο) αποκτά, συντηρεί, ερευνά, επικοινωνεί και*

<sup>1</sup> Οι μούσες ήταν μυθολογικές θεότητες, προσωποποίηση της καλλιτεχνικής έμπνευσης (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.1136). Το *Λεξικόν Αρχαίας Ελληνικής Γλώσσας* αναφέρει τις Μούσες της ποίησης, της μουσικής, του άσματος, της ορχήσεως και των καλών γενικά τεχνών (Σταματάκου, 2002 σ.637).

<sup>2</sup> Μτφρ. χώρος διδασκαλίας των τεχνών και κάθε μαθήματος.

*εκθέτει την υλική και άυλη κληρονομιά του ανθρώπου και του περιβάλλοντός του με σκοπό την εκπαίδευση, τη μελέτη και την ψυχαγωγία».*

## 1.2 Ιστορική Προσέγγιση του Μουσείου

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, στην αρχαία Ελλάδα το υπαίθριο μουσείο ήταν χώρος λατρείας των Μουσών. Ο όρος μουσείο, με τη σημερινή έννοια, συναντάται από τα ελληνιστικά χρόνια (3<sup>ος</sup> αι. π.Χ.), όταν δημιουργήθηκε το Μουσείο του Πτολεμαίου Σωτήρα στην Αλεξάνδρεια (Ορφανίδη, 2003 σ.7). Το εν λόγω μουσείο ανήκε στον χώρο των ανακτόρων και συνδεόταν με τη Βιβλιοθήκη της Αλεξάνδρειας. Προωθούσε τη γνώση και τον πολιτισμό, συνδεόταν με την κρατική εξουσία και απευθυνόταν σ' έναν κλειστό, μόνο, κύκλο διανοούμενων (Νάκου, 2001 σ.113).

Κατά τη ρωμαϊκή περίοδο το μουσείο ήταν χώρος συγκέντρωσης των φιλοσόφων και όχι συλλογής και έκθεσης αντικειμένων. Το αίσθημα του «συλλέγειν» επιβίωνε, βέβαια, αφού πατρίκιοι και ένδοξοι στρατηγοί συσώρευαν αντικείμενα για τις ιδιωτικές συλλογές που διατηρούσαν στις επαύλεις τους (Οικονόμου, 2003 σσ.31-32).

Κατά τον Μεσαίωνα, υπό την επιρροή του Χριστιανισμού, οι χώροι των εκκλησιών και των μονών γίνονταν δέκτες θησαυρών τεράστιας υλικής και πολιτιστικής αξίας. Γλυπτά και έργα τέχνης, με θρησκευτικό και κοσμικό χαρακτήρα, κοσμούσαν τα εκκλησιαστικά κτίρια. Όλα αυτά βέβαια δεν ήταν προσιτά στο ευρύ κοινό (Ορφανίδη, 2003 σ.8). Ο Hagen (1876 σ.83) υποστηρίζει πως την περίοδο αυτή υπήρχε πλήρης αδιαφορία για τη φυσική ιστορία και κατά συνέπεια δεν συλλέγονταν αντικείμενα αυτού του είδους.





Εικόνα 2: Τυπικό cabinet de curiosités του 17<sup>ου</sup> αι. στη Δανία.

Το Μουσείο των Μεδίκων στη Φλωρεντία τον 15<sup>ο</sup> αι. θα μπορούσε να θεωρηθεί η αναγέννηση του θεσμού. Επρόκειτο για ιδιωτικές συλλογές της άρχουσας αναγεννησιακής τάξης, κλειστές και πάλι στο ευρύ κοινό<sup>3</sup> (Νάκου, 2001 σσ.113-114). Οι «αίθουσες των αξιοπερίεργων αντικειμένων/ cabinets de curiosités»

(εικόνα 2) που δημιουργούσαν ευγενείς, φιλόσοφοι και τυχοδιώκτες τον 16<sup>ο</sup> αι. έθεσαν νέες βάσεις στην έρευνα για τον

κόσμο και τη συλλογή- παράταξη των «ασυνήθιστων» αντικειμένων (Τάνης, 2010). Οι προθήκες αξιοπερίεργων αντικειμένων ήταν προσβάσιμες μόνο σε όσους γίνονταν δεκτοί από τον εκάστοτε άρχοντα. Πρόκειται, ουσιαστικά, για τον προάγγελο των μετέπειτα μουσείων φυσικής ιστορίας και επιστημών (Οικονόμου, 2003 σ.32).

Το μουσειολογικό κύμα του 17<sup>ου</sup> αι. οδηγεί στο άνοιγμα του μουσείου προς το κοινό. Επίσης, συχνά συνδεόταν με κάποιο πανεπιστημιακό ίδρυμα, γεγονός που δείχνει τη στροφή προς την επιστημονική έρευνα. Έτσι, το 1683 ιδρύθηκε το πρώτο μουσείο που παρουσίαζε εγκυκλοπαιδικά τη γνώση (Τάνης, 2010). Πρόκειται για το Ashmolean Museum, του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης (Οικονόμου, 2003 σ.33), για την περιγραφή του οποίου χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά, στην αγγλική γλώσσα, ο όρος «μουσείο» (Γκαζή, 1999 σ.39).

Οι ιδέες της Γαλλικής Επανάστασης οδήγησαν στη δημιουργία των πρώτων εθνικών μουσείων (Ορφανίδη, 2003 σ.11; Νάκου, 2001 σσ.115- 116), ενώ οι επιστημονικές μέθοδοι που εισήγαγε το πνεύμα του Διαφωτισμού οδήγησαν στη σταδιακή ταξινόμηση των συλλογών (Γκαζή, 1999 σ.40; Οικονόμου, 2003 σσ.33- 34). Χαρακτηριστικό δείγμα του «νέου» μουσείου αποτελεί η μετατροπή του Παλατιού του Λούβρου σε Μουσείο της

<sup>3</sup> Η συλλογή των Μεδίκων άνοιξε το 1582, οπότε και εκτίθετο στον πάνω όροφο του Παλατιού Uffizi. Το 1743 κληροδοτήθηκε στο κράτος και άνοιξε για «τον λαό της Τοσκάνης και όλων των εθνών» (Lewis, 2000).



Εικόνα 3: Το παλάτι του Ναπολέοντα και η πυραμίδα, σύμβολο του Μουσείου του Λούβρου.

Γαλλικής Δημοκρατίας το 1793<sup>4</sup> (εικόνα 3) (Νάκου, 2001 σσ.115-116). Στα τέλη του 18<sup>ου</sup> και αρχές του 19<sup>ου</sup> αι. πολλές βασιλικές οικογένειες άνοιξαν τις συλλογές τους στο κοινό με αποτέλεσμα τη δημιουργία αρκετών ευρωπαϊκών μουσείων<sup>5</sup>. Την ίδια περίοδο ιδρύθηκαν τα πρώτα μουσεία στις ΗΠΑ. Σταθμός στην ιστορία των αμερικανικών

μουσείων αποτελεί η ίδρυση του Smithsonian Institution στην Ουάσιγκτον το 1858. Σύμφωνα με τον χρηματικό ευεργέτη του μουσείου, James Smithson, στόχος του ιδρύματος ήταν «η ανάπτυξη και η διάδοση της γνώσης μεταξύ των ανθρώπων» (Γκαζή, 1999 σσ.41-42).

Οι ευρύτερες οικονομικοκοινωνικοπολιτικές μεταβολές του 20<sup>ου</sup> αι. επηρέασαν, όπως είναι φυσικό, και τον κόσμο των μουσείων (Νάκου, 2001 σσ.124-125; Οικονόμου, 2003 σ.47; Ορφανίδη, 2003 σσ.12-13). Τον 20<sup>ο</sup> αι. διακρίνονται κυρίως δύο τάσεις, όσον αφορά στην ιδιοκτησία των μουσείων. Στην Ευρώπη (πλην της Αγγλίας) και στην ΕΣΣΔ τα μουσεία είναι κρατικά ενώ στις ΗΠΑ ανήκουν σε μακίχνες και μετόχους (Ορφανίδη, 2003 σ.14). Όσον αφορά στο είδος των μουσείων, παρατηρείται μία στροφή στη διατήρηση και προβολή του πρόσφατου παρελθόντος, γεγονός που οδηγεί στην ίδρυση των λαογραφικών μουσείων. Τα μουσεία αυτά στόχο έχουν, όχι απλά να εκθέτουν, αλλά να δημιουργούν έναν κόσμο στον οποίο θα αντιπροσωπεύεται η πολιτιστική ιστορία μιας περιοχής (Γκαζή, 1999 σ.70).

Κατά τον 20<sup>ο</sup> αι., στο πλαίσιο της ανάπτυξης των ανθρωπιστικών σπουδών, τα αντικείμενα μελετώνται και ερμηνεύονται σε σχέση με τις πολυσύνθετες διαστάσεις της ανθρώπινης πραγματικότητας (κοινωνία, οικονομία, πολιτισμός, μορφωτικό επίπεδο κ.α.). Τα μουσειακά αντικείμενα αποκτούν σύνθετες ερμηνείες και νοήματα που οδηγούν

<sup>4</sup> Το Μουσείο άνοιξε τις πόρτες του για το κοινό το 1801, εμπλουτισμένο με τα πολεμικά λάφυρα του Ναπολέοντα, από όλη την Ευρώπη (Γκαζή, 1999 σ.41).

<sup>5</sup> Ενδεικτικά αναφέρουμε το Schloss Belvedere στη Βιέννη, το Prado στη Μαδρίτη, το Hermitage στη Ρωσία (Γκαζή, 1999 σ.42).

στη δημιουργία διαφορετικών μουσείων, με ποικίλο περιεχόμενο (Νάκου, 2001 σσ.125-126). Επιπλέον, το σύγχρονο μουσείο ενδιαφέρεται για την εμπειρία του επισκέπτη. Δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στον τρόπο έκθεσης και παρουσίασης των αντικειμένων με σκοπό την επίτευξη επικοινωνίας ανάμεσα σε μουσείο – αντικείμενα – επισκέπτες (Οικονόμου, 2003 σ.49).



Εικόνα 4: Σύμβολο του ICOM.

Καίρια στιγμή στην ιστορία του Μουσείου ως πολιτιστικού θεσμού αποτελεί η ίδρυση του ICOM το 1946 (εικόνα 4). Ο διεθνής οργανισμός τίθεται επικεφαλής σε θέματα δεοντολογίας για τα Μουσεία ψηφίζοντας, το

1986 και αναθεωρώντας το 2004, τον «Κώδικα Δεοντολογίας», που ισχύει σε όλα τα κράτη μέλη του (ICOM, 2017).

### 1.3 Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία

Ο «Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία» καθορίζει τις βασικές αρχές, που οφείλουν να τηρούν όλα τα μέλη του οργανισμού, σχετικά με τη λειτουργία τους και τον επαγγελματισμό των εργαζομένων σε αυτά. Ο Κώδικας εκφράζει αρχές που γίνονται αποδεκτές από τη διεθνή μουσειακή κοινότητα. Η ιδιότητα του μέλους του ICOM και η καταβολή της ετήσιας συνδρομής συνιστούν για ένα μουσείο και αποδοχή του «Κώδικα». Οι οκτώ αρχές, από τις οποίες αποτελείται, δίνουν ένα γενικό πλαίσιο στο οποίο μπορούν να στηριχθούν οι εθνικές και ειδικές ομάδες εργασίας για να διασφαλίσουν τις ιδιωτικές τους ανάγκες (Ελληνικό τμήμα ICOM, 2009 σσ.4-12)<sup>6</sup>.

Κάποιοι ερευνητές αμφισβητούν το κύρος του «Κώδικα» ακόμα και για τα κράτη – μέλη του. Η Δερμιτζάκη (2003 σ. 4) επισημαίνει πως ο Κώδικας «δεν αποτελεί ούτε δόγμα, ούτε κείμενο ηθικής αξίας». Ως εκ τούτου ακόμα και αν τον υιοθετήσει ένας μουσειακός οργανισμός, μπορεί να εφαρμόζει μόνο όσες Αρχές επιθυμεί χωρίς καμία επίπτωση. Ο

<sup>6</sup> Βλέπε Παράρτημα Γ'.

Paterson (2014 σσ. 281,284) χαρακτηρίζει τον Κώδικα εθελοντικό (voluntary) προβληματιζόμενος κατά πόσον οι Αρχές του γίνονται δεκτές από τους νομοθετικούς θεσμούς μιας χώρας. Επίσης, ο Peter Van Mensch (βλ. Δερμιτζάκη, 2003 σ.7) θεωρεί βασικό μειονέκτημα το γεγονός ότι δεν υπάρχουν ουσιαστικές προτάσεις για την υλοποίηση των αρχών του Κώδικά αλλά μόνο «ασαφείς προτροπές».

Εντούτοις, ο Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM διασφαλίζει ότι κάθε μουσειακός οργανισμός διαθέτει όλες τα απαιτούμενα εφόδια, ούτως ώστε να λειτουργεί προς όφελος της κοινωνίας. Το μουσείο ακολουθώντας τον άνωθεν Κώδικα καλλιεργεί συγκεκριμένες αξίες και προσφέρει υπηρεσίες τέτοιου επιπέδου που δημιουργούν σχέση αμοιβαιότητας με τους επισκέπτες του (Δερμιτζάκη, 2003 σ.7). Σύμφωνα με τον Carr (2001 σσ.31-32) η σχέση αυτή μπορεί να οδηγήσει στην αυξανόμενη προσέλευση του κοινού στους μουσειακούς χώρους. Τέλος, ο Κώδικας οριοθετεί τη δράση των επαγγελματιών του μουσείου, οι οποίοι οφείλουν να λειτουργούν πάντα προς όφελος του μουσείου και των επισκεπτών του (Δερμιτζάκη, 2003 σ.7).

# Κεφάλαιο 2

## Το Μουσείο στον 21<sup>ο</sup> Αιώνα

Στον 21<sup>ο</sup> αι. οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές αλλά και η ανάπτυξη της τεχνολογίας επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία του μουσείου. Η «νέα» Μουσειολογία και η ανάπτυξη της Μουσειογραφίας συντείνουν στη λειτουργία του Μουσείου ως κοινωνικού μοχλού, οικονομικού κέντρου, διοικητικού οργανισμού αλλά και μορφής ψυχαγωγίας. Οι νέοι αυτοί ρόλοι φέρνουν και τις ανάλογες μεταβολές τόσο στον τρόπο με τον οποίο το μουσείο απευθύνεται στο κοινό όσο και στα μέσα που χρησιμοποιεί. Πέραν από τις νέες επικοινωνιακές πρακτικές, καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία του μουσειακού οργανισμού διαδραματίζουν οι νέες τεχνολογίες της πληροφορικής και της επικοινωνίας. Αυτές χρησιμοποιούνται για την οργάνωση και διαφύλαξη των συλλογών του και για την προβολή των εκθεμάτων του, την προσέλκυση του κοινού, την επιτέλεση των αρχών του μουσείου και την κάλυψη των νέων προκλήσεων που προβάλλουν.

### 2.1 Νέα Μουσειολογία – Μουσειογραφία

Τη δεκαετία του '80 οι μεταφορντικές κοινωνίες αναγκάστηκαν να υιοθετήσουν νέα οικονομική πολιτική. Οι σοβαροί δημοσιονομικοί περιορισμοί που επήλθαν ανάγκασαν και τα μουσεία να υιοθετήσουν ένα νέο σύστημα διαχείρισης. Το μουσείο αντιλήφθηκε ότι οι δημόσιες σχέσεις και το μάρκετινγκ πρέπει να γίνουν αναπόσπαστο μέρος της διοίκησής

του για να μπορέσει να προσελκύσει το κοινό αλλά και να επιβιώσει οικονομικά (Harrison, 1994 σ.164). Το μουσείο κλήθηκε πολλές φορές να αποδείξει την ωφελιμότητα των υπηρεσιών του, όχι μόνο για να προσελκύσει το κοινό αλλά και νέες πηγές χρηματοδότησης. Νοείται ότι η χρήση δημόσιων κονδυλίων ή και χορηγιών απαιτεί, πάντα, διαφάνεια στη διαχείριση του οργανισμού. Ένας άλλος παράγοντας που επηρέασε την πορεία του μουσειακού οργανισμού είναι ο αυξημένος ανταγωνισμός με άλλους φορείς και ιδιαίτερα με άλλες μορφές ψυχαγωγικών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων (Γκαζή, 2004 σ.4).

Οι πιο πάνω παράγοντες οδήγησαν στη γέννηση της «Νέας» Μουσειολογίας, η οποία επαναπροσδιόρισε τον τρόπο λειτουργίας του μουσείου και έθεσε νέα πλαίσια στη σχέση τού με το κοινό (McCall και Gray, 2014 σ.19). Ο Peter Vergo (1989, σσ.13- 14) επισημαίνει πως πλέον το μουσείο ανοίγει τις πόρτες του σ' ένα ευρύτερο κοινό, το οποίο καλείται να συμμετέχει ενεργά, χτίζοντας μία σχέση αλληλεπίδρασης. Ο Vergo ορίζει το φαινόμενο αυτό ως «νέα μουσειολογία» (new museology) και αναφέρει:

*«Σε απλό επίπεδο θα όριζα τη νέα μουσειολογία ως μια δεδομένη κατάσταση δυσαρέσκειας με την «παλαιά» μουσειολογία, τόσο εντός όσο και εκτός των επαγγελματιών του μουσείου... αυτό που συνέβαινε με την «παλαιά» μουσειολογία είναι ότι ασχολείτο περισσότερο με τις μεθόδους και λιγότερο με τους σκοπούς του μουσείου».*

Η νέα μουσειολογία, λοιπόν, δίνει έμφαση στον κοινωνικό ρόλο των μουσείων, τον διεπιστημονικό χαρακτήρα τους, τους νέους τρόπους έκφρασης και την επικοινωνία τους με το κοινό (Desvallées και Mairesse, 2009 σσ.100- 101). Η λογική του νέου αυτού ρεύματος είναι ότι το μουσείο «οδηγείται» από την κοινωνία, ενώ κοινωνικά θέματα και προβληματισμοί αντικαθιστούν την αφοσίωση στα αντικείμενα/ εκθέματα (Harrison, 1994 σ.165). Σημαντικό παράδειγμα αυτής της εξέλιξης αποτελούν τα οικομουσεία<sup>7</sup>, τα

---

<sup>7</sup> Τα οικομουσεία, κατά τον Harrison (1994 σ.165), είναι κύριοι εκφραστές της άποψης πως τα μουσεία είναι ενεργά στοιχεία στις κοινωνικοπολιτικοοικονομικές συνθήκες, τόσο του παρελθόντος όσο και του παρόντος – μέλλοντος.

κοινωνικά μουσεία, τα κέντρα επιστημών και τεχνών (Harrison, 1994 σ.165; Desvallées και Mairesse, 2009 σσ.100- 101).

Η πρακτική εφαρμογή της μουσειολογίας γίνεται από τη μουσειογραφία<sup>8</sup>. Η επιστήμη αυτή αναπτύσσει τις απαιτούμενες τεχνικές για την επιτέλεση των μουσειακών λειτουργιών, τον σχεδιασμό και τον εξοπλισμό των μουσειακών εγκαταστάσεων, τη συντήρηση, την αποκατάσταση, την ασφάλεια και την έκθεση (Desvallées και Mairesse, 2009 σ.95).

Ένα σημαντικό ζήτημα όσον αφορά στη λειτουργία των «νέων» μουσείων είναι η πιστοποίηση, με την οποία ένας οργανισμός χαρακτηρίζεται ως μουσείο, εφόσον πληροί κάποιους προκαθορισμένους και μετρήσιμους δείκτες απόδοσης σε διάφορους τομείς της λειτουργίας του. Η πιστοποίηση μπορεί να στηρίζεται σε ειδικές νομοθετικές ρυθμίσεις που καθορίζονται από το κράτος ή από μία έγκυρη επαγγελματική ένωση<sup>9</sup> (Γκαζή, 2004 σ.5).

Σημαντικό ρόλο στη δεοντολογική λειτουργία των μουσείων και στη διαμόρφωση επαγγελματικής συνείδησης από τους εργαζόμενούς του είναι η υιοθέτηση, από πολλές χώρες, του Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM (2009).

Η έμφαση των μουσείων στην προσέλκυση κοινού και χορηγών αναδεικνύει νέες επαγγελματικές θέσεις. Η ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικής και πολιτικής προϋποθέτει γνώσεις διοίκησης και διαχείρισης, που οδηγούν στην ανάδειξη του ρόλου του «μουσειολόγου- μάνατζερ» (Φουσέκη, 2010 σσ.6-7).

Σύμφωνα με τις αρχές της νέας μουσειολογίας, το μουσείο δεν είναι πλέον ο «απόλυτος άρχων» της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς το κοινό, με τα σύγχρονα μέσα, αναζητεί τη συμμετοχή του στην έκθεση αλλά και στην ερμηνεία των αντικειμένων (Heijnen, 2010

---

<sup>8</sup> Μουσειολόγος και μουσειογράφος συνεργάζονται στενά για τη λειτουργία του θεσμού. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Σαλή (2006 σ.13-14), ο μουσειολόγος αναλαμβάνει την έρευνα για τις σημασιολογικές πληροφορίες της έκθεσης, στις οποίες θα βασισθεί το μουσειογραφικό πρόγραμμα και θα διευκολύνουν τον μουσειογράφο στην επιλογή της πιο πρόσφατης ερμηνευτικής παρουσίασης των εκθεμάτων. Επιπλέον, ο μουσειογράφος αναλαμβάνει τον υποτιτλισμό, τον φωτισμό και τη σήμανση της έκθεσης.

<sup>9</sup> Στην Κύπρο η πιστοποίηση γίνεται σύμφωνα με τον νόμο *Περί της Αναγνώρισης των Ιδιωτικών Μουσείων και Μουσείων των Αρχών Τοπικής Αυτοδιοίκησης* (2009) και ελέγχεται από το Υπουργείο Παιδείας και Πολιτισμού.

σ.21). Το «νέο» μουσείο δεν είναι χώρος στείρας μετάδοσης της γνώσης αλλά ένας χώρος όπου η γνήσια επικοινωνία επαγγελματιών – εκθεμάτων – κοινού δημιουργούν μια ποιοτική εμπειρία (Harrison, 1994 σ.171). Μια σύγχρονη τάση, μάλιστα, στη διαχείριση των μουσείων είναι ο συμμετοχικός σχεδιασμός, όπου ένα μουσειακό πρόγραμμα αναπτύσσεται και υλοποιείται σε συνεργασία με «μη ειδικό κοινό» (Φουσέκη, 2010 σ.7).

Τα τελευταία χρόνια η έρευνα κοινού και η έρευνα αξιολόγησης αποτελούν ξεχωριστό και ιδιαίτερα σημαντικό τομέα της μουσειολογίας (Γκαζή, 2004 σ.9). Οι μουσειολόγοι – ερευνητές κοινού αξιολογούν τα μουσειακά προγράμματα<sup>10</sup> χρησιμοποιώντας ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους (Φουσέκη, 2010 σ.2). Η κατανόηση των αναγκών του κοινού – αλλά και του κοινού που δεν επισκέπτεται το μουσείο – είναι καθοριστικής σημασίας για το «νέο» μουσείο που λειτουργεί ως επιχειρηματικός οργανισμός. Η μουσειακή έκθεση είναι πλέον αποτέλεσμα έρευνας, βαθιάς γνώσης μουσειολογικών ζητημάτων και πορισμάτων ερευνών, όσον αφορά στο κοινό (MacDonald, 2012 σ.38).

Τα μουσεία σήμερα, αναγνωρίζοντας αυτές τις εξελίξεις, προωθούν τη χρήση του διαδικτύου προσφέροντας ανοιχτή πρόσβαση στο κοινό αλλά και ευκαιρίες αλληλεπίδρασης. Οι επαγγελματίες του μουσείου μπορούν να διαδραματίζουν το ρόλο του «πολιτιστικού μέντορα», μεταφέροντας υπάρχουσες γνώσεις και τεχνογνωσία, ούτως ώστε το κοινό να οδηγηθεί στην ανακάλυψη νοήματος (Heijnen, 2010 σ.22).

Η μουσειολογία, ως κοινωνική επιστήμη, εξελίσσεται συνεχώς και αλληλεπιδρά με τις κοινωνικές, πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις (Φουσέκη, 2010 σ.8). Ο Assunção dos Santos (2010 σ.8) αναφέρεται σε ένα νέο κίνημα στο χώρο αυτό, την κοινωνικομουσειολογία (sociomuseology), το οποίο θεωρεί προϊόν ωρίμανσης της νέας μουσειολογίας. Το κίνημα αυτό αφορά στον κοινωνικό ρόλο των μουσείων και της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και στις κοινωνικές αλλαγές που επηρεάζουν την «τροχιά» των μουσείων. Η κοινωνικομουσειολογία εξετάζει τα μουσεία και την κοινωνία ως συγκοινωνούντα δοχεία που αλληλεπιδρούν. Η κοινωνικομουσειολογία θεωρεί τον εαυτό της μέρος των κοινωνικών επιστημών, αφού η έρευνά της επικεντρώνεται στη διάρθρωση της

---

<sup>10</sup> Η αξιολόγηση είναι προκαταρκτική (πριν τη δημιουργία της έκθεσης), διαμορφωτική (κατά τη διάρκεια της έκθεσης) και συνοπτική (μετά το πέρας του προγράμματος) (Φουσέκη, 2010 σ.2).



μουσειολογίας με άλλου κοινωνικούς τομείς. Στόχος της μάλιστα είναι η αναγνώριση της μουσειολογίας ως μέσου βιώσιμης ανάπτυξης, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο (Moutinho, 2016).

## 2.2 Νέες Τεχνολογίες και Μουσείο

Ο επικεφαλής σύμβουλος ψηφιακής τεχνολογίας του MET της Νέας Υόρκης, Sree Sreenivasan, δήλωσε το 2015 πως «Ανταγωνιστές των μουσείων είναι το Netflix και το Candy Crash» (Shu, 2015) θέλοντας να τονίσει την ανάγκη για χρήση των νέων τεχνολογιών και πολυμεσικών εφαρμογών<sup>11</sup> από τους μουσειακούς οργανισμούς.

Είναι κοινός τόπος πως προσεκτικά σχεδιασμένες τεχνολογικές εφαρμογές συμβάλλουν στην επιτυχή λειτουργία των μουσείων (Lehn και Heath, 2005 σ,11). Οι τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών προσφέρουν πολλαπλές ευκαιρίες διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως η μελέτη των αντικειμένων, η αποκατάσταση και η διατήρησή τους, η προβολή και η διάδοσή τους (Λουκής και Παζάλος, 2007 σ.29).

Κάνοντας αρχή με τη διαχείριση και τεκμηρίωση των συλλογών, ένα μουσείο μπορεί να χρησιμοποιήσει ειδικά σχεδιασμένα συστήματα πληροφοριών με αποτέλεσμα τη διατήρηση διεθνών προτύπων αλλά και κοινής ορολογίας, όπως επίσης την εύκολη αναζήτηση και ανάκτηση πληροφοριών (Οικονόμου, 2004 σ.2). Έτσι, ένα μουσείο μπορεί να επιτύχει την ηλεκτρονική ψηφιοποίηση<sup>12</sup> των συλλογών του και τη δημιουργία ψηφιακών δεδομένων και μεταδεδομένων<sup>13</sup> (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.40-41). Τα ψηφιακά αυτά δεδομένα αξιοποιούνται στη συνέχεια για τη δημιουργία μουσειακών εκθέσεων, την έρευνα και τις εκδόσεις του οργανισμού, για την προβολή του μουσείου στο διαδίκτυο και τη δημιουργία ποικίλων άλλων εφαρμογών. Το ψηφιακό πολιτισμικό

---

<sup>11</sup> Μια εφαρμογή ονομάζεται πολυμεσική αν ενσωματώνει δύο ή περισσότερα από τα παρακάτω συστατικά : κείμενο-ακίνητη εικόνα- κινούμενη εικόνα- ψηφιακό ήχο- ταινία/ video- αλληλεπίδραση- συνδέσμους (links). Οι εφαρμογές πολυμέσων δέχονται εντολές από τον χρήστη και εκτελούν κάποιες ενέργειες (Καγιάφας, 2007 σ.75).

<sup>12</sup> Ψηφιοποίηση ονομάζεται η διαδικασία κατά την οποία υλικό σε αναλογική μορφή, με τη χρήση κατάλληλων ηλεκτρονικών εφαρμογών, παίρνει ψηφιακή μορφή (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.40).

<sup>13</sup> Μεταδεδομένα ονομάζεται το σύνολο των πληροφοριών που καταγράφονται για να περιγράψουν τα ψηφιακά δεδομένα (ο.π.π.: 41).

απόθεμα είναι απαραίτητο για τη δημιουργία οποιασδήποτε ψηφιακής εφαρμογής (Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σ.118). Επίσης, η ψηφιοποίηση είναι πολύ σημαντική για την τεκμηρίωση των συλλογών, καθώς εξασφαλίζει τη νομική κυριότητα των αντικειμένων αλλά και το γεγονός ότι το μουσείο γνωρίζει ανά πάσα στιγμή τι έχει, πού βρίσκεται και σε ποια κατάσταση είναι (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.40-41).

Οι πιο πάνω δραστηριότητες ενισχύουν τον ρόλο του μουσείου ως «εστίας» συγκέντρωσης γνώσης και πληροφοριών (Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.29). Σκοπός του μουσείου σύμφωνα και με τον Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM είναι να επινοήσει τα μέσα με τα οποία γνώσεις και πληροφορίες θα γίνουν προσιτές σε όλο το κοινό. Το μουσείο οφείλει να δώσει στους επισκέπτες του τη δυνατότητα να συλλάβουν το όραμα της πολιτιστικής εξέλιξης και αφού διαπλάσουν πολιτιστική συνείδηση, να συνεισφέρουν στη συνέχιση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.43). Η AVICOM<sup>14</sup> προτρέπει τα μουσεία να είναι ενήμερα και επαγγελματικά ευαισθητοποιημένα για τις δυνατότητες των οπτικοακουστικών μεθόδων και την προσφορά των νέων τεχνολογιών στα μουσεία (AVICOM, 2010). Τα μουσεία, λοιπόν, καλούνται να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία για να προσελκύσουν το κοινό και να δημιουργήσουν συναρπαστικές, διαδραστικές εμπειρίες για τους πραγματικούς και διαδικτυακούς επισκέπτες (Sherman, 2011).

Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μία μουσειακή έκθεση με την προβολή βίντεο, με την παροχή οθόνων αφής στους επισκέπτες ή χρήση των ιδιωτικών τους για κατέβασμα ανάλογων εφαρμογών (applications), με ξενάγηση από ακουστικούς οδηγούς, ρομπότ ή ξεναγήσεις αφής για άτομα με προβλήματα όρασης. Μπορούν, επίσης, να δημιουργηθούν ψηφιακά ολογράμματα, πληροφοριακοί δίσκοι, ηλεκτρονικά βιβλία-οδηγοί και ψηφιακά ηλεκτρονικά μουσειακά παιχνίδια (Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σ.120).

---

<sup>14</sup> Η AVICOM ιδρύθηκε το 1991 και είναι η Διεθνής Επιτροπή του ICOM για τα Οπτικοακουστικά μέσα και τις Νέες Τεχνολογίες εικόνας και ήχου/ Audiovisual and New Technologies of image and sound (AVICOM, 2010).



Εικόνα 5: Η εφαρμογή “Emma Lazarus: Poet of Exiles. A companion walking tour” που δημιούργησε το Museum of Jewish Heritage της Νέας Υόρκης το 2011.

Πολλά μουσεία, λοιπόν, χρησιμοποιούν ποικίλες εφαρμογές για να κερδίσουν το κοινό. Το Museum of Jewish Heritage της Νέας Υόρκης το 2011 δημιούργησε μία δωρεάν εφαρμογή που ονομάζεται “*Emma Lazarus: Poet of Exiles. A companion walking tour*” (εικόνα 5). Η εφαρμογή «περιοδείας με τα πόδια» (walking tour), που ταυτιζόταν με την περιοδική έκθεση του μουσείου, περιλάμβανε δεκαεννέα ιστορικά σημεία της πόλης μέσα από τα μάτια της Εβραίο- Αμερικανής ποιήτριας Emma Lazarus, γραπτά και ηχητικά σχόλια αλλά και φωτογραφίες από τον 19<sup>ο</sup> αι. (Sherman, 2011). Άλλα μουσεία χρησιμοποιούν εφαρμογές για να μυήσουν το κοινό στα άβατα, μέχρι πρότινος, του οργανισμού. Το MET, για παράδειγμα, δημιούργησε ειδική εφαρμογή η οποία εξηγεί πώς το μουσείο επιδιορθώνει τις ζημιές σε έργα τέχνης που εκθέτει (Shu, 2015). Παράλληλα, η συνεργασία με δημιουργικούς επαγγελματίες από άλλους χώρους σφυρηλατούν νέες σχέσεις με ακροατήριο που έχει ειδικά ενδιαφέροντα. Το Tyne and Wear Archives Museum κάλεσε ζωγράφους και μουσικούς, να συνεργαστούν, να εντρυφήσουν στις συλλογές και να δημιουργήσουν νέα έργα. Το αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία ενός νέου άλμπουμ μουσικής και μιας εβδομαδιαίας ραδιοφωνικής/ διαδικτυακής εκπομπής (Ridge και Birchall, 2015).

Άλλη σημαντική συμβολή των νέων τεχνολογιών είναι η παρουσία του μουσείου στο διαδίκτυο. Η παρουσία τού δείχνει πως δεν αντιλαμβάνεται τις νέες τεχνολογίες μόνο ως μέσο παρουσίασης ενός στατικού προϊόντος αλλά και ως παράγοντα αλλαγής της έννοιας του μουσείου. Από ευκαιριακό και στατικό μέσο αυθεντίας, το μουσείο έχει μετατραπεί σε καθημερινό μέσο δυναμικών, άμεσων και προσωπικών ερμηνειών από τους επισκέπτες του (Αρβανίτης, 2004 σ.189).

Κατά τον 21<sup>ο</sup> αι., το μουσείο έχει δεχτεί πολλές φορές κριτική για τον κοινωνικό του ρόλο. Ένας τρόπος να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα είναι να μετατρέψει τα κρυμμένα του πλούτη σε υλικό ανοιχτό και διαθέσιμο προς το κοινό (Mitchel, Trevinarus και Chajkonski, 2010). Οι νέες τεχνολογίες παρέχουν στο μουσείο τη δυνατότητα να καταστεί πρωταγωνιστής στη διάχυση της γνώσης, στην εμβάθυνση της μαθησιακής διαδικασίας και την παραγωγή ενός μοντέλου πολιτισμού που χαρακτηρίζεται από διαρκή διάλογο και ανοιχτή πρόσβαση. Καταλυτικό ρόλο σ' αυτό το έργο θα έχει πάντα ο ανθρώπινος νους, τόσο αυτός που σχεδιάζει – κατασκευάζει όσο και αυτός που εφαρμόζει – εξερευνά (Παπαδημητρίου και Γεωργοπούλου, 2007 σ.210).

## 2.3 Προκλήσεις για το «Νέο» Μουσείο

Ο Müller (2008) υποστηρίζει πως σε εκατόν πενήντα χρόνια τα μουσεία δεν θα έχουν την παρούσα μορφή καθώς θα αναγκαστούν να αναθεωρήσουν την αποστολή τους και το ρόλο τους στην κοινωνία, όπως συμβαίνει άλλωστε με πολλούς άλλους επιχειρηματικούς οργανισμούς. Για ποιους λόγους, όμως, το μουσείο καλείται να αλλάξει μορφή; Πώς μπορεί να απαντήσει το μουσείο σ' αυτές τις προκλήσεις;

Το 1970 παρατηρήθηκε «έκρηξη» (boom) στον μουσειακό χώρο, που συνίστατο στην ποσοτική αλλά και θεματική αύξηση των μουσείων. Εντούτοις, το κοινό που επισκέπτεται τα μουσεία έκτοτε, σύμφωνα με έρευνες, βρίσκεται σε φθίνουσα πορεία. Την ίδια ώρα που το βιοτικό και μορφωτικό επίπεδο του πληθυσμού ανεβαίνει, το ποσοστό που επιλέγει τη μουσειακή επίσκεψη ως μορφή ψυχαγωγίας φαίνεται να μειώνεται. Ίσως, η μείωση αυτή να οφείλεται στην αυξανόμενη χρήση της τεχνολογίας από τον άνθρωπο στον ελεύθερο του χρόνο (Burton και Scott, 2007 σ.50-51). Το μουσείο, ως πολιτιστικός οργανισμός, σύμφωνα με την Οικονόμου (2004 σ.2), συνδέεται με δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία. Ως εκ τούτου, πρέπει να πεισθεί το κοινό να επιστρέψει στους μουσειακούς χώρους (πραγματικούς και ψηφιακούς) για σκοπούς

αναψυχής<sup>15</sup>. Το μουσείο καλείται να κερδίσει το ενδιαφέρον του κοινού διεκδικώντας χώρους που βρίσκονται πέραν από την κτιριακή του δομή (Müller, 2008).

Όπως έχουμε αναπτύξει στην υποενότητα 2.2, «Νέες τεχνολογίες και Μουσείο», η απάντηση στην πρόκληση αυτή έρχεται με τη χρήση των νέων τεχνολογιών από τον οργανισμό και τα πολλαπλά οφέλη που αυτές προσφέρουν στο κοινό. Η χρήση τής, όμως, ελλοχεύει κάποιους νέους κινδύνους, οι οποίοι καιροφυλακτούν για το μουσείο. Οι Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου (2014 σ.123) επισημαίνουν πως η υπερβολική χρήση των νέων τεχνολογιών στο μουσειακό περιβάλλον μπορεί να οδηγήσει σε «τεχνολαγνεία», εάν ο επισκέπτης εστιάζει την προσοχή του στην τεχνολογική εφαρμογή και όχι στο περιεχόμενο. Αυτό συμβαίνει επειδή μουσεία υιοθετούν τυφλά τεχνολογικές εφαρμογές χωρίς να εξετάζουν κατά πόσον αυτές όντως υπηρετούν τους σκοπούς των μουσείων (Οικονόμου, 2004 σ.3). Γι' αυτό, πρέπει να επισημανθεί πως οι πολυμεσικές εφαρμογές δεν πρέπει να αποτελούν αυτοσκοπό για τα μουσεία (Καγιάφας, 2007 σ.76).

Ένας πολιτιστικός οργανισμός δεν μπορεί να χρησιμοποιεί την τεχνολογία για χάρη της τεχνολογίας. Σε αντίθετη περίπτωση το μουσείο κινδυνεύει να κατηγορηθεί για «ντισνεϋοποίηση/ disneyfication<sup>16</sup>». Πρέπει να γίνει αντιληπτό, από τους επαγγελματίες του μουσείου και το κοινό, πως ο ρόλος του μουσείου δεν έχει αλλάξει και πως δεν κινδυνεύει να χάσει την ταυτότητά του επειδή δίνει ιδιαίτερη σημασία στη δημόσια εικόνα τους. Διευρύνοντας την εργαλειοθήκη του με τις νέες τεχνολογίες, που του προσφέρουν ευρύτερες και αποτελεσματικότερες μεθόδους, επιτυγχάνει καλύτερα την αποστολή του (Macdonald και Alsford, 1995:141-143; Οικονόμου, 2003 σ.51). Η Rosalind Krauss (1990 βλ. English, 2007), θεωρεί ότι αφ' ης στιγμής το μουσείο χρησιμοποιεί τα βιομηχανικά και τεχνολογικά επιτεύγματα, υποβιβάζεται σε επενδυτή και έμπορο της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ομοίως, πολλοί επικριτές της στροφής που παίρνουν τα μουσεία (υπέρ της χρήσης της τεχνολογίας) αναφέρονται σε αυξημένη εμπορευματοποίηση τους και στην αντιμετώπιση των επισκεπτών ως καταναλωτών και πελατών. Τα μουσεία, όμως,

---

<sup>15</sup> Η λέξη «αναψυχή» δηλώνει το ευχάριστο συναίσθημα ψυχοσωματικής ανάτασης που προσφέρει η ανάπαυση, η χαλάρωση και η αγωγή της ψυχής (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.178).

<sup>16</sup> Ο χαρακτηρισμός εμφανίζεται το 1971, όταν το Royal British Columbia Museum, ανοίγει ξανά τις πόρτες του στο κοινό κατηγορείται από τον τύπο ότι ακολουθεί τα πρότυπα της Disney για να προσελκύσει το κοινό (Macdonald και Alsford, 1995 σ.141).

ξεκαθαρίζουν πως στόχος τους παραμένει πάντα η διαφύλαξη και η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα μουσεία προσαρμόζονται στο νέο κοινωνικό γίγνεσθαι για να μπορέσουν να επιβιώσουν (θεσμικά και οικονομικά) (Οικονόμου, 2003 σσ.51-52).

Αμφισβήτηση επιδέχεται και ο ρόλος των εμπειρογνομόνων του μουσείου καθώς ο σύγχρονος άνθρωπος έχει στη διάθεσή του πολλαπλές πηγές πληροφορίας. Ο οργανισμός καλείται να τεθεί επικεφαλής της επαναξιολόγησης του εμπειρογνώμονα στον σύγχρονο κόσμο (Müller, 2008) προσφέροντας στο προσωπικό του συνεχή και εξειδικευμένη επιμόρφωση (Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σ.122). Το προσωπικό των μουσείων πρέπει να μετεκπαιδευέται συχνά και να εξελίσσεται παράλληλα με τις εξελίξεις της μουσειολογίας (Μπούνια, 2009 σ.32).

Τα μουσεία καλούνται, επίσης, να προσαρμοστούν στα νέα κοινωνικά δεδομένα. Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης και της μετανάστευσης επηρεάζουν το πλαίσιο εντός του οποίου λειτουργούν (Müller, 2008). Ο οργανισμός οφείλει να ανταποκριθεί στην ολοένα και μεγαλύτερη ετερογένεια των επισκεπτών (Burton και Scott, 2007 σ.60). Το μουσείο θα πρέπει να αντιληφθεί ότι λειτουργεί και ως «πολιτικό<sup>17</sup>» ίδρυμα, δημιουργεί ταυτότητες, προωθεί τον διαπολιτισμικό, τον κοινωνικό και πολιτικό διάλογο. Ως εκ τούτου οφείλει να αναγνωρίσει τις διαφορετικές κοινότητες που το πλαισιώνουν, είτε ως επισκέπτες είτε ως κοινότητες προέλευσης των συλλογών του (Μπούνια, 2013 σ.4-5). Σήμερα όλοι οι πολιτιστικοί οργανισμοί επιθυμούν να ασχοληθούν με ένα ευρύτερο κοινό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν μουσεία της Γερμανίας που δηλώνουν την επιθυμία τους να ασχοληθούν με τους πρόσφυγες (Burgoyne, 2016). Τα μουσεία, λοιπόν, πρέπει να υπηρετούν ταυτόχρονα ένα εθνικό και ένα διεθνές κοινό (Müller, 2008).

Καθώς το βιοτικό επίπεδο των πολιτών βελτιώνεται, ταξιδεύουν περισσότερο (Müller, 2008). Συχνά, οι τοπικές αρχές εφαρμόζουν τη στρατηγική της «αστικής αναγέννησης», επικεντρωμένες στον τομέα του πολιτισμού, με σκοπό την τουριστική αναβίωση. Κεντρικό

---

<sup>17</sup> Ο όρος «πολιτικό» χρησιμοποιείται εδώ με την ευρύτερη έννοια. Πολιτικό είναι κάθε θέμα που έχει σχέση με τα κοινά, τη ζωή ενός κοινωνικού συνόλου, ενός κράτους και των κρατών μεταξύ τους (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.1456).

ρόλο σ' αυτή την αναγέννηση διαδραματίζει η ανάπτυξη μουσείων – συμβόλων<sup>18</sup> (Baniotopoulou, 2001 σ.2). Το μουσείο για να αυξήσει τη ροή του τουριστικού ρεύματος προς αυτό, πρέπει να παρουσιάσει τον εαυτό του ως αξιοθέατο, που συνδυάζει πολλά χαρακτηριστικά της ψυχαγωγικής δραστηριότητας και να προωθήσει τον εαυτό του ως κάτοχο άλλων μοναδικών χαρακτηριστικών. Πρέπει να δώσει έμφαση στον ρόλο που διαδραματίζει στην κοινωνική συνοχή. Το μουσείο ενσωματώνοντας την πολιτιστική κληρονομιά, την ιστορία, τις αξίες και τις παραδόσεις των κοινοτήτων, εκφράζει την επιθυμία της διάρκειας (Burton και Scott, 2007 σ.63).

Τα πολιτιστικά αγαθά, που θα παράγει το μουσείο έχοντας ως αποδέκτη το ευρύ κοινό, συνδέονται άμεσα και με την οικονομική βιωσιμότητα του μουσείου (Μπούνια, 2013 σ.7). Τα θέματα χρηματοδότησης των πολιτιστικών οργανισμών, γενικότερα, αποτελούν ένα σημαντικό ζήτημα τα τελευταία χρόνια (Μπούνια, 2009 σ.32). Ενώ, οι οικονομικές ανάγκες των μουσείων αυξάνονται, οι πηγές πιθανής χρηματικής υποστήριξης συρρικνώνονται (Harrison, 1994 σ.163). Οι εθνικές πολιτικές των κυβερνήσεων, με τη μείωση κονδυλίων, αναγκάζουν πολλές φορές τα μουσεία να βρίσκουν νέους τρόπους προσέγγισης του κοινού και των χορηγών (Μούλιου, 2015 σ.7).

Πολλοί ερευνητές προβληματίζονται ακόμα και κατά πόσον τα έξοδα για τις πολυμεσικές εφαρμογές, την επιμόρφωση του προσωπικού σε αυτά, τη συντήρηση και αναβάθμισή τους αξίζουν πραγματικά το κόστος που διατίθεται. Γι' αυτό και οι λογιστές των μουσείων πρέπει να λαμβάνουν σοβαρή υπόψη τους την αποστολή του μουσείου –για το οποίο εργάζονται- πριν προχωρήσουν στην επιλογή οποιασδήποτε ψηφιακής εφαρμογής (Lehn και Heath, 2005 σ.12). Η AVICOM καλεί τα μουσεία να συμπεριλάβουν τις νέες τεχνολογίες στον προϋπολογισμό λειτουργίας τους αλλά, παράλληλα, να μελετήσουν το οικονομικό πλαίσιο αναφοράς κάθε παραγωγής πολυμεσικών εφαρμογών (AVICOM, 2010).

Οι δημόσιες σχέσεις και το μάρκετινγκ έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της διοίκησης όλων των μεγάλων μουσείων (Harrison, 1994 σ.164). Το σύγχρονο μουσείο καλείται να λειτουργήσει στο πλαίσιο ενός επιχειρηματικού μοντέλου. Η ανάπτυξη συνεργασιών με

---

<sup>18</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αστική αναγέννηση της πόλης Bilbao, που στηρίχθηκε στη λειτουργία του Guggenheim Bilbao Museum (Baniotopoulou, 2001 σ.7-16).

άλλους φορείς θα το βοηθήσει να βελτιώσει τις πρακτικές του και να αξιοποιήσει όλους τους υπάρχοντες πόρους. Η εμπλοκή του κοινού σε όλες τις δραστηριότητές του θα συντείνει στη δημιουργία του αισθήματος της κοινοκτημοσύνης, άρα και της προσφοράς του κοινού προς αυτό (Μπούνια, 2013 σσ.6-7). Η μεγαλύτερη πρόκληση, λοιπόν, για το «νέο» μουσείο είναι να φέρει το κοινό κοντά σε αυτό και τις ιδέες/ αξίες που εκπροσωπεί.



# Κεφάλαιο 3

## Δυνητικό Μουσείο

Η διερεύνηση του όρου “virtual museums” και η μετάφρασή του στα νέα ελληνικά προβληματίζει τους ερευνητές. Στην παρούσα πτυχιακή διατριβή υιοθετείται ο όρος δυνητικό μουσείο και εξετάζονται οι τύποι του ως προς τη σχέση του με το συμβατικό/φυσικό μουσείο<sup>19</sup>, την παρουσία του ή όχι στο διαδίκτυο και τη χρήση των πολυμεσικών εφαρμογών. Σύμφωνα με ερευνητές το διαδίκτυο και η διαδραστικότητα αποτελούν πολύτιμα μέσα για την προώθηση/διαφήμιση του μουσείου, την παρακολούθηση της επισκεψιμότητας, την επέκταση των γεωγραφικών ορίων, τη δυνητική επίσκεψη και την προσφορά επικοινωνιακών και εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Πολλά είναι και τα οφέλη που προκύπτουν για την κοινωνία, την εκπαίδευση και τη διατήρηση- διάχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το δυνητικό μουσείο ορίζεται, από ορισμένους ερευνητές, αρνητικά ως προς το φυσικό μουσείο, έτσι καθίσταται απαραίτητη η σύγκριση των δύο μορφών μουσείων για να κατανοήσουμε την προσφορά τους.

---

<sup>19</sup> Για το μουσείο «εντός των τοίχων», η παρούσα πτυχιακή διατριβή υιοθετεί τους όρους συμβατικό και φυσικό, ανάλογα με το νόημα της εκάστοτε αναφοράς. Η έννοια συμβατικός, κατά τον Μπαμπινιώτη (1998 σ.1703), παραπέμπει σε αυτό που ακολουθεί τα πρότυπα, τους τύπους. Έτσι, δεν μπορεί να γίνει δεκτός για όλα τα μουσεία, αφού πολλά από αυτά ακολουθούν σύγχρονες μεθόδους σε όλα τα επίπεδα. Η έννοια φυσικός, ως αυτός που σχετίζεται με την υλική απόσταση (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.1936), υιοθετείται ως αντίθετο του δυνητικού μουσείου, που σχετίζεται με την ψηφιακή/ διαδίκτυακή υπόσταση.

### 3.1 Διερεύνηση του Όρου

Η αντίληψη ότι μπορεί να υπάρξει ένα μουσείο χωρίς φυσική παρουσία, χωρίς “τοιχούς<sup>20</sup>” οφείλεται στον André Marlaux (1947) (Schweinbenz, 2004 σ.3; Sylaiou, Liarokapis, Kotsakis και Patias, 2009 σ.521). Πρόκειται για ένα μουσείο που δεν χαρακτηρίζεται από «τούβλο και κονίαμα» αλλά από την ψηφιακή του διάσταση. Το μουσείο αυτό δεν παρουσιάζει μόνο εκθέματα και πληροφορίες αλλά δύναται να παρέχει διασυνδέσεις με άλλες συλλογές. Έτσι δημιουργούνται συλλογές που δεν έχουν ομολόγους τους στον πραγματικό κόσμο (Schweinbenz, 2004 σ.3).

Εβδομήντα χρόνια μετά, ο όρος «virtual museum» δύσκολα καθορίζεται τόσο στη διεθνή βιβλιογραφία (Carrozzino και Bergamasco 2009: 453, Kyrgianidou και Larkou, 2016: 1) όσο και κατά τη μετάφρασή του στην ελληνική γλώσσα. Όπως οι πλείστοι ορισμοί σε θέματα τεχνολογίας, έτσι και ο όρος αυτός, είναι υπό συνεχή αλλαγή. Ένας ορισμός που έγινε αποδεκτός από τη βιβλιογραφία, σήμερα μπορεί να μην είναι αποδεκτός ή και πλήρης (Ivarsson, 2009 σ.11).

Ο όρος «virtual» προέρχεται από το λατινικό ρήμα «valeo» που σημαίνει δύναμαι, ισχύω (Τσακαλώτου, 1921 σ.743-744). Η ελληνική απόδοση του όρου «virtual» ως «δυνητικό» παραπέμπει στο ρήμα «δύναμαι» των ελληνιστικών χρόνων (Μπαμπινιώτη, 2010 σ.389). Το ρήμα «δύναμαι» στα αρχαία ελληνικά έχει την έννοια (α) είμαι ικανός, άξιος, αρκετά ισχυρός να πράξω κάτι, (β) αξίζω, ισοδυναμώ προς κάτι (Σταματάκου, 2002 σ.285). Το μεγαλύτερο μέρος, όμως, της ελληνικής βιβλιογραφίας αποδίδει τον όρο «virtual» ως «εικονικό», παραπέμποντας στο ουσιαστικό «εικών» των ελληνιστικών χρόνων, που δηλώνει την αναπαράσταση, το ομοίωμα (Μπαμπινιώτη, 2010 σ.407). Στη νέα ελληνική γλώσσα το επίθετο «εικονικός» δηλώνει (α) αυτόν που αναφέρεται στις εικόνες ή και περιλαμβάνει εικόνες (β) αυτόν που δεν έχει πραγματική υπόσταση (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.562). Το επίθετο «δυνητικός» δηλώνει αυτόν που έχει τη δυνατότητα να συμβεί (Μπαμπινιώτη, 1998 σ.537).

---

<sup>20</sup> Οι τοίχοι στο όραμα του Marlaux παραπέμπουν μάλλον στα όρια, αφού σχεδιάζει ένα μουσείο με συλλογές που δεν έχει ομολόγους του στον υπαρκτό κόσμο (Schweinbenz, 2004 σ.3).

Η διασύνδεση της λατινικής ετυμολογίας του όρου «virtual» προκρίνει, ως φαίνεται, τη μετάφραση του όρου, στα νέα ελληνικά, ως «δυνητικό». Επιπλέον, ο όρος «εικονικός» δηλώνει το μη υπαρκτό, ενώ το δυνητικό κατά τον Pierre (2001 σ.21-26) δεν αντιπαρατίθεται στο πραγματικό αλλά στο «εν ενεργεία υπαρκτό». Η δυνητικοποίηση είναι ένας φορέας δημιουργίας πραγματικότητας, μια πραγματικότητα όχι αντίθετης αλλά διαφορετικής από την εν ενεργεία ύπαρξη. Άλλωστε το virtual museum στηρίζεται στη δυνητική πραγματικότητα, στη δυνατότητα δηλαδή που δίνεται στον άνθρωπο για αλληλεπίδραση σε πραγματικό χρόνο με τρισδιάστατα περιβάλλοντα που δημιουργούνται με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών (Χαρίτος, 2005 σ.83). Για τους πιο πάνω λόγους η παρούσα πτυχιακή διατριβή υιοθετεί ως μετάφραση του όρου «virtual museum» τον όρο «δυνητικό μουσείο».

Η έννοια του δυνητικού μουσείου εισήχθηκε, στη διεθνή βιβλιογραφία, από τους Tsihrizis και Gibbs (1991 σ.17-20) ως μέσο για να ξεπεραστούν οι περιορισμοί των «παραδοσιακών μουσείων» και να ενισχυθεί η παρουσία του χρήστη (Bonis, Stamos, Vosinakis, Andreou και Panagiotopoulos, 2008 σ.139). Το δυνητικό μουσείο, στον πρώτο αυτό ορισμό του, ορίζεται ως μία υπηρεσία, και όχι ως ένας χώρος, γιατί ως χώρος μπορεί να μην υφίσταται παρά μόνο ως ψηφιακά δεδομένα (Kyprianidou και Larkou, 2016 σ.1).

Το δυνητικό μουσείο ορίζεται αρνητικά ως προς το φυσικό από κάποιους μελετητές. Η Βρετανική Εγκυκλοπαίδεια (1998) το ορίζει «ως μία συλλογή που δεν φιλοξενεί πραγματικά αντικείμενα και έτσι στερείται της σταθερότητας και της μοναδικότητας του μουσείου, με τον ακαδημαϊκό όρο». Οι Desvallées και Mairesse (2009 σ.93-94) θεωρούν πως το σχόλιο του Schweibenz, 1998, πως «το δυνητικό μουσείο δεν διαθέτει πραγματικό τόπο ή χώρο» είναι μάλλον παρερμηνεία. Οι ίδιο υιοθετούν την εκδοχή του Deloche, 2001, δηλαδή, «πως πρόκειται για το μουσείο στο εξωτερικό πεδίο δράσης του».

Οι περισσότεροι σύγχρονοι ορισμοί για το δυνητικό μουσείο εστιάζουν στη διασύνδεσή του με τον διαδικτυακό ιστό (Ivarsson, 2009 σ.11). Ο Giaccardi (2004) το ορίζει ως «πολυμεσικό προϊόν ή ιστοσελίδα ικανή να παρέχει νέες και φρέσκιες εμπειρίες μαζί με την κληρονομιά ενός μουσείου». Οι Carozzino και Bergamasco (2009 σ.453) επισημαίνουν πως όταν μιλάμε για δυνητικό μουσείο αναφερόμαστε σ' έναν συνδυασμό τεχνολογίας με

σκοπό τη δημιουργία ενός ψηφιακού περιβάλλοντος, στο οποίο οι χρήστες νιώθουν «βυθισμένοι» και έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδράσουν.

## 3.2 Τυπολογία Δυνητικών Μουσείων

Ένα δυνητικό μουσείο μπορεί να είναι ψηφιακός διαδικτυακός εαυτός ενός φυσικού μουσείου ή να μην υπάρχει στον ρεαλιστικό κόσμο, να υφίσταται δηλαδή μόνο ψηφιακά και διαδικτυακά (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.43). Ο Hazan (2001) διαχωρίζει τον δεύτερο τύπο σε αυτά που ακολουθούν όλους τους τύπους του συμβατικού μουσείου και σε αυτά που κινούνται στη σφαίρα του φανταστικού<sup>21</sup> χωρίς να ακολουθούν τις παραδοσιακές συμβάσεις. Υπάρχουν, επίσης, οι υβριδικές εκθέσεις δηλαδή αυτές στις οποίες υπάρχει ένα μείγμα πραγματικού κόσμου και ψηφιακών δεδομένων (Kocsis, Barnes και Kenderdine, 2012 σ.118).

Μια δυνητική έκθεση μπορεί να είναι προσβάσιμη είτε μέσω web browser, που απαιτεί σύνδεση στο διαδίκτυο, είτε από οθόνη επαυξημένης πραγματικότητας χωρίς διασύνδεση στο διαδίκτυο (Patel, White, Walczak και Sayd, 2003 σ.3; Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2004 σ.126). Η έκθεση αυτή μπορεί να είναι περιβάλλον για έναν ή πολλούς χρήστες (Bonis κ.α΄., 2008 σ.139).

Ο Piacente (1996, βλ. Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.31-32) διαχωρίζει το διαδικτυακό μουσείο στο «μουσείο διά μέσω του εικονικού κόσμου» και στο «πραγματικό διαδραστικό». Σύμφωνα με το διαχωρισμό αυτό το μεν πρώτο είναι ένα φυσικό μουσείο που αναπαρίσταται και διαδικτυακά με τη βοήθεια χαρτών, κατόψεων και άλλου οπτικού υλικού – πραγματικού ή εικονικού – το μεν δεύτερο είναι σελίδες που δεν αναπαριστούν απλά το φυσικό μουσείο αλλά προσθέτουν επιπλέον στοιχεία και καλούν το κοινό να το ανακαλύψει ξανά. Και στις δύο περιπτώσεις ο Piacente αναφέρεται σε ένα «συμπληρωματικό» μουσείου, ενός υφιστάμενου μουσείου.

---

<sup>21</sup> Κάποιοι μελετητές ονομάζουν το μουσείο αυτού του τύπου «κυβερνομουσείο» (Αρβανίτης, 2004 σ.187).

Σύμφωνα με το ICOM υπάρχουν τρία είδη δυνητικών μουσείων στο διαδίκτυο : (α) το μουσείο βιβλιαράκι, brochure museum (β) το μουσείο περιεχομένου, content museum (γ) το μουσείο μάθησης, learning museum (Schweibenz, 1998 σ.3; Sylaiou κ.α΄., 2009 σ.521). Κάποιοι μελετητές προσθέτουν ως τέταρτη κατηγορία το μουσείο εικονική πραγματικότητα, virtual reality (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.44). Το μουσείο βιβλιαράκι είναι ιστοσελίδα σε μορφή ηλεκτρονικού βιβλίου. Το μουσείο περιεχομένου περιλαμβάνει και ψηφιακό – πολυμεσικό υλικό και το μουσείο μάθησης περιλαμβάνει ψηφιακά δεδομένα που παρουσιάζονται με εφαρμογές εκπαιδευτικού χαρακτήρα (Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.32; Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σσ.121-122).

Η απλή μορφή των δυνητικών μουσείων, δηλαδή το μουσείο βιβλιαράκι, παρουσιάζει περιεχόμενο με προσέγγιση 2D<sup>22</sup> (Patel κ.α΄., 2003 σ.2) είτε σε ιστοσελίδες είτε σε DVD-ROM (Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σσ.124-125). Αυτού του τύπου δυνητικά μουσεία περιέχουν στατικές συλλογές, τοποθετημένες σε προκαθορισμένες θέσεις και καθώς δεν απαιτούν αλληλεπίδραση ή διάδραση, ο χρήστης χάνει γρήγορα το ενδιαφέρον του (Bonis κ.α΄., 2008 σ.139).

Τα προηγμένα δυνητικά μουσεία, περιεχομένου και μάθησης, χρησιμοποιούν εφαρμογές Web3D και Augmented Reality (AR). Με τον όρο Web3D εννοούμε προγράμματα τεχνολογίας, όπως X3D και VRML που δημιουργούν εικονικά περιβάλλοντα, 3D γραφικά και διαδραστικές διαδικασίες (Petridis, White, Mourkousis, Liarokapis, Sifiniotis, Basu και Gatzidis, 2007 σ.73, Patel κ.α΄., 2003 σ.1). Με τον όρο AR εννοούμε εφαρμογές επαυξημένες πραγματικότητας, που δίνουν στον επισκέπτη την αίσθηση ότι είναι παρών (Liarokapis, Sylaiou, Basu, Mourkoussis, White και Lister, 2004 σ.47). Διαδραστικές εφαρμογές μπορούν να δημιουργήσουν στον χρήστη την αίσθηση της εμβύθισης (immersion) και της αλληλεπίδρασης (interraction) (Davies και Jefsoutine, 2001 σ.9; Roussou, 2001 σ.2; Bonis κ.α΄., 2008 σ.139). Οι εφαρμογές εμβύθισης είναι πολύ-αισθητηριακές (Pujol- Tost, 2001 σ.41). Εμβύθιση είναι η ψευδαίσθηση που δίνεται στον χρήστη ότι βρίσκεται στον «δημιουργημένο» κόσμο, περιβάλλεται δε από την εικόνα και τον ήχο με τέτοιο τρόπο

---

<sup>22</sup> Στην ελληνική βιβλιογραφία αναφέρονται και ως παθητικά συστήματα πολυμέσων (Δεληγιάννης κ.α΄. 128)

ώστε να νιώθει ότι είναι πραγματικά εκεί. Αλληλεπίδραση είναι η εμπειρία κατά την οποία το κοινό/ χρήστης δεν είναι απλός θεατής αλλά συμμετέχει ενεργά στο πρόγραμμα και καθορίζει ο ίδιος την εμπειρία του (Roussou, 2001 σ.2).

### 3.3 Η Συμβολή του Δυνητικού Μουσείου

Το δυνητικό μουσείο, μέσα από τις νέες τεχνολογίες, ανάγεται σε πρωταγωνιστή στη διάχυση της γνώσης, στην εμβάθυνση της εκπαιδευτικής διαδικασίας και στην παραγωγή ενός πολιτισμικού μοντέλου που χαρακτηρίζεται από εξωστρέφεια και ισότητα (Παπαδημητρίου και Γεωργοπούλου, 2007 σ.210). Ο απώτερος στόχος ενός ΔΠ είναι η γνωστική και επικοινωνιακή ενίσχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Pietroni, 2016 σ.471), όπως ορίζει η Αρχή 4 του Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM (Ελληνικό τμήμα ICOM, 2009 σσ.30-31).

#### 3.3.1 Κοινωνικό Μουσείο

Η δημιουργία μοναδικών μουσειακών εμπειριών τίθεται, στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αι., ως πρώτη προτεραιότητα από τους αντίστοιχους οργανισμούς. Έτσι, αρχίζει ο σχεδιασμός δράσεων που προάγουν την κοινωνική αποστολή του μουσείου με παραλήπτες το σύνολο των πολιτών (Μούλιου, 2015 σ.8). Στο πλαίσιο αυτό πολλοί οργανισμοί επιλέγουν τη δημιουργία δυνητικών μουσείων.

Το σύγχρονο μουσείο οφείλει να επινοήσει τα μέσα με τα οποία θα κάνει τις συλλογές του προσβάσιμες σε όλες τις κοινωνικές ομάδες (Αδαμ- Βελένη, 2007 σ.43). Το δυνητικό μουσείο ανοίγει τις πόρτες του αλλά και τις αποθήκες του σε απομακρυσμένες κοινότητες, που ίσως δεν θα έφθαναν ποτέ στο φυσικό μουσείο ή στις πηγές της εκάστοτε πληροφορίας (Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.40). Το μουσείο, ως πολιτιστικός οργανισμός, μπορεί να εξαπλωθεί διαδικτυακά σε ολόκληρο τον κόσμο (Müller, 2008) υπηρετώντας εθνικούς αλλά και διεθνείς σκοπούς. Το μουσείο μπορεί να διαδραματίσει

καταλυτικό ρόλο στον διαπολιτισμικό διάλογο (Müller, 2008) συστεγάζοντας όχι μόνο εκθέματα αλλά και τις απόψεις των χρηστών του. Έτσι, το μουσείο κάνει την κουλτούρα προσιτή σε όλους (Carrozzino και Bergamasco, 2009 σ.452).

Οι νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στο δυνητικό μουσείο μπορούν να βοηθήσουν άτομα με οπτικές, ακουστικές, κινητικές και μαθησιακές δυσκολίες να εισέλθουν στον μουσειακό χώρο και τις συλλογές του. Με την επίσκεψη σ' ένα ΔΠ, τα άτομα με αναπηρίες μπορούν να βιώσουν την προσομοίωση μιας μουσειακής επίσκεψης, να αναπτύξουν ικανότητες, να βιώσουν εμπειρίες και να ανακτήσουν γνώσεις που μέχρι τώρα φαίνονταν απρόσιτες. Πέραν από το γνωσιολογικό/ μαθησιακό πεδίο, τα άτομα αυτά εφοδιάζονται με αυτοπεποίθηση, αφού μπορούν μόνα τους να εξερευνήσουν τον κόσμο του μουσείου. Παράλληλα, εμπλέκονται σε θέματα διάσωσης της πολιτιστικής κληρονομιάς, ευαισθητοποιούνται και αποκτούν ενσυναίσθηση, με αποτέλεσμα να νιώθουν ενεργά μέλη της κοινωνίας (Liarokapsis κ.α', 2004 σσ.48-49).

Φαίνεται, λοιπόν, πως το δυνητικό μουσείο γίνεται μέσο αυτογνωσίας, προσωπικής έκφρασης και εκπροσώπησης καθιστώντας τον εαυτό του μέσο κοινωνικής ενσωμάτωσης (Weil, 1999 σ.53).

### 3.3.2 Δυνητικό Μουσείο και Εκπαίδευση

Οι νέες εκπαιδευτικές τάσεις τονίζουν πως η «μουσειακή εκπαίδευση», που εστιάζει στην απόκτηση συγκεκριμένης γνώσης, είναι πλέον ξεπερασμένη. Προωθείται πλέον το μοντέλο «εκπαιδευτικής μάθησης», που εστιάζει στη διαδικασία μάθησης, μέσα από τις εμπειρίες του επισκέπτη και την προσωπική του οπτική γωνία (Μπούνια, 2013 σ.5; Pietroni, 2016 σ.443). Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της διαδικτυακής συνεργατικής μάθησης είναι το γεγονός ότι συνάγει μοναδικές προοπτικές από διαφορετικούς ανθρώπους. Τα δυνητικά μουσεία μπορούν να τεθούν επικεφαλής των νέων αυτών εκπαιδευτικών προσεγγίσεων εξελίσσοντάς τον εαυτό τους από ιδρύματα διδασκαλίας (teaching institutions) σε ιδρύματα μάθησης (learning institutions) (Din, 2015 σ.107).

Οι νεώτερες μαθησιακές θεωρίες, και ιδιαίτερα ο κονστρουκτιβισμός, δίνουν έμφαση στην ικανότητα κάθε ατόμου να δομεί νοήματα ανάλογα με τις προϋπάρχουσες γνώσεις και τις εμπειρίες του. Στο δυνητικό μουσείο οι επισκέπτες βιώνουν διαδραστικές, πολυαισθητηριακές εμπειρίες που ενεργοποιούν τα διανοητικά, συναισθηματικά και κοινωνικά πεδία μάθησής τους (Γκαζή, 1999 σ.10; Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.45; Jones και Christal, 2002 σ.9). Περιδιαβαίνοντας το δυνητικό μουσείο, ο χρήστης αντιλαμβάνεται πως η πραγματικότητα δεν είναι μία και αδιαπραγμάτευτη, αλλά στοιχειοθετείται ανάλογα με το ευρύτερο πολιτισμικό περιβάλλον (Γκαζή, 2004 σ.10).

Η παρουσία πολυμέσων θεωρείται ιδιαίτερα επιτυχής στον τομέα της εκπαίδευσης. Ο συνδυασμός κίνησης, βίντεο, ήχου, κειμένου και εικονικής πραγματικότητας σ' ένα σχεδιασμένο περιβάλλον διάδρασης μπορούν να οδηγήσουν τους μαθητές σε καλύτερη κατανόηση του περιεχομένου μιας έκθεσης. Βέβαια, ο μαθητής/ χρήστης πρέπει να έχει πάντοτε ενεργό ρόλο στην εκπαιδευτική αυτή διαδικασία (Δελγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σσ.136-138; Din, 2015 σ.103). Ένα ιδανικό μουσειακό περιβάλλον μάθησης, πέραν από την εμπειρία με τις συλλογές, πρέπει να δημιουργεί στον επισκέπτη τις βάσεις για μετέπειτα προβληματισμό και να προσφέρει συνεχώς νέο υλικό που θα τροφοδοτεί το ενδιαφέρον του. Το δυνητικό μουσείο δύναται να προσφέρει το περιβάλλον αυτό, αφού είναι συνεχώς «παρόν» και ενημερώνεται διαρκώς (Spasojevic και Kindberg, 2001 σ.1; Din, 2015 σ.103), ενώ τα chat rooms<sup>23</sup> που χρησιμοποιούνται συντείνουν στη διατήρηση του ενδιαφέροντος των χρηστών (Shyam Sundar, Go, Kim και Zhang, 2015 σ.5).

Η γνώση για το παρελθόν, μέσα από αφομοιώσιμες δραστηριότητες, οδηγεί στην απόκτηση πολιτισμικής παιδείας, δηλαδή στον σεβασμό απέναντι στην πολιτιστική κληρονομιά (Δήμας, 2015 σ.286). Το κοινό γνωρίζει, κατανοεί και συμβάλλει στη διαχείριση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, υλοποιώντας την Αρχή 4 του Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM (Ελληνικό τμήμα ICOM, 2009 σσ.30-31).

---

<sup>23</sup> Έρευνες διαπιστώνουν ότι οι επισκέπτες των δυνητικών μουσείων μπορούν ευκολότερα να συνομιλήσουν μ' έναν άγνωστο και να ανταλλάξουν απόψεις, αφού όλοι οι φυσικοί και κοινωνικοί φραγμοί καταλύονται (Bandelli, 1999 σ.22).



### 3.3.3 Διάσωση και Διάχυση του Πολιτισμού

Η χρήση των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας για την πρόσβαση στην πολιτιστική κληρονομιά είναι ένα κοινωνικό αίτημα που στηρίζεται από τους ευρωπαϊκούς φορείς χάραξης πολιτικής (Πολυμερόπουλου, Καμέας και Θεοδοσίου, 2015 σ.297). Αναντίλεκτα τα μουσεία φέρουν την «ηθική ευθύνη» να διαφυλάξουν τις συλλογές τους και να τις κληροδοτήσουν στις επόμενες γενεές, σύμφωνα με την Αρχή 2 του Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM (Ελληνικό τμήμα ICOM 2009: 20- 26).

Τα δυνητικά μουσεία έχουν τη δυνατότητα να συνδεθούν με το κοινό και να μοιραστούν τα δεδομένα ολόκληρων των συλλογών τους. Έτσι, νέα κανάλια ψηφιακής επικοινωνίας επιτρέπουν τη συμμετοχή του κοινού στη μέριμνα για την πολιτιστική κληρονομιά (Ross, 2010 σ.20). Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να συλλάβουν το όραμα της πολιτιστικής εξέλιξης, να διαπλάσουν τους εαυτούς τους μέσα από αυτήν και ως επακόλουθο να συνεισφέρουν στη συνέχισή της. Για να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί, το μουσείο πρέπει να είναι περιβάλλον ανοιχτό και προσβάσιμο σε όλους, οικείο και ελεύθερο, που θα προσφέρει στους επισκέπτες του διαπολιτισμικές αξίες (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.44). Το περιβάλλον αυτό μπορεί να υλοποιηθεί μέσα από ένα δυνητικό μουσείο.

Τα ΔΠ μπορούν να προσφέρουν «υπηρεσίες» ανασύνθεσης αντικειμένων, που έχουν καταστραφεί ή ακόμα και χαθεί, για σκοπούς κοινοποίησης τους στο κοινό, διάχυσης της γνώσης, ως εργαλείο αφήγησης και πηγή πληροφοριών (Carrozzino και Bergamasco, 2009 σ.453). Παράλληλα, προσφέρουν στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς που δεν είναι προσβάσιμα «υλικά», προωθώντας και διασώζοντας την ΑΠΚ (Pietroni, 2016 σ.437). Οι τεράστιες δυνατότητες ψηφιακής συναρμολόγησης, παρουσίασης και ερμηνείας των εκθεμάτων στο δυνητικό μουσείο, τού προσδίδουν την ανάλογη δύναμη και επιρροή στο τι σκέφτονται, μαθαίνουν και αισθάνονται οι χρήστες (Weil, 1999 σ.45).

Τα δυνητικά μουσεία, όχι μόνο βελτιώνουν την εμπειρία του χρήστη, αλλά παράλληλα διευκολύνουν την πρόσβασή του σε συλλογές διαφορετικών ομάδων, με αποτέλεσμα τη διάχυση του τοπικού πολιτισμού (Petridis κ.α΄., 2007 σ.73) αλλά και θεμάτων «δύσκολων», όπως το Ολοκαύτωμα (Miles, 2001 σ.90) ή το σύγχρονο προσφυγικό ζήτημα (Burgoyne,

2016). Επιτρέπει την εξέταση ιστοριογραφικών διαμαχιών και τη συζήτηση γύρω από αυτές (Miles, 2001 σ.90). Οι ίδιοι οι χρήστες μπορούν να τροφοδοτήσουν το μουσείο είτε με τη δική τους εκδοχή για τα αντικείμενα, τις ιδέες που φέρουν, ακόμα και για το ίδιο το μουσείο (Müller, 2008) είτε με πληροφορίες από προσωπικά βιώματα και οπτικοακουστικό υλικό (ιδιαίτερα στις περιπτώσεις γηγενών εκθέσεων) (Christall, Roy και Cherian, 2015 σ.82). Έτσι, το κοινό γίνεται μέτοχος του οργανισμού και αυτός υλοποιεί την Αρχή 6 του Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM (Ελληνικό τμήμα ICOM, 2009 σσ.33-35).

### 3.3.4 Το Δυνητικό Μουσείο ως Εργαλείο Διαχείρισης και Μάρκετινγκ του Οργανισμού

Η διαχείρισή<sup>24</sup> του μουσείου αποτελεί σημαντικό τομέα της ζωής και επιβίωσής του. Η διοίκηση περιλαμβάνει ζητήματα οικονομικά και νομικά, τη διοίκηση του προσωπικού, το μάρκετινγκ, τη στρατηγική σχεδιασμού και προγραμματισμού των εκδηλώσεων του οργανισμού (Desvallées και Mairesse, 2009 σ.42). Η διασύνδεση ανάμεσα στο μουσείο και το μάρκετινγκ ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του '70, παράλληλα με τη νέα Μουσειολογία (Komarac, Ozretić Došen και Škare, 2014 σ.106).

Βασικό στοιχείο του έργου και της δημόσιας εικόνας ενός μουσείου αποτελεί το branding. Κατά τον Robert Jones (2014, στην Μούλιου 2015 σ.7) η δημιουργία brand/ εικόνας γίνεται απαραίτητη αφού η νέα Μουσειολογία δίνει έμφαση όχι μόνο στις συλλογές αλλά και στους επισκέπτες τους, όχι μόνο στα εκθέματα αλλά και στις ιστορίες που τα πλαισιώνουν. Επιπλέον, το μουσείο καλείται σήμερα να προσεγγίσει το «κοινό της τηλεόρασης και του διαδικτύου» που είναι συνηθισμένο σε πιο διαδραστικές εμπειρίες. Τέλος, όπως έχουμε προαναφέρει, η μείωση των κρατικών κονδυλίων προς τους πολιτιστικούς οργανισμούς αναγκάζει και τα μουσεία να αναζητήσουν νέους χορηγούς.

---

<sup>24</sup> Με τον όρο διαχείριση μουσείου εννοούμε τη διασφάλιση της διοικητικής λειτουργίας του μουσείου και γενικότερα των δραστηριοτήτων που δεν σχετίζονται με τους εξειδικευμένους μουσειακούς τομείς (συντήρηση, έρευνα, έκθεση) (Desvallées και Mairesse 2009 σ.42).

Το σύγχρονο μουσείο για να προσελκύσει το κοινό επικεντρώνεται στον επισκέπτη<sup>25</sup>, ο οποίος βλέπει το μουσείο ως μέσο αναψυχής και τον πολιτισμό ως εμπόρευμα και βιομηχανικό προϊόν (Burton και Scott, 2007σ.72). Η αυξανόμενη ανησυχία του μουσείου για το κοινό του μπορεί να αποδοθεί και στην αύξηση του επαγγελματισμού στο χώρο των μουσείων μεταπολεμικά (Weil, 1999 σ.32). Ο οργανισμός για να επιτύχει την αυξημένη προσέλευση του κοινού θα πρέπει να παρουσιάσει τον εαυτό του ως αξιοθέατο, που ενσαρκώνει την ιδέα της συνοχής και της διάρκειας για μια ομάδα, ενσωματώνει την ιστορία και την πολιτιστική κληρονομιά, διαφέρει από την εφήμερη και παροδική ψυχαγωγία (Burton και Scott 2007 σσ.81-82). Πρέπει να αποκτήσει συνάφεια με το κοινό του, προσφέροντάς του μοναδικές εμπειρίες και ανοίγοντας ένα ζωντανό διάλογο μαζί του (Komarac κ.α'. 2014 σ.106; Müller, 2008). Επιπλέον, για να εμπλέξει το κοινό του στη μουσειακή διαδικασία πρέπει να παρέχει, πέραν από τις ακαδημαϊκές γνώσεις για τα εκθέματα, ιδέες γι' αυτά που θα δημιουργούν νόημα στο κοινό (Burgoyne, 2016).

Για να απαντήσει στις πιο πάνω προ(σ)κλήσεις η διοίκηση των μουσείων επιλέγει προοδευτικές πρακτικές, όπως η πλαισίωση της μουσειακής εμπειρίας με επαυξημένες υπηρεσίες αλλά και η παρουσία τους στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με ερευνητές το διαδίκτυο και η διαδραστικότητα αποτελούν πολύτιμα μέσα για την προώθηση/διαφήμιση του μουσείου, την παρακολούθηση της επισκεψιμότητας, την επέκταση των γεωγραφικών ορίων, τη δυνητική επίσκεψη και την προσφορά επικοινωνιακών και εκπαιδευτικών υπηρεσιών (Hume, 2015 σσ.158-160). Σύμφωνα με τον Keene (1998 σσ.7-8) τα δυνητικά μουσεία μπορούν να γίνουν φορείς στην κοινωνία της πληροφορίας, φθάνοντας σ' ένα ευρύτερο κοινό και προσφέροντας ανεξάντλητες πληροφορίες. Το δυνητικό μουσείο, μέσω των νέων τεχνολογιών, μπορεί να ενισχύσει το ρεύμα προς το μουσείο και την εμπειρία των επισκεπτών, όπως αυτοί αιτούνται, εμπλέκοντάς τους σε συλλογές πλούσιες σε αντικείμενα και πληροφορίες, δραστηριότητες αλληλεπίδρασης και πλουραλισμού που εξυπηρετούν διαφορετικά μοντέλα μάθησης (Hume, 2015 σσ.158-160). Η αξία του μουσειακού οργανισμού αυξάνεται μέσω της ευχαρίστησης και της διασκέδασης που προσφέρει το δυνητικό μουσείο στους επισκέπτες του (Largosen, 2003 σ.147).

---

<sup>25</sup> Στο πλαίσιο αυτής της νέας οπτικής για τον μουσειακό επισκέπτη κάποια άρθρα αναφέρονται σε αυτόν χρησιμοποιώντας τον όρο «πελάτης» (Burton και Scott 2007; Καρδάσης 2007)

Ένα από τα μεγαλύτερα ζητήματα στο μάρκετινγκ ενός μουσειακού οργανισμού είναι η εξεύρεση χρηματικών πόρων. Δυστυχώς, τα περισσότερα μουσεία δεν έχουν υψηλούς προϋπολογισμούς και έτσι η ενασχόληση με την τεχνολογία και τις πολυμεσικές εφαρμογές είναι οικονομικά περιορισμένη (Mitchel, Trevinagus και Czajkonski, 2010). Παράλληλα, οι χορηγοί ζητούν από το μουσείο να βγει «έξω από τις πόρτες του» και να αναλάβει περισσότερες πρωτοβουλίες (Burgoyne, 2016).

Οι μουσειακοί οργανισμοί, εάν επιθυμούν να παραμείνουν ενεργά μέλη της σύγχρονης κοινωνίας, πρέπει να φθάσουν τόσο στο κοινό όσο και στους χορηγούς μέσα από τα σύγχρονα διαδικτυακά και τεχνολογικά πρότυπα (Mitchell κ.α'. 2010). Ο Hallowell (2001 σσ.39-40) υποστηρίζει πως το διαδίκτυο μπορεί να συντείνει στη διείσδυση του μουσειακού οργανισμού στην αγορά και στην προώθησή του στο κοινό, προσελκύνοντας επαναλαμβανόμενες επισκέψεις.

Ο Largosen (2003 σ.148-150) αναφέρει πως για τους διαχειριστές μουσείων που σχεδιάζουν την παροχή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου υπάρχουν τρεις στρατηγικές επέκτασης: (α) η στρατηγική αποφυγής, που συνεπάγεται την αποφυγή διάθεσης χρηματικών πόρων και περιορίζεται στη διαδικτυακή επικοινωνία με το κοινό (β) η στρατηγική περιεχομένου, που προσφέρει μεγάλο ποσοστό πληροφοριών αλλά όχι σε προηγμένα δυναμικά προγράμματα και έτσι είναι χαμηλού κόστους και (γ) η τεχνολογική στρατηγική· πρόκειται για την πιο ολοκληρωμένη στρατηγική διαδικτύου, που προάγει μεγάλο ποσοστό πληροφοριών σε προηγμένο δυναμικό περιβάλλον. Πρόκειται για την πιο πολυδάπανη επιλογή.

Η πραγματοποίηση επενδύσεων για τη διαδικτυακή παρουσία ενός μουσείου είναι στρατηγική απόφαση και πρέπει να τυγχάνει πλήρους υποστήριξης από τα μέλη του οργανισμού. Η κατάρτιση επιχειρησιακού σχεδίου είναι απαραίτητη ούτως ώστε να είναι σαφείς οι στόχοι της ενέργειας αυτής αλλά και τα οφέλη τόσο για το μουσείο όσο και το κοινό (Καρδάσης, 2007 σ.240). Οι διευθυντές των μουσείων πρέπει να κατανοήσουν τόσο τα πλεονεκτήματα της τεχνολογίας και του διαδικτύου όσο και την ανάγκη να δεσμευτούν με εξωτερικούς συνεργάτες που μπορούν να προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες (Hume, 2015 σ.175). Επιπλέον, σημαντικό ρόλο στη διαδικτυακή «εξωστρέφεια» του οργανισμού

θα διαδραματίσει ο «διαχειριστής γνώσης/ knowledge manager», ο οποίο γνωρίζοντας εις βάθος όχι μόνο τις συλλογές του μουσείου αλλά και τους στόχους, το όραμα του μουσείου, θα εργαστεί τόσο για την ταξινόμηση του υλικού, τις διεργασίες ψηφιοποίησης όσο και για την προώθηση του μουσειακού brand (Καρδάσης, 2007 σ.240).

Τα μουσεία που επιλέγουν τα διαδικτυακά προγράμματα για να προσεγγίσουν κοινό και χορηγούς, πρέπει να βεβαιώνονται ότι κάθε πρόγραμμα και κάθε διαδικτυακή παρουσία ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες του κοινού, τις οποίες μάλιστα πρέπει να αξιολογεί ανά τακτά χρονικά διαστήματα (Moore, 2015 σ.145). Τα αποτελέσματα κάθε τεχνολογικής και ψηφιακής εφαρμογής πρέπει να παρακολουθούνται στενά όχι μόνο για θέματα προϋπολογισμού αλλά και για σκοπούς ανατροφοδότησης και διορθωτικών κινήσεων (Weil, 1999 σ.44). Καθώς μάλιστα το κοινό του μουσείου γίνεται πολυπολιτισμικό, το μουσείο κάθε φορά που επιλέγει να στηρίξει ένα διαδικτυακό πρόγραμμα πρέπει να επεκτείνει τις γνώσεις του για τις παγκόσμιες υποθέσεις, τα παγκόσμια πολιτιστικά πρότυπα, τις αξίες των χωρών στις οποίες απευθύνεται (Moore, 2015 σ.145), να οραματίζεται τις τρέχουσες και αναδυόμενες ανάγκες των κοινοτήτων στις οποίες απευθύνεται (Weil, 1999 σ.45).

Πολλά μουσεία, στο πλαίσιο του μάρκετινγκ, εμπλέκουν τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Burgoyne, 2016) και τα chat rooms ως μέρος του δυναμικού μουσείου (Largosen, 2003 σ.148). Οι σελίδες αυτές αποτελούν άμεσο τρόπο πληροφόρησης για επικείμενες εκθέσεις και επερχόμενα γεγονότα (Kidd, 2011 σ.69) ενώ παράλληλα, συντείνουν στη διάνοιξη ενός διαύλου επικοινωνίας με το κοινό, με στόχο την προσβασιμότητα του κοινού στη γνώση, τη μελέτη και τη συνεργασία με το μουσείο. Από την άλλη αποτελεί ένα μέσο προσέγγισης χορηγών, που θα αποτελέσουν το κλειδί για τη βιώσιμη διαχείριση του οργανισμού και των συλλογών του (Pietroni, 2016 σ.442). Οι διαχειριστές μουσείων που χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα υποστηρίζουν ότι αυτά βοηθούν στην οικοδόμηση και διατήρηση του κοινωνικού ενδιαφέροντος γύρω από το ίδρυμα (Kidd, 2011 σ.72).

### 3.4 Σύγκριση Φυσικού – Δυνητικού Μουσείου

Η ανάπτυξη της νέας μουσειολογίας, στα τέλη του 20<sup>ου</sup> αι., μεταφέρει το επίκεντρο προσοχής του μουσείου από το αντικείμενο στην πληροφορία και το πλαίσιο που τό περιβάλλει (Sylaiou κ.α., 2009 σ.520). Την ίδια στιγμή το μουσείο καλείται να λειτουργεί ως εργαλείο επαφής με την κοινωνία, να επικουρεί την πολιτιστική εμπειρία και να διευρύνει τις δραστηριότητές του. Οι μουσειακοί οργανισμοί αντιλαμβάνονται ότι η ταχεία ανάπτυξη της τεχνολογίας μπορεί να εξυπηρετήσει τους πιο πάνω νέους στόχους (Carrozzino κ.α., 2009 σ.452). Η ανάπτυξη των γραφικών 3D και της εικονικής πραγματικότητας (virtual reality) επιτρέπουν στα μουσεία να αναπτύξουν νέες διαδραστικές και καθηλωτικές εφαρμογές, που προκαλούν διαισθητικές και συναρπαστικές εμπειρίες στους επισκέπτες (Bonis κ.α., 2009 σ.139). Επισκέπτες, όμως, δεν είναι μόνο οι φυσικές ανθρώπινες παρουσίες στο κτήριο του μουσείου αλλά και οι δυνητικοί επισκέπτες που επισκέπτονται το μουσείο μέσω ηλεκτρονικών εφαρμογών (Carrozzino κ.α., 2009 σ.453). Τα δυνητικά μουσεία γίνονται, έτσι, κατάλληλο μέσο για την προώθηση της νέας πολύπλευρης αποστολής του μουσείου και την προβολή της πληθώρας υλικού που συγκεντρώνεται στις αποθήκες του (Bonis κ.α., 2009 σ.139). Παρόλο, που η γέννηση του δυνητικού μουσείου μοιάζει φυσικό επακόλουθο της εποχής του, πολλοί ερευνητές έχουν ασκήσει κριτική σε αυτό ή εξέφρασαν τις αμφιβολίες τους για την ανάπτυξή του.

Κατ' αρχήν αμφισβητείται η «πραγματικότητα, ρεαλιστικότητα» του δυνητικού μουσείου. Όπως εξηγούν οι Kyrgianidou και Larkou (2016 σ.2) κάποιοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι τα δυνητικά μουσεία είναι «ψηφιακή αντανάκλαση» των φυσικών μουσείων και δεν μπορούν να υπάρξουν *per se*. Οι Sylaiou κ.α. (2009 σ.524) υποστηρίζουν πως το δυνητικό μουσείο μπορεί να επιτελέσει μόνο ρόλο συμπληρωματικό και βοηθητικό για ένα υφιστάμενο μουσείο. Κύριο επιχείρημα της άποψης αυτής είναι πως το πολιτιστικό αντικείμενο φέρει μαζί του μία «αύρα», η οποία μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτή μέσα σ' ένα ευρύτερο πολιτιστικό πλαίσιο, όπως αυτό που διαμορφώνει το συμβατικό μουσείο (Kyrgianidou και Larkou, 2016 σ.2). Πράγματι, ο φυσικός γεωγραφικός χώρος ή και το πολιτιστικό περιβάλλον στο οποίο δημιουργήθηκε ένα αντικείμενο περιλαμβάνει τις

σκέψεις και τις αντιλήψεις του εκάστοτε πολιτισμού. Επιπλέον, στο αντικείμενο ανιχνεύονται όχι μόνο η πρόθεση του δημιουργού, αλλά και τα βιογραφικά του στοιχεία, το πολιτιστικό του υπόβαθρο. Οπουδήποτε αλλού το αντικείμενο είναι, ούτως ή άλλως, εκτός του «αυθεντικού του χώρου» και νοείται ότι κανένας χώρος δεν μπορεί να γίνει ο «χώρος του δημιουργού» (Denice, 2007 σσ.199-201). Ο Giaccardi (2004) συμπληρώνει πως τα αντικείμενα του μουσείου, αφού έχουν απομακρυνθεί από το πραγματικό τους περιβάλλον, είναι ήδη εικονικά (virtual), έτσι εισηγείται τη δημιουργία νέων μορφών εικονικότητας. Ως εκ τούτου είτε μιλάμε για το φυσικό μουσείο είτε για το δυνητικό, αυτό που προσλαμβάνει ο επισκέπτης είναι μόνο αντανάκλαση του κόσμου στον οποίο ανήκει και δημιουργήθηκε το αντικείμενο/ έκθεμα. Ο Müller (2008) υπενθυμίζει πως η αναπαραγωγή έργων (reproduction) «είναι τόσο παλιά όσο και η καλλιτεχνική δημιουργία». Η αντίληψη περί κατωτερότητας της αναπαραγωγής σε σχέση με το αρχικό έργο δεν λαμβάνει υπόψη της την πολιτιστική ιστορία<sup>26</sup>.

Η άποψη πως ο επισκέπτης πρέπει να έρχεται σε επαφή με τα πραγματικά αντικείμενα φέρει, εξάλλου, κάποια μειονεκτήματα που σχετίζονται με το γεγονός ότι κάποια είναι πολύ μεγάλα, το κόστος προφύλαξης είναι πολύ ψηλό, ενώ οι κατάλληλες περιβαλλοντικές και εκθεσιακές συνθήκες δύσκολα επιτυγχάνονται (Tsichritzis και Gibbs, 1991 σ.17). Σ' ένα φυσικό μουσείο είναι δύσκολο, αν όχι αδύνατον, να επεκταθεί ή να τροποποιηθεί μία συλλογή. Τα αντικείμενα κατανέμονται και τοποθετούνται σε συγκεκριμένες θέσεις καθώς είναι πρακτικά αδύνατο να παρουσιαστούν διαφορετικά υποσύνολα μιας συλλογής. Η παρουσίαση αυτής της μορφής παραγνωρίζει τα ειδικά ενδιαφέροντα κάθε επισκέπτη (Bonis κ.α', 2009 σ.141). Αντίθετα, ο επιμελητής ενός δυνητικού μουσείου έχει τη δυνατότητα να πειραματιστεί με διάφορες ψηφιακές εφαρμογές και να τις παρουσιάσει στους χρήστες (Sylaiou κ.α', 2009 σ.524). Στα δυνητικά περιβάλλοντα υπάρχουν δυνατότητες ανασύνθεσης των αντικειμένων, ακόμα και αυτών που έχουν καταστραφεί (Carrozzino κ.α', 2009 σ.453). Επιπλέον, ψηφιακές εφαρμογές επιτρέπουν τη σύγκριση διαφορετικών εικόνων, ούτως ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να παρακολουθήσει τη διατήρηση ενός αντικειμένου (Sylaiou κ.α', 2009 σ.524). Καμιά περιοδική έκθεση δεν

---

<sup>26</sup> Ο Müller (2008, σ.26) κάνει αναφορά στα «ready mades» έργα του Duchamp αλλά και στη δυσπιστία με την οποία αντιμετωπίστηκαν αρχικά ο κινηματογράφος και η τέχνη της φωτογραφίας.

χάνεται με τη χρήση των ψηφιακών εφαρμογών, αφού τα δυνητικά μουσεία έχουν απεριόριστο «χώρο» και έτσι ο χρήστης μπορεί να την επισκεφθεί ανά πάσα στιγμή. Προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα, οι επιμελητές μπορούν να προσθέτουν νέες πληροφορίες που προκύπτουν από επιστημονικές έρευνες (Jones και Christal, 2002 σ.10). Ως εκ τούτων, το δυνητικό μουσείο όχι μόνο αίρει τους περιορισμούς ενός φυσικού/συμβατικού μουσείου αλλά προσφέρει σε πολλαπλά επίπεδα προοπτικές και πληροφορίες για κάθε αντικείμενο (Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.35).

Ένα άλλο στοιχείο αμφισβήτησης του δυνητικού μουσείου είναι ότι οι χρήστες δεν έχουν την «αίσθηση της παρουσίας» στον χώρο. Όπως επισημαίνουν οι Kyrgianidou και Larkou (2016 σ.2) αρκετοί διατυπώνουν την άποψη ότι η εμπειρία και η αλληλεπίδραση με τα εκτιθέμενα αντικείμενα είναι υποδεέστερες. Η έκθεση στο συμβατικό μουσείο θεωρείται πιο διεγερτική, θετική και ενδιαφέρουσα (Świerczyńska-Kaczor, 2015 σ.225) με αποτέλεσμα η εμπειρία να θεωρείται προνόμιο των λίγων που το επισκέπτονται πραγματικά (Δασκαλοπούλου και Μπούνια, 2008 σ.40). Αντιθέτως, άλλοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι το συμβατικό μουσείο είναι αυτό που προσφέρει περιορισμένες ευκαιρίες αλληλεπίδρασης στον επισκέπτη. Η περιήγηση στο κτιριακό μουσείο, συνήθως, προσφέρει λιγότερες πληροφορίες μέσα από τις ταμπέλες και ξεναγήσεις χωρίς την ενεργή εμπλοκή του επισκέπτη, ενώ σ' ένα δυνητικό μουσείο προσφέρονται πολλαπλές δυνατότητες εξερεύνησης και διάδρασης σε πραγματικό χρόνο (Petridis κ.α', 2007 σ.73). Καθώς τα αντικείμενα είναι συνήθως παθητικά, στο συμβατικό μουσείο, η εμπειρία δεν είναι ικανοποιητική για τις νεότερες γενιές (Tsichritzis και Gibbs, 1991 σ.17). Η δε έμφαση σε μια συναισθηματική εμπειρία, εν τη παρουσία των αντικειμένων, δεν μπορεί από μόνη της να οδηγήσει στη μάθηση και στην κατανόηση του πολιτισμού (Müller, 2008). Η μαθησιακή διαδικασία επιτυγχάνεται καλύτερα μέσα από πληροφορίες που παρουσιάζονται δικτυωτά και αναδιοργανώνονται με μοναδικό τρόπο για τον καθένα. Η μάθηση είναι μια οικοσυστημική διαδικασία μετατροπής των πληροφοριών σε γνώση, διαδικασία που μπορεί να επιτευχθεί κάλλιστα σ' ένα δυνητικό περιβάλλον (Pietroni, 2016 σ.443).



Η άποψη πως οι άνθρωποι πρέπει να έχουν άμεση επαφή με τα αντικείμενα, και άρα πρέπει να ταξιδέψουν και να εισέλθουν στο χώρο του μουσείου, ενθαρρύνει βεβαίως την αύξηση του τουρισμού (Tsichritzis και Gibbs, 1991 σ.17) και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε περιπτώσεις αστικής αναγέννησης με επίκεντρο τον πολιτισμό (Μούλιου, 2015 σ.13). Όμως, δεν πρέπει να ξεχνάμε πως το μουσείο οφείλει να βρει τρόπους ούτως ώστε να προσφέρει πρόσβαση σ' ένα ευρύτερο κοινό που για διάφορους λόγους δεν θα φθάσει στο φυσικό μουσείο (Jones και Christal, 2002 σ.1). Στο δυνητικό μουσείο οι πληροφορίες είναι προσβάσιμες από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου (Sylaiou κ.α', 2009 σ.524). Επιπλέον, πρόκειται για μια «περιήγηση» οικονομική και άμεση καθώς σήμερα το διαδίκτυο υπάρχει στα περισσότερα σπίτια αλλά και σε δημόσιους χώρους (Zκαι Gibbs, 1991 σ.25). Σταδιακά το μοναδικό μουσείο – κτήριο αντικαθίσταται από το μουσείο – δίκτυο, το οποίο μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο διάχυσης της πολιτιστικής κληρονομιάς σε παγκόσμια κλίμακα (Αθανασούλης, Καραμούντζου και Ψυχογιός, 2015 σσ.267-268).

Συμπερασματικά, τα φυσικά και δυνητικά μουσεία είναι δύο τρόποι διάχυσης των πολιτισμών του κόσμου. Και οι δύο μορφές εκθέσεων αποτελούν θεμελιώδεις πρακτικές έκθεσης (Müller, 2008). Τα δυνητικά περιβάλλοντα δεν απειλούν την ύπαρξη του φυσικού μουσείου, αντιθέτως μπορούν να αποβούν πόλος έλξης για το κοινό (Doron, 2003 σ.278).

# Κεφάλαιο 4

## Σχεδιάζοντας ένα Δυνητικό Μουσείο

Εφόσον ο μουσειακός οργανισμός ψηφιοποιήσει όλες τις συλλογές του και καλέσει τους απαραίτητους ειδικούς/ συνεργάτες μπορεί να προχωρήσει στο σχεδιασμό του δυνητικού μουσείου. Για να μπορεί η ομάδα επαγγελματιών να εργάζεται αποτελεσματικά πρέπει να καθοριστούν σαφώς οι προσδοκίες του μουσείου, οι δείκτες επιτυχίας και το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Οι στόχοι της ομάδας θα επιτευχθούν αν το δυνητικό μουσείο χαρακτηρίζεται από σαφήνεια χώρου και χρόνου, πλήθος συνδέσμων/ links, αφηγήσεις γύρω από τα εκθέματα και διαδραστικές δραστηριότητες για τον χρήστη. Σημαντικό είναι επίσης, το δυνητικό μουσείο να εντοπίζεται εύκολα από τις μηχανές αναζήτησης και να προσφέρει προσθετική αξία στη μουσειακή εμπειρία του χρήστη. Για τον χρήστη, σύμφωνα με έρευνες, ιδιαίτερη αξία έχει η άμεση και διαπροσωπική επικοινωνία με τους επαγγελματίες του μουσείου αλλά και μεταξύ των χρηστών. Το δυνητικό μουσείο στηρίζεται ασφαλώς στα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα. Έτσι, χρησιμοποιούνται πολυμεσικές εφαρμογές, τρισδιάστατα περιβάλλοντα και φιγούρες (avatars) ενώ το προηγμένο δυνητικό μουσείο χρησιμοποιεί όλα τα εφόδια που του προσφέρει το Web 2.0.

## 4.1 Βασικές Προϋποθέσεις

Πρώτο και καίριο βήμα στη δημιουργία ενός δυνητικού μουσείου είναι η δημιουργία και διαχείριση ψηφιακού αποθέματος (Petridis κ.α΄., 2007 σ.74). Η παρουσίαση του ψηφιακού αποθέματος, σ' ένα δυνητικό περιβάλλον εγείρει την ανάγκη για προσαρμογή του περιβάλλοντος στις ανάγκες των χρηστών και στην παροχή, κατά το δυνατόν, εξατομικευμένων δραστηριοτήτων (Bonis κ.α΄., 2008 σ.139).

Η δημιουργία κάθε ψηφιακής εφαρμογής απαιτεί πρωτίστως τη συμβολή πολλών ειδικοτήτων. Η στενή συνεργασία ανάμεσα στους επιμελητές του μουσείου, τους ειδικούς σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς και τους ειδικούς σε θέματα τεχνολογίας είναι θεμελιώδης για την επίτευξη ενός άρτιου αποτελέσματος (Pietroni, 2016 σ.445). Στον σχεδιασμό ενός δυνητικού μουσείου ο μουσειογράφος συμπληρώνεται από τον μουσειογράφο ψηφιακής έκθεσης, ενώ ο συντηρητής από τον πληροφοριακό υπεύθυνο για τη διαχείριση των ψηφιακών δεδομένων (Παπαϊωάννου και Στεργιάκη, 2013 σ.70).

Στο προκαταρτικό στάδιο συνεργασίας, οι φορείς πρέπει να καθορίσουν τις προσδοκίες τους από το έργο που θα παραχθεί αλλά και πώς αυτό θα αξιολογηθεί, ορίζοντας τους δείκτες επιτυχίας και το κοινό στο οποίο απευθύνονται. Πάνω σε αυτούς τους δείκτες θα στηριχθούν οι προγραμματιστές πολυμέσων για την ανάπτυξη του δυνητικού περιβάλλοντος αλλά και για τη δημιουργία μηχανισμών «παρακολούθησης» των χρηστών<sup>27</sup> (Soren, 2005 σσ.132, 146).

Ο Müller (2002 σσ.27- 29) επισημαίνει επτά στοιχεία που πρέπει να χαρακτηρίζουν ένα δυνητικό μουσείο. Αναφέρεται κατ' αρχήν στον χώρο (space) και στον χρόνο (time). Ο μεν χώρος – περιβάλλον έχει ελεύθερα τη μορφή που ο μουσειακός οργανισμός επιθυμεί<sup>28</sup>, ενώ ο χρόνος ουσιαστικά απουσιάζει από το δυνητικό μουσείο καθώς αυτό είναι πάντα

---

<sup>27</sup> Οι φορείς είναι σημαντικό να παίρνουν σε τακτά χρονικά διαστήματα μηνύματα ανάδρασης (feedback) για να κατανοούν τις ανάγκες των χρηστών, τα ενδιαφέροντα, τα κίνητρά τους και να προχωρούν σε αλλαγές (Soren, 2005 σσ.132- 133).

<sup>28</sup> Η αίσθηση του χώρου δεν μπορεί να μεταφερθεί στον χρήστη μόνο μέσω των τεχνολογικών εφαρμογών. Ο τόπος/ χώρος είναι «ένας οργανισμός σε συνεχή εξέλιξη» άρα είναι απαραίτητες εκείνες οι επιστημονικές γνώσεις που θα συντείνουν στην απεικόνιση του χώρου διαχρονικά (ολιστική όψη) και παράλληλα εστιάζοντας σε συγκεκριμένες ιστορίες και πρόσωπα (μονογραφική όψη) (Pietroni, 2016 σ.457).

«ανοιχτό» για τους επισκέπτες του. Οι σύνδεσμοι (links) είναι ένα βασικό συστατικό του δυνητικού μουσείου, δημιουργώντας ένα νέο «cabinet of wonders and curiosities», εμπριθές σε εικόνες, ήχο, κείμενο, βίντεο και σχεδιαστικές αναπαραστάσεις. Οι εικόνες μπορούν να μετατραπούν σε συναρπαστικές αφηγήσεις (storytelling) με τις πολυμεσικές εφαρμογές, δημιουργώντας διαφορετικές «φωνές» στην ίδια έκθεση. Σημαντικός στόχος μια δυνητικής έκθεσης είναι να επιτύχει τη διαδραστικότητα (interactivity) δημιουργώντας ανοιχτή επικοινωνία ανάμεσα στην έκθεση – το μουσείο – τους χρήστες<sup>29</sup>. Η πρόσβαση (accessibility) σ' ένα δυνητικό μουσείο από κάθε σημείο του κόσμου είναι σημαντικό πλεονέκτημα. Μια πρόσβαση γρήγορη, οικονομική και ευέλικτη έχει σημαντική αξία (production value).

Σημαντικό, επίσης, στοιχείο της διαδικτυακής επίσκεψης σ' ένα μουσειακό περιβάλλον είναι η προσωποποίηση της επίσκεψης. Απαραίτητο στοιχείο γι' αυτόν τον σκοπό είναι η πλοήγηση (navigation). Είναι σημαντικό ο χρήστης να επιλέγει την προσωπική του διαδρομή στα εκθέματα και στους χώρους (Davies και Jefsoutine, 2001 σ.10). Για το λόγο αυτό η οργάνωση των πληροφοριών και των εικόνων πρέπει να είναι σαφής, κατανοητή και με λογική δομή<sup>30</sup> (Soren, 2005 σ.146). Πρέπει να παρέχεται στον χρήστη πυξίδα προσανατολισμού, σχέδιο/ συμβολισμός για τη διαδρομή του μέσα στον χώρο και όλα τα μέσα που θα χρειαστεί για τη δυνητική περιήγησή του (Chiu, Lin, Tseng και Chen, 2000 σ.453).

Επίσης, η επικοινωνία, τόσο μεταξύ χρηστών – επαγγελματιών του μουσείου, όσο και μεταξύ της κοινότητας των χρηστών, συντείνει στην ανταλλαγή εμπειριών και ερμηνειών. Μέρος της επικοινωνίας αυτής είναι και η κριτική προσέγγιση από μέρους των χρηστών, που δημιουργεί συνθήκες δημιουργικής προόδου και δημοκρατικοποίησης των κοινωνικών ιστών. Γι' αυτό το λόγο σήμερα πολλά δυνητικά μουσεία χρησιμοποιούν τα δωμάτια συνομιλίας (chat rooms) στο δυνητικό περιβάλλον που δημιουργούν (Soren, 2005 σσ.140- 141).

---

<sup>29</sup> Ο Schweibenz (2004 σ.198) θεωρεί πως αυτή η διασύνδεση, που επιτυγχάνεται με τους συνδέσμους (links) και τη διεπιστημονική παρουσίαση των αντικειμένων, είναι το σημαντικότερο πλεονέκτημα του δυνητικού μουσείου.

<sup>30</sup> Οι Campos, Campos, Pestana and Jorge (2011 σ.157) εισηγούνται τη λογική της αφαιρετικότητας στο σχεδιασμό του δυνητικού μουσείου, υποστηρίζοντας πως η απλότητα συμβάλλει στην αντιληπτική αιτιότητα (perceptual causality).

Κατά τους Su, Benjamin και Zhang (1998 σ.616) το δυνητικό μουσείο πρέπει να συνδυάζει όλες τις εφαρμογές που προσφέρει το διαδίκτυο, να παράγει μια έκθεση κοντά στην πραγματικότητα, να είναι εύκολα εντοπίσιμο από όλες τις μηχανές αναζήτησης και τις δημοφιλείς ιστοσελίδες. Οι Sylaiu κ.α'. (2009 σ.521) συμπληρώνουν πως μια δυνητική έκθεση πρέπει να προσφέρει στους επισκέπτες της πολλαπλές δυνατότητες σύνδεσης με τα εκθέματα.

Το δυνητικό μουσείο, λειτουργώντας υπό τις αρχές της νέας μουσειολογίας, αναπαριστά, αναπαράγει και δημιουργεί ταυτότητες άρα φέρει κοινωνική και ηθική ευθύνη. Ως εκ τούτου, καλείται να δημιουργήσει μέσα από τις εκθέσεις του νοήματα και να απαντήσει σε κοινωνικά και ηθικά ερωτήματα (Μπούνια, 2013 σσ.4-5). Η δυνατότητα των μεταδεδομένων ψηφιακού αποθέματος να ανασυνδέουν αντικείμενα/ συλλογές οδηγεί σε νέες ερμηνείες και κατασκευή νέων γνώσεων από τους χρήστες και έτσι επιτυγχάνεται η δημιουργία νοήματος (Barton, 2015 σ.151). Ένα δυνητικό περιβάλλον μπορεί να γίνει ταυτόχρονα χώρος πληροφόρησης για την εθνική ταυτότητα αλλά και για την πολυπολιτισμικότητα<sup>31</sup> (Shaw και Krug, 2013 σ.248). Οι τεχνολογίες, που χρησιμοποιούνται σ' ένα δυνητικό μουσείο, πρέπει να αναδείξουν την ικανότητα της πολιτιστικής κληρονομιάς να δημιουργήσει αισθήματα αυτοπροσδιορισμού, προσωπικής ευτυχίας αλλά και ευθύνης για τη φροντίδα και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς (Pietroni, 2016 σ.450).

Η αφήγηση<sup>32</sup> και η εκπαίδευση, το παιχνιδιάρικο και το υποβλητικό στυλ, η παθητική καρποφορία και η ενεργή διαδραστικότητα πρέπει να εναλλάσσονται διαρκώς στο δυνητικό περιβάλλον προσφέροντας στους χρήστες ευκαιρίες για διαφορετικές εμπειρίες και διεγείροντας διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής και διάδρασης. Η αφήγηση και η αλληλεπίδραση δίνουν την ευκαιρία στους καλλιτέχνες να έρθουν σε επικοινωνία με το κοινό, μεταφέροντάς του σημαντικά στοιχεία του πολιτισμού (Pietroni, 2016 σσ.447-

---

<sup>31</sup> Ο πλουραλισμός απόψεων που προσφέρει συντείνει εποικοδομητικά στο αίσθημα «του ανήκειν» σε μία ομάδα, ιδιαίτερα σημαντικό για τους νέους χρήστες, στους οποίους στοχεύουν πολλά μουσεία (Shaw και Krug, 2013 σ.248).

<sup>32</sup> Η αφήγηση πρέπει να συνδυάζει σενάριο, οπτικοποίηση, ήχο και διάδραση. Το σενάριο είναι αυτό που καθορίζει την επιλογή της γλώσσας, του επικοινωνιακού ύφους, του φωτισμού, της κίνησης της κάμερας, του ήχου και της έντασης, του ρυθμού και του επιπέδου διαδραστικότητας, της ιεραρχικής οργάνωσης του περιεχομένου (Pietroni, 2016 σ.451 )

472). Το δυνητικό μουσείο δεν λειτουργεί ως ίδρυμα, όπου η γνώση μεταφέρεται στυγνά, αλλά ως χώρος επικοινωνίας που εμπνέει «μια γνήσια ποιητική εμπειρία» (Harrison, 1194 σ.171). Η εκλεπτυσμένη, μάλιστα, αντιπαράθεση εμπειριών, που επιτυγχάνεται μέσα από τους διαφορετικούς τρόπους παρουσίασης των αντικειμένων και ερμηνείας τους από τους χρήστες, μπορεί να συντείνει στην εντατικοποίηση της μουσειακής εμπειρίας και την προσέλευση του κοινού (Κούρια, 2015).

Δεν πρέπει να ξεχνάμε βέβαια πως ένα δυνητικό περιβάλλον πρέπει να εξυπηρετεί και τον ίδιο τον μουσειακό οργανισμό, πέραν από τους χρήστες. Το τεχνολογικό πλάνο, που αναπτύσσεται κατά την περίοδο προετοιμασίας του δυνητικού μουσείου, πρέπει να είναι προσπελάσιμο και κατανοητό από τους πολιτιστικούς οργανισμούς, να είναι εύχρηστο για το προσωπικό του και να ανασυγκροτείται εύκολα (Patel, 2003 σ.4; Soren, 2005 σ.146).

## 4.2 Τεχνολογία Δυνητικού Περιβάλλοντος

Το δυνητικό περιβάλλον (ΔΠ) αποτελείται από έναν συνδυασμό τεχνολογιών που δημιουργούν τρισδιάστατο (3D) περιβάλλον με σκοπό την εμπύθιση του χρήστη σε αυτό (Carrozzino και Bergamasco, 2009 σ.453). Η κινητήριος δύναμη ενός ΔΠ βρίσκεται στις δυνατότητες της διαδικτυακής τεχνολογίας, τη συνδεσιμότητα και την εν δυνάμει πολύπλευρη μετάδοση πληροφοριών (Αρβανίτης, 2004 σ.191) ενώ βασικά χαρακτηριστικά του είναι η περιήγηση και η διαδραστικότητα<sup>33</sup> (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.41). Web (παγκόσμιος ιστός), virtual reality (εικονική πραγματικότητα) και augmented reality (επαυξημένη πραγματικότητα)<sup>34</sup> δίνουν πολλαπλές δυνατότητες στους επαγγελματίες για τη δημιουργία ΔΠ (Petridis κ.α', 2007 σ.73). Από μέρους του χρήστη η δυνητική περιήγηση απαιτεί μόνο έναν υπολογιστή συνδεδεμένο στο διαδίκτυο, μια

---

<sup>33</sup> Για να επιτευχθούν τα βασικά χαρακτηριστικά του ΔΠ είναι απαραίτητη η δημιουργία τριδιάστατων γραφικών σε πραγματικό χρόνο (real time 3D graphics), άρα υπολογιστές με πολύ μεγάλες επεξεργαστικές ικανότητες (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.42).

<sup>34</sup> Η VR και η AR δεν χρησιμοποιούνται βέβαια για την απλή παράθεση εκθεμάτων αλλά ρυθμίζονται ώστε να αφηγούνται μία ιστορία με σκοπό την κατανόηση των πολιτισμικών πλαισίων (Petridis κ.α', 2007 σ.73).

κονσόλα παιχνιδιών (Jones και Christal, 2002), ή μια οθόνη αφής επαυξημένης πραγματικότητας (Patel κ.α', 2003 σ.3).

Η τεχνολογία ΔΠ στηρίζεται σε συστήματα πολυμεσικών εφαρμογών. Ένα σύστημα πολυμέσων, ανάλογα με τις ενέργειες που εκτελεί, μπορεί να είναι προσχεδιασμένο ή εξελικτικό. Το προσχεδιασμένο σύστημα εκτελεί μόνο προδιαγεγραμμένες εντολές, ενώ το εξελικτικό παρέχει τη δυνατότητα ενεργειών που εξελίσσονται ανάλογα με τη διάδραση του χρήστη. Επίσης, ένα σύστημα μπορεί να είναι (α) παθητικό, στο οποίο η μορφή των δεδομένων δεν προσφέρει δυνατότητα αλληλεπίδρασης ή διαδράσης, (β) διαλογικό, δηλαδή ο χρήστης επιλέγει τα δεδομένα που θα εξερευνήσει μέσω συνδέσμων, (γ) διαδραστικό, όπου ο χρήστης μπορεί να έχει διάδραση με τα δεδομένα και (δ) προσαρμοστικό, όπου ο χρήστης μπορεί να αναδιαμορφώσει τα δεδομένα ανάλογα με τις ανάγκες του. Όσον αφορά στους κανόνες διάδρασης αυτοί μπορεί να είναι στατικοί ή δυναμικοί. Τα συστήματα ενεργοποιούνται είτε μέσω ανθρώπινης παρουσίας είτε μέσω ανθρώπινης δράσης είτε μέσω περιβάλλοντος. Το δε περιεχόμενο των συστημάτων πολυμέσων μπορεί να προκαθορίζεται από τον δημιουργό, να επιλέγεται από τον χρήστη ή να τυγχάνει επεξεργασίας από αλγόριθμους (Δεληγιάννης και Παπαϊωάννου, 2014 σσ.128-129).

Ακόμα και πιο απλές λειτουργίες των πολυμεσικών εφαρμογών, όπως η μεγέθυνση εικόνων και η επικέντρωση σε λεπτομέρειες επιτρέπουν στους χρήστες να παρατηρήσουν στοιχεία που θα τους οδηγήσουν σε ερμηνείες και νοήματα «κρυφά» (Toth, 2011 σ.216). Πιο προηγμένες πολυμεσικές εφαρμογές, όπως η ενσωμάτωση αισθητήρων στο αντίγραφο ενός αντικειμένου, μπορούν να το μετατρέψουν σε ζωντανό αφηγητή της ιστορικής πραγματικότητας, λειτουργία ιδιαίτερα σημαντική για άτομα με ειδικές ανάγκες (Petridis κ.α', 2007: 74).

Το Web 2.0 (εξελιγμένη μορφή διαδικτύου) αποτελείται από τεχνολογίες που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των χρηστών στη δημιουργία και διαχείριση περιεχομένου αλλά και τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Έτσι, μπορεί να συμβάλει και στην ανάπτυξη ενός δυναμικού μουσείου με πολλαπλούς στόχους (Καρδάσης, 2007 σσ.235-238). Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι το Web2.0 δίνει τη δυνατότητα στην αφήγηση (storytelling) να πάρει τη

μορφή προβληματισμού, ερμηνείας και αναπαράστασης κάνοντας την εικονική αφήγηση θεμελιώδης πρακτική των δυνητικών μουσείων (Müller, 2002 σ.27). Επιπλέον, στο διαδίκτυο, μέσω συνδέσμων, ένα αντικείμενο παρουσιάζεται σε πολλές μορφές (στατική εικόνα, κινούμενη εικόνα<sup>35</sup>, 3D<sup>36</sup>, κείμενο, παιχνίδι). Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να μεταβαίνει από τη μία μορφή στην άλλη, ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του και να οδηγείται σε διαφορετικές ερμηνείες (Petridis κ.α΄., 2007 σ.75; Tang, 2005 σ.54).

Τα 3D περιβάλλοντα που παρέχονται στο διαδίκτυο (π.χ. TrueSpace) μπορούν να δημιουργήσουν καθηλωτικά μουσειακά περιβάλλοντα (Jones και Christal, 2002). Για σκοπούς ορθής λειτουργίας και συνεργασίας μεταξύ των επαγγελματιών των μουσείων έχει δημιουργηθεί ειδική «γλώσσα» για τις 3D μουσειακές απεικονίσεις. Πρόκειται για τη Virtual Reality Modeling Language (VRML) (Su κ.α΄., 1998 σ.615). Οι εγκαταστάσεις VR δίνουν στον χρήστη τη δυνατότητα να επιλέξει τι, πού, πότε και γιατί θα το εξερευνήσει (Gessner, 2016 σ.156). Μέσω του 3D περιβάλλοντος ο επισκέπτης μπορεί να περπατήσει σ' ένα οποιοδήποτε μουσειακό περιβάλλον, ακόμα και να επιλέξει πώς θα διαμορφωθεί μία αίθουσα. Με τη χρήση εργαλείων, όπως chat rooms, ήχος - ηχεία, white board interface, η παρουσίαση μπορεί να κυμαίνεται από περιήγηση σε πραγματικό χρόνο μέχρι αυτοξενάγηση (Jones και Christal 2002). Μια άλλη μορφή περιήγησης σε 3D περιβάλλον γίνεται μέσω ειδικών οθονών που ενσωματώνονται σ' ένα κράνος Head- Mounted Display (HMD) (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.33). Η τεχνολογία motion capture (mocap) είναι άλλη μια μέθοδος τρισδιάστατης ψηφιακής καταγραφής που χρησιμοποιείται για την κίνηση. Η χρήση της αυξάνεται ολοένα και περισσότερο στις περιπτώσεις της ΑΠΚ (Αριστείδου, Σταυράκης, Χρυσάνθου και Ιωαννίδης, 2015 σ.255). Το 3D περιβάλλον λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε η γνώση να δημιουργείται μέσα από την εμπλοκή του χρήστη (enaction), να δομείται μέσα από όλες τις αισθήσεις και να αποκρυσταλλώνεται μέσα από την προσωπική εμπειρία (Pietroni, 2016 σ.442). Τέλος, μέσω μοντέλων 3D μπορούν να δημιουργηθούν avatars. Μέσω αυτών ο χρήστης μπορεί να προβεί σε διάφορες ενέργειες, πέραν από την κίνηση στο χώρο. Το avatar μπορεί να εκπροσωπεί τον ίδιο τον χρήστη ή κάποιον επαγγελματία του μουσείου π.χ. έναν ξεναγό (Zhang και Yang, 2009 σ.158).

---

<sup>35</sup> Μέσω εφαρμογών όπως το Quick Time (σ΄.π.π.).

<sup>36</sup> Εφαρμογές όπως η Fused Deposition Modelling μπορούν να δημιουργήσουν τρισδιάστατα αντικείμενα κατευθείαν από σαρωμένα ψηφιακά μεταδεδομένα (σ΄.π.π.).



## 4.3 Κοινό και Δυνητικό Μουσείο

Στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, που η ανάγκη για επιστροφή στην πολιτισμό και τους πολιτισμικούς χώρους τίθεται επιτακτικά, η συμμετοχή του κοινού στην πολιτισμική διαδικασία θεωρείται εκ των ων ουκ άνευ. Το μουσείο καλείται να εντοπίσει τις προσδοκίες – απαιτήσεις του κοινού για να μπορέσει να το φέρει πίσω στους πολιτιστικούς χώρους (Pietroni, 2016 σ.471). Καλείται να δώσει στο κοινό που «περιφέρεται μπροστά από τις βιτρίνες των εκθεμάτων» (φαινόμενο cultural window shopping) μοναδικές εμπειρίες εμπύθισης, περεταίρω πληροφορίες για τα εκθέματα και εναλλακτικές μορφές ψυχαγωγίας (Schveibenz, 2004 σ.187).

### 4.3.1 Το Δυνητικό Μουσείο Απευθύνεται στο Κοινό

Κοινό για το δυνητικό μουσείο αποτελούν οι διαδικτυακοί επισκέπτες του και οι χρήστες των πολυμεσικών εφαρμογών του. Το κοινό σήμερα για τους ερευνητές δεν αποτελεί μια μάζα αλλά αντιμετωπίζεται ως συγκεκριμένες ομάδες – στόχοι (target groups). Το κάθε μουσείο αποφασίζει συνειδητά να απευθυνθεί σε συγκεκριμένες ομάδες και αξιοποιεί για τους λόγους αυτούς μία σειρά από ειδικούς επαγγελματίες<sup>37</sup>. Ο «μουσειολόγος – μάνατζερ»<sup>38</sup> συμβουλεύεται τις έρευνες κοινού<sup>39</sup> για να μπορέσει να ικανοποιήσει τις προσδοκίες της ομάδας στην οποία θα απευθυνθεί (Γκαζή, 2004 σ.9). Σημαντικό ρόλο, στην προσέγγιση του κοινού, διαδραματίζει επίσης ο «μουσειολόγος – ερευνητής κοινού» αξιολογώντας τα μουσειακά προγράμματα. Η συστηματική έρευνα κοινού οδηγεί στην ανάπτυξη προγραμμάτων με γνώμονα τις προσδοκίες, τις αντιλήψεις και της ανάγκες των επισκεπτών. Προσφέρει δηλαδή στο κοινό «εμπειρίες ζωής» (Φουσέκη, 2015 σ.3).

---

<sup>37</sup> Η έμφαση των μουσείων, σύμφωνα με τη νέα μουσειολογία, στην προσέλκυση μη – κοινού ανέδειξε νέες θέσεις και επαγγέλματα στο χώρο αυτό. Ενδεικτικά αναφέρουμε audience development officer, diversity manager, social inclusion officer (Φουσέκη, 2010 σσ.6-7).

<sup>38</sup> Η ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικής πολιτικής για τη διεύρυνση του κοινού προϋποθέτει γνώσεις διοίκησης και διαχείρισης, στοιχεία που αναδεικνύουν το ρόλο του «μουσειολόγου - μάνατζερ» (ο' .π.π.).

<sup>39</sup> Πολλά μουσεία χρησιμοποιούν το λογισμικό WebTrends για να αναλύσουν τις διαδικτυακές επισκέψεις κοινού (Soren και Lemelin, 2004 σ.71).

Το πώς το κοινό χρησιμοποιεί, ερμηνεύει και εκλαμβάνει την εμπειρία του σε μία ψηφιακή έκθεση πρέπει να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη της (Kocsis κ.α', 2012 σ.110). Οι ομάδες δημιουργίας μιας έκθεσης, οι ομάδες ψηφιακής διαχείρισης και το κοινό- στόχος πρέπει να συζητούν για τους παράγοντες που κάνουν μία επίσκεψη ποιοτική. Επιπλέον, η επαφή και η συζήτηση με το κοινό βοηθά το μουσείο να εξετάσει τη σχέση του με αυτό και να παρουσιάσει σαφείς στόχους και όραμα (Soren και Lemelin, 2004 σ.81).

Ο Świerczyńska- Kaczor (2015 σ.225) θέτει το ερώτημα κατά πόσον μία δυνητική έκθεση, εμπλουτισμένη με πολυμεσικές εφαρμογές, επηρεάζει την εμπειρία και τη συμπεριφορά του επισκέπτη. Για να απαντηθεί το ερώτημα αυτό πρέπει να διερευνηθούν (α) η ίδια η έκθεση και οι πολυμεσικές εφαρμογές που χρησιμοποιούνται (β) η εμπειρία και (γ) το προφίλ των χρηστών.

Οι Kobsa, Koenemann, Pohl (2001 βλ. Bonis κ.α', 2008:141) προτείνουν έρευνα κοινού, η οποία θα προσφέρει πληροφορίες για τη συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά των χρηστών. Τα δεδομένα αυτά θα κατατίθενται σε μία βάση δεδομένων με σκοπό την εξαγωγή υποθέσεων για τις προτιμήσεις των χρηστών, ούτως ώστε το δυνητικό μουσείο να προσφέρει στο κοινό του εξατομικευμένο περιεχόμενο.

Οι Shaw και Krug (2013 σσ.239-240) επισημαίνουν πως πολλά μουσεία σήμερα απευθύνονται στους νέους και γι' αυτό άλλωστε δημιουργούν ΔΠ. Η ομάδα αυτή (target group), λοιπόν, χρήζει ιδιαίτερης έρευνας που θα απαντά στα ερωτήματα (α) πώς οι νέοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και την τεχνολογία στη ζωή τους αλλά και στο πλαίσιο της άτυπης μάθησης (β) ποιο ρόλο διαδραματίζει το διαδίκτυο στην ταυτότητά τους και την πληροφόρηση γύρω από αυτήν.

#### 4.3.2 Προσδοκίες του Κοινού από το Δυνητικό Μουσείο

Οι Kocsis, Barnes και Kenderdine (2012 σσ.123) υποστηρίζουν ότι η ταχεία ψηφιοποίηση του μουσείου είναι αντιστρόφως ανάλογη των γνώσεών μας για την εμπειρία των

χρηστών και τη δημιουργία νοήματος σε αλληλεπίδραση με τις τεχνολογικές εφαρμογές και το δυνητικό περιβάλλον. Εν τούτοις μία σειρά από έρευνες μας δίνουν κάποια στοιχεία για τις προσδοκίες και τη συμπεριφορά του «ψηφιακού κοινού».

Έρευνες κοινού που έχουν διεξαχθεί, ανάμεσα στους χρήστες των δυνητικών μουσείων, έχουν δείξει ότι κυριότερη προσδοκία τους είναι να αλληλεπιδράσουν με ιστορίες, να δώσουν προσωπικό χαρακτήρα στην επίσκεψή τους και να νιώσουν ότι βρίσκονται πραγματικά εκεί (Pietroni, 2016 σ.439). Η εμπειρία του χρήστη στο δυνητικό μουσείο επηρεάζεται τόσο από το ψηφιακό περιεχόμενο και τις πολυμεσικές εφαρμογές όσο και από την συν- εμπειρία με άλλους επισκέπτες. Μελέτες υποστηρίζουν ότι η συμμετοχή στο δυνητικό μουσείο, είτε ενεργητική είτε παθητική, επηρεάζεται από τον αριθμό των ατόμων που μπορούν να αλληλεπιδράσουν ταυτόχρονα (Kocsis κ.α', 2012 σσ.113- 116).

Βασικό χαρακτηριστικό μιας ποιοτικής δυνητικής περιήγησης είναι η «αίσθηση παρουσίας των χρηστών»/ «η αίσθηση ότι είναι σωματικά παρόντες». Η αίσθηση αυτή προσδίδεται μέσα από τη χρήση της τεχνολογίας Web3D, που συντείνει στην εμπύθιση των χρηστών και την πλοήγηση σε πραγματικό χρόνο. Οι δυνητικοί επισκέπτες αναζητούν τη δυναμική αλληλεπίδραση με το περιβάλλον και αυτή επιτυγχάνεται μέσω των πολυτροπικών εφαρμογών. Επιπλέον, οι χρήστες νιώθουν ιδιαίτερη ικανοποίηση όταν γίνονται μέρος του μουσείου και αυτό επιτυγχάνεται με τη δυνατότητα επιλογής αντικειμένων και πληροφοριών (Sylaiou, Mania, Paliokas, Killintzis, Liarokapis και Patias, 2013 σσ.493- 501).

Οι νέοι – ως ειδική ομάδα κοινού – φαίνεται να αναζητούν κυρίως εξατομικευμένες πληροφορίες και διάδραση (επικοινωνία με συνομήλικούς τους). Η διάδραση επιτυγχάνεται με την παρουσίαση των μουσείων και στα κοινωνικά δίκτυα, που αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της ζωής των νέων (Shaw και Krug, 2013 σσ.240-242).

# Κεφάλαιο 5

## Εφαρμογές Δυνητικών Μουσείων στη Διεθνή Εμπειρία

Ο Müller (2008) υποστηρίζει πως πλέον ο τεράστιος όγκος των ψηφιοποιημένων συλλογών, στις οποίες έχουν πρόσβαση οι πολιτιστικοί οργανισμοί και το κοινό, οδηγεί σε διαφορετικές προσλήψεις και ερμηνείες των πολιτιστικών αντικειμένων. Παρόλο που η ψηφιοποίηση των δεδομένων αυτών είναι έργο της τεχνολογίας, οι πολιτιστικοί οργανισμοί δεν πρέπει να εναποθέσουν τη δημιουργία των δυνητικών μουσείων στη βιομηχανία της τεχνολογίας ή και της ψυχαγωγίας. Τα μουσεία πρέπει να διασφαλίζουν την καλλιτεχνική, ιστορική και αρχαιολογική οπτική των εκθεμάτων (Tsiehritzis και Gibbs, 1991 σ.25). Επιπλέον, είναι σημαντική η συνεργασία ανάμεσα στους επιμελητές των μουσείων και των ερευνητών από τον χώρο της τεχνολογίας (Pietroni, 2016 σ.445).

Για να επιτευχθούν οι πιο πάνω στόχοι κρίνεται απαραίτητη η συνεργασία των μουσειακών οργανισμών. Σημαντικό ρόλο μπορεί να διαδραματίσει η αλληλεπίδραση των μουσείων, η ανταλλαγή πρακτικών και εμπειριών. Στο πλαίσιο αυτό μελετώνται τρία δυνητικά μουσεία, το Smithsonian National Museum of Natural History, το Acropolis Museum, το Virtual Collection of Asian Masterpieces και τις εφαρμογές τους. Το NMNH και το ACM είναι ψηφιακός διαδικτυακός εαυτός ενός ομώνυμου φυσικού μουσείου ενώ το VCM υφίσταται μόνο ψηφιακά και διαδικτυακά. Πρόκειται για τρία προηγμένα δυνητικά μουσεία που χρησιμοποιούν εφαρμογές Web 3D και είναι προσβάσιμα μέσω web browser.

Το NMNH και το ACM προσφέρουν στον χρήστη την αίσθηση ότι είναι σωματικά παρών στο φυσικό μουσείο μέσω εφαρμογών AR. Και τα τρία μουσεία που μελετάμε προσφέρουν στον χρήστη δυνατότητες αλληλεπίδρασης.

## 5.1 Smithsonian National Museum of Natural History

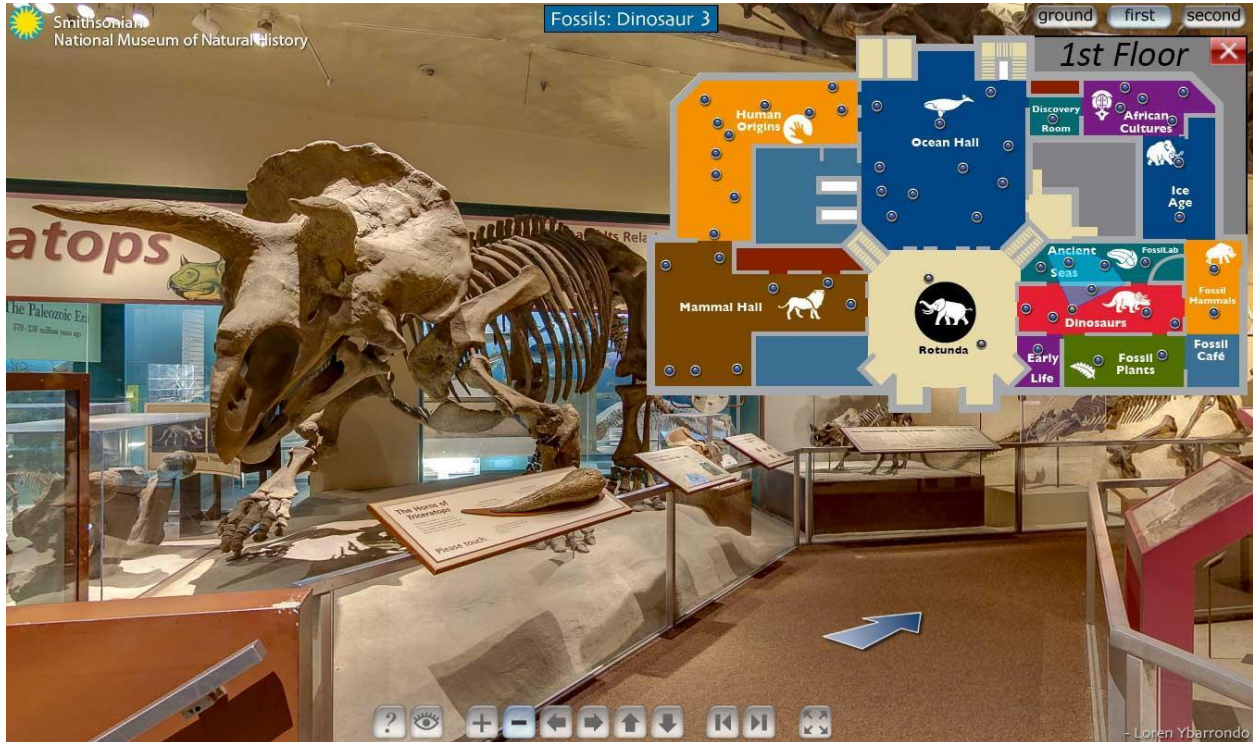


Εικόνα 6: Το σύμβολο του NMNH.

Το National Museum of Natural History (NMNH) (Smithsonian Institution, 2017) ανήκει στο Ινστιτούτο Smithsonian,

βρίσκεται στην Ουάσιγκτον και ιδρύθηκε το 1910. Όραμα του NMNH είναι να εμπνέει την περιέργεια, την ανακάλυψη και τη μάθηση σχετικά με τον φυσικό κόσμο.

Η δυνητική περιήγηση που προσφέρει το NMNH (NMNH Virtual Tour, 2017) επιτρέπει στους χρήστες να περιηγηθούν στους χώρους του είτε με έναν επιτραπέζιο υπολογιστή (Windows, Mac, Linux) είτε μέσω μιας κινητής συσκευής (iPhone, iPad, Android). Η πανοραμική 3D περιήγηση είναι αυτό- καθοδηγούμενη και ο χρήστης μπορεί να κινηθεί από δωμάτιο σε δωμάτιο, κατ' επιλογήν, κάνοντας κλικ στο μπλε βέλος που εμφανίζεται στο πάτωμα ή με τη χρήση του χάρτη πλοήγησης που βρίσκεται στην επάνω δεξιά γωνιά της οθόνης (εικόνα 7). Επίσης, μπορεί να επιλέξει από τα περιεχόμενα που εμφανίζονται στην αρχική οθόνη και να μεταφερθεί άμεσα σε: μόνιμες εκθέσεις, προηγούμενες εκθέσεις, άλλους χώρους του Μουσείου και του Ιδρύματος. Τα γραφικά αυτά μοτίβα θέτουν ένα πλαίσιο για τον επισκέπτη και τον καθοδηγούν στο χώρο του Μουσείου κατά τη διάρκεια της προσωπικής του εξερεύνησης (Jones και Christal, 2002 σ.4).



Εικόνα 7: Περιήγηση στον πρώτο όροφο του ΝΜΝΗ, στην αίθουσα των Δεινοσαύρων. Στην εικόνα διακρίνονται τα περιεχόμενα, το βέλος κατεύθυνσης και ο χάρτης με τα χρώματα και τα σύμβολα.

Η περιήγηση μπορεί να ξεκινήσει από τον χώρο του Μουσείου και τις μόνιμες εκθέσεις. Στην οθόνη εμφανίζεται ο χάρτης/ κάτοψη του κτηρίου και για τους τρεις ορόφους (ισόγειο, πρώτος και δεύτερος όροφος). Κάθε θεματικό δωμάτιο συμβολίζεται στον χάρτη με διαφορετικό χρώμα και περιλαμβάνει ένα εικονίδιο συνδεδεμένο με το θέμα που παρουσιάζει. Σε δωμάτιο του πρώτου ορόφου, για παράδειγμα, το γαλάζιο χρώμα και μία φάλαινα παραπέμπουν στον θαλάσσιο κόσμο, δηλαδή στο θέμα της αίθουσας. Σε κάθε αίθουσα υπάρχουν επιλεγμένα σημεία, που σηματοδοτούνται με μικρούς κύκλους. Τα σημεία αυτά είναι συνδεδεμένα μέσω υπερσυνδέσμων με εκθέματα της αίθουσας. Έτσι, ο χρήστης μπορεί να επιλέξει όχι μόνο αίθουσα αλλά και συγκεκριμένα εκθέματα που θέλει να διερευνήσει. Υπάρχει η δυνατότητα μεγέθυνσης των εκθεμάτων αν και σε κάποια

εκθέματα είναι δύσκολο, αν όχι αδύνατο, να διαβάσει ο χρήστης τις πινακίδες που τα συνοδεύουν.

Σημαντικό στοιχείο του δυνητικού NMNH είναι ότι παρέχει στους επισκέπτες τη δυνατότητα να περιηγηθούν σε επιλεγμένες προηγούμενες εκθέσεις<sup>40</sup>. Έτσι, καμία περιοδική έκθεση δεν χάνεται αφού στο δυνητικό μουσείο υπάρχει απεριόριστος «χώρος» (Jones και Christal, 2002 σ.10).

Ο χρήστης μπορεί να περιηγηθεί και στους εξωτερικούς χώρους του Μουσείου, στον Βοτανικό Κήπο των Πεταλούδων (Butterfly Habitat Garden) και στο Αμερικανικό Δέντρο Elm (American Elm Tree). Έπειτα, δύναται να «περπατήσει» στους χώρους όπου το μουσείο διεξάγει έρευνα ή συγκεντρώνει συλλογές του, που δεν εκτίθενται.

Ιδιαίτερο στοιχείο του δυνητικού NMNH είναι ότι περιλαμβάνει δραστηριότητες που δεν είναι εφικτές στο φυσικό του περιβάλλον (Barton, 2005 σ.152). Διατίθεται, λοιπόν, περιήγηση στον Θαλάσσιο Σταθμό του Smithsonian (Smithsonian Marine Station) όπου χρήστες με ειδικό ενδιαφέρον μπορούν να εξερευνήσουν όχι μόνο το φυσικό περιβάλλον του Σταθμού αλλά και το εργαστήριό του. Ο χρήστης μπορεί ακόμα να ταξιδέψει στο Smithsonian Institution Building γνωστό ως Castle. Η περιήγηση γίνεται και πάλι μέσω εφαρμογής 3D.

Οι Jones και Christal (2002 σ.4) θεωρούν πως το NMNH είναι ένα καλό παράδειγμα δυνητικού μουσείου καθώς εισάγει δυνατότητες που θα φέρει η επόμενη γενιά του διαδικτύου. Χρησιμοποιεί την εφαρμογή Google Cardboard (Google Cardboard, χ.χ. ), η οποία δίνει στους κατόχους Smartphone<sup>41</sup> τη δυνατότητα να έχουν μια εμπειρία εικονικής πραγματικότητας, να ανακαλύψουν νέες εφαρμογές και να ρυθμίσουν το δικό τους σύστημα προβολής. Με την εγκατάσταση της εφαρμογής ο χρήστης μπορεί να κοιτάξει προς τα κάτω, σε γωνία 45<sup>0</sup>, ενώ ο χάρτης που εμφανίζεται εδώ είναι μεγαλύτερος από ότι σε έναν υπολογιστή.

---

<sup>40</sup> Εδώ υπάρχει η δυνατότητα για τον χρήστη να περιηγηθεί και σε μία παλαιότερη έκθεση του Μουσείου για την Κύπρο (NMNH Virtual Tour, 2017).

<sup>41</sup> Η εφαρμογή δεν είναι συμβατή με όλες τις «έξυπνες» τηλεφωνικές συσκευές.

## 5.2 Μουσείο Ακρόπολης

Το Νέο Μουσείο Ακρόπολης (NMA) άνοιξε τις πόρτες του για το κοινό τον Ιούνιο του 2009. Σύμφωνα με δελτίο τύπου του NMA (2009), το εκθεσιακό πρόγραμμά του στόχο έχει να παρέχει στους επισκέπτες του όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τα αρχαιολογικά ευρήματα της Ακρόπολης, αντιμετωπίζοντάς τα όχι μόνο ως έργα τέχνης αλλά και ως τεκμήρια του ιστορικοκοινωνικού πλαισίου της εποχής από την οποία προέρχονται.

Η εφαρμογή για το δυνητικό μουσείο της Ακρόπολης βρίσκεται με σύνδεσμο κάτω από την ενότητα «Μαθητές και Εκπαιδευτικοί» - «Εικονική Σχολική Επίσκεψη». Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του Μουσείου πρόκειται για *«μία εικονική εξερεύνηση, με στόχο οι μαθητές ν' ανακαλύψουν και να δούνε με εξαιρετική λεπτομέρεια επιλεγμένα εκθέματα του Μουσείου, αλλά και να περιηγηθούν πανοραμικά στην Αίθουσα των Αρχαϊκών Έργων και στην Αίθουσα του Παρθενώνα»* (Μουσείο Ακρόπολης, χ.χ.). Η εφαρμογή, λοιπόν, εμφανίζεται ως μαθητοκεντρική και έχει τη μορφή σχολικής δραστηριότητας.

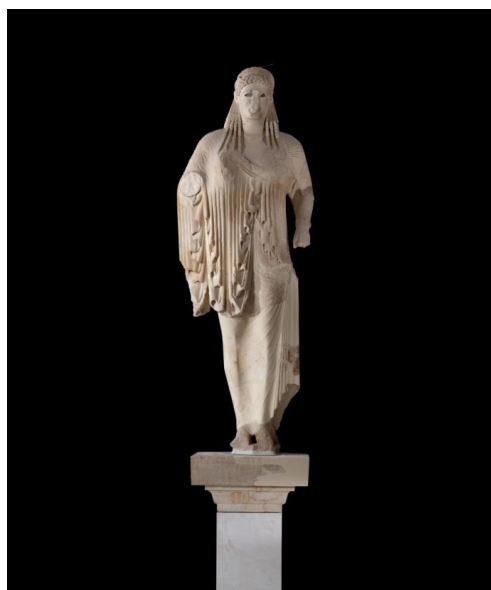
Το δυνητικό μουσείο της Ακρόπολης (Acropolis Museum, χ.χ.) βρίσκεται στον ιστοχώρο του Google Arts & Culture (GAC)<sup>42</sup>. Στην αρχική σελίδα υπάρχει ένα σημείωμα για την ιστορία του Μουσείου, τις συλλογές του και τις δραστηριότητες που παρέχονται για τον επισκέπτη. Το σημείωμα είναι σύντομο και κατατοπιστικό, ούτως ώστε να δίνονται οι απαραίτητες πληροφορίες, χωρίς όμως να κουράζουν τον επισκέπτη. Στο κάτω μέρος της σελίδας υπάρχει ένας χάρτης της Αθήνας (εφαρμογή Google map) που σηματοδοτεί τον χώρο που βρίσκεται στο Μουσείο. Ο χρήστης μπορεί, μέσω της εφαρμογής, να ακολουθήσει τη διαδρομή και να φθάσει στο φυσικό Μουσείο. Η εξερεύνηση του χρήστη χωρίζεται σε δύο άξονες (α) στην προβολή εικόνων/ φωτογραφιών εκθεμάτων του Μουσείου και (β) στην πανοραμική περιήγηση στην Αίθουσα των Αρχαϊκών Έργων και στην Αίθουσα του Παρθενώνα.

---

<sup>42</sup> Το GAC ανήκει στο Google Cultural Institute (GCI), πολιτιστικό ίδρυμα της Google που ιδρύθηκε το 2011. Πρόκειται για μη κερδοσκοπικό οργανισμό, στον οποίο εταίροι είναι πολιτιστικές οργανώσεις από όλον τον κόσμο, που θέλουν να προβάλουν την πολιτιστική κληρονομιά τους διαδικτυακά. Το GCI κατασκευάζει για τους οργανισμούς αυτούς δωρεάν εργαλεία και τεχνολογίες.



Η προβολή εικόνων/ φωτογραφιών (Acropolis Museum, χ.χ.) χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες: (α) λίθος – δεκαεπτά εκθέματα, (β) μάρμαρο – δεκαπέντε εκθέματα (γ) γλυπτά – έξι εκθέματα (δ) Φειδίας – τρία εκθέματα. Τοποθετώντας τον κένσορα σε μία εικόνα αναφέρεται το όνομα του έργου και ο καλλιτέχνης που το δημιούργησε, αν αυτός είναι γνωστός. Επιλέγοντας μία εικόνα δίνονται περεταιίρω πληροφορίες για το έκθεμα. Κάτω από την εικόνα υπάρχουν δύο σύμβολα. Το πρώτο είναι το γράφημα μιας ανθρώπινης μορφής, επιλέγοντάς το οδηγεί τον χρήστη στην πανοραμική περιήγηση, για



Εικόνα 8: Το άγαλμα της Κόρης του Αντήνορα, όπως παρουσιάζεται στο δυνητικό μουσείο της Ακρόπολης.

να δει το έκθεμα μέσα στον χώρο του μουσείου. Το δεύτερο είναι το γράφημα ενός αρχαιοελληνικού ναού· επιλέγοντάς το, ο χρήστης επιστρέφει στην αρχική σελίδα της.

Αν για παράδειγμα ο χρήστης επιλέξει από την κατηγορία «μάρμαρο» την εικόνα της «Κόρης του Αντήνορος» μπορεί κατ' αρχήν να τη μεγιστοποιήσει και να παρατηρήσει το άγαλμα με λεπτομέρεια. Κάτω από την εικόνα, ο χρήστης διαβάσει πληροφορίες και περιγραφή του αγάλματος. Στα δύο κείμενα υπάρχουν σύνδεσμοι που συνδέουν το έκθεμα με άλλα στοιχεία της εφαρμογής GAC. Αν για παράδειγμα επιλέξει τον σύνδεσμο sculptor/ γλύπτης μπορεί να οδηγηθεί σε άλλες διαδικτυακές εκθέσεις γλυπτών που υπάρχουν μέσα στην

εφαρμογή ή να δει οκτώ χιλιάδες εκατόν οκτώ αντικείμενα γλυπτικής από όλες τις εκθέσεις της εφαρμογής<sup>43</sup>. Υπάρχει και η δυνατότητα πιο σύντομης αναζήτησης μέσω των κατηγοριών γλυπτά – με άλλα υλικά, γλυπτά – άλλοι καλλιτέχνες<sup>44</sup>. Έτσι, ο χρήστης μπορεί να επεκτείνει την εξερεύνησή του, ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντά του για την γλυπτική σε όλο τον κόσμο, ανά τους αιώνες και με διάφορα υλικά κατασκευής. Τέλος,

<sup>43</sup> Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει να δει τα αγάλματα αυτά είτε βάση τη δημοσιότητάς τους, είτε βάση της χρονολογίας δημιουργίας τους, όπου δίνεται γραμμή του χρόνου, είτε βάση του κυρίαρχου χρώματος, όπου δίνεται χρωματική παλέτα επιλογής (Acropolis Museum, χ.χ).

<sup>44</sup> Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει να δει τις εικόνες των δύο αυτών κατηγοριών είτε συνολικά είτε ανά αλφαβητική διάταξη επιλέγοντας το πρώτο γράμμα της λέξης που αναζητεί (Acropolis Museum, χ.χ).

δίνονται υπό μορφή καταλόγου άλλα στοιχεία για το άγαλμα : τίτλος, δημιουργός, περίοδος δημιουργίας, φυσικές διαστάσεις, η συλλογή στην οποία ανήκει, τύπος αγάλματος<sup>45</sup>, δικαιώματα ιδιοκτησίας.

Εάν ο χρήστης επιλέξει τη δυνητική περιήγηση μπορεί να «περπατήσει» στους χώρους των Αιθουσών με τα Αρχαϊκά Έργα και τον Παρθενώνα. Με τη βοήθεια βέλους, ο χρήστης δύναται να πλοηγηθεί άνετα στον χώρο και να μεγεθύνει εκθέματα<sup>46</sup>. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της φυσικής αίθουσας του Παρθενώνα είναι ότι τα γυαλιά που την περιβάλλουν φέρνουν τον επισκέπτη σε άμεση οπτική επαφή με τον Βράχο της Ακρόπολης. Η 3D περιήγηση στο χώρο δίνει επίσης αυτή τη δυνατότητα, αφού πρόκειται για ρεαλιστική αναπαράσταση του μουσειακού περιβάλλοντος.

### 5.3 Virtual Collection of Asian Masterpieces

Το Virtual Collection of Asian Masterpieces (VCM) δεν ταυτίζεται με φυσικό μουσείο, πρόκειται δηλαδή για αποκλειστικά ψηφιακή παρουσία. Στο VCM (2013) μπορεί κανείς να εξερευνήσει πάνω από δύομιση χιλιάδες αριστουργήματα, που βρίσκονται σε εκατόν τριάντα επτά μουσεία παγκοσμίως. Το ίδιο το VCM αναφέρει πως η εφαρμογή αυτή δίνει σε κάθε επισκέπτη τη δυνατότητα να εκτιμήσει τις τέχνες, ανεξάρτητα από οικονομικούς και γεωγραφικούς περιορισμούς. Σκοπός του Μουσείου είναι να συντείνει στην αμοιβαία κατανόηση μεταξύ των ανθρώπων από διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο.

Στην αρχική σελίδα του μουσείου παρουσιάζονται οι υποενότητες του : «museums», «masterpiece of the day», «what is masterpiece?», «stories», «curators present», «about the VCM». Υπό μορφή εναλλασσόμενης εικόνας εμφανίζονται τα αριστουργήματα που επιλέγονται από το Μουσείο κάθε μήνα. Επίσης, το Μουσείο κάνει τις δικές του «επιλογές» θεματικά. Την περίοδο που διεξάγεται η παρούσα έρευνα, για παράδειγμα, το μουσείο

---

<sup>45</sup> Εδώ υπάρχει πάλι σύνδεσμος που οδηγεί στην ενότητα μαρμάρινα γλυπτά με εννιακόσια εξήντα εκθέματα από όλο το GAC (Marble, χ.χ.).

<sup>46</sup> Ο χρήστης μπορεί να διαβάσει τις επιγραφές που υπάρχουν για τα εκθέματα μόνο στην Αίθουσα του Παρθενώνα.

επιλέγει τρία πορσελάνινα έργα. Τα αντικείμενα συνοδεύονται από ένα σύντομο σημείωμα και ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να γνωστοποιήσει την αρέσκειά του γι' αυτά πατώντας "LIKE". Υπάρχει, επίσης, μηχανή αναζήτησης και εικονίδια που συνδέουν τον χρήστη με την παρουσία του VCM στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης και συνεργαζόμενους φορείς. Όλα τα εκθέματα παρουσιάζονται στην αγγλική γλώσσα αλλά και στη γλώσσα του συμβάλλοντος μουσείου.

Στην υποενότητα «Museums» παρουσιάζεται ένας παγκόσμιος διαδραστικός χάρτης, στον οποίο σηματοδοτούνται όλα τα μουσεία με τα οποία συνεργάζεται το VCM. Επιλέγοντας κάθε ένα από αυτά ο χρήστης μπορεί είτε να διαβάσει πληροφορίες για το μουσείο είτε και να δει όλα τα εκθέματα που προέρχονται από το μουσείο αυτό.

Η υποενότητα "Masterpiece of the day" φιλοξενεί ανά μήνα τα «αριστουργήματα της ημέρας». Ο χρήστης επιλέγοντας κάθε ένα από αυτά κατ' αρχήν διαβάζει γιατί το μουσείο τό θεωρεί αριστούργημα και έπειτα μπορεί να πάρει περισσότερες πληροφορίες για το έκθεμα και το μουσείο που το φιλοξενεί. Επίσης, ο χρήστης μπορεί να εκφράσει τη γνώμη του για κάθε έκθεμα επιλέγοντας τον σύνδεσμο «Add your reaction now!».

Την έννοια του αριστουργήματος συζητά το μουσείο στην ενότητα "What is a masterpiece?". Αφού εκθέτει τις απόψεις του ως οργανισμός, διασαφηνίζει ότι σ' αυτή την εικονική συλλογή, όλοι οι επιμελητές δικαιολογούν προσεκτικά γιατί θεωρούν την επιλογή τους αριστούργημα. Έπειτα, δίνει και πάλι στον χρήστη την ευκαιρία να εκφράσει την προσωπική του άποψη για το «τι εστί αριστούργημα».

Στην υποενότητα "Stories" τα εταιρικά μουσεία επιλέγοντας ένα θέμα παρουσιάζουν ιστορίες για τα εκθέματα διαφόρων χωρών επικεντρωμένες στις ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των πολιτισμών. Στόχος των αφηγήσεων αυτών είναι η αμοιβαία κατανόηση των πολιτισμικών διαφορών και η επικέντρωση στις ομοιότητες. Στόχος του VCM είναι να διεγείρει τον διάλογο μεταξύ των λαών.

Στην τελευταία ενότητα, η Επιτροπή του VCM παρουσιάζει video μέσα από τα οποία προβάλλονται συγκεκριμένα αριστουργήματα, έργα διεθνούς συνεργασίας καθώς και τα μουσεία που συμμετέχουν στη σύμπραξη αυτή.

## 5.4 Στοιχεία προς αξιοποίηση από τη διεθνή εμπειρία

Τα μουσεία από τη διεθνή εμπειρία, που παρουσιάζονται πιο πάνω, έχουν ιδιαίτερη αξία στον χώρο των δυνητικών μουσείων. Ως εκ τούτου μπορούν να λειτουργήσουν ως πρότυπα για τη δημιουργία ενός νέου δυνητικού μουσείου και στην εν λόγω περίπτωση για το δυνητικό ΚΔΜΑ.

Η μελέτη περίπτωσης του ΝΜΝΗ ξεχωρίζει αφού ως ψηφιακός εαυτός ενός φυσικού μουσείου, προσφέρει στοιχεία όσον αφορά στη δημιουργία μιας δυνητικής περιήγησης, που δημιουργεί στον χρήστη την αίσθηση ότι είναι παρών. Η χρήση του διαδραστικού χάρτη δίνει στον χρήστη τη δυνατότητα αφενός να επιλέξει τη δική του διαδρομή και τα εκθέματα που θέλει να ερευνησει, αφετέρου να «περπατήσει» σε όλους τους χώρους του Μουσείου και να δει τα αντικείμενα σε τρισδιάστατη απεικόνιση. Επίσης, το ΝΜΝΗ ξεχωρίζει για την ευκαιρία που παρέχει στον χρήστη να περιηγηθεί σε χώρους εκτός του Μουσείου, που συνδέονται όμως με τα εκθέματά του. Τέλος, σημαντικό στοιχείο, από το οποίο μπορεί να επωφεληθεί το ΚΔΜΑ, είναι η παρουσίαση προηγούμενων εκθέσεων.

Το ΑСМ αποτελεί ένα εξαιρετο δείγμα αφενός της συνεργασίας ανάμεσα σ' ένα φυσικό μουσείο και της GAC και αφετέρου της διασύνδεσης των εκθεμάτων ενός μουσείου με εκθέματα από όλο τον κόσμο. Η μελέτη του οδήγησε ήδη στην εισήγηση της ερευνήτριας προς το ΚΔΜΑ για αξιοποίηση της εφαρμογής GAC για τη δημιουργία ενός δυνητικού εαυτού. Οι εξειδικευμένες υπηρεσίες που προσφέρει η εφαρμογή μπορούν να καθοδηγήσουν το Μουσείο για τη δημιουργία ενός ΔΠ, όπου τα εκθέματά του θα συνδέονται με εκθέματα από όλο τον κόσμο και δη με αντικείμενα από την Αθηνών, που εκτίθενται σε άλλα μουσεία.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του VCM, που οδήγησε και στην μελέτη του, είναι οι πολλαπλές ευκαιρίες που δίνονται στον χρήστη να εκφράσει την άποψή του και να γίνει συμμετοχος τόσο του μουσείου όσο και του πολιτιστικού γίνεσθαι. Καθώς οι εμπειρίες αλληλεπίδρασης θεωρούνται σημαντικές για την επιτυχία ενός δυνητικού μουσείου, το παράδειγμα του VCM θα αξιοποιηθεί για αντίστοιχες δραστηριότητες στο ΚΔΜΑ. Όπως αναφέρει το ίδιο το μουσείο στόχος του είναι η σύνδεση των πολιτισμών, στοιχείο

ιδιαίτερα σημαντικό για κάθε μουσειακό οργανισμό, και ακόμα περισσότερο για οργανισμούς που βρίσκονται και γεωγραφικά ανάμεσα σε πολλούς πολιτισμούς.

# Κεφάλαιο 6

## Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών

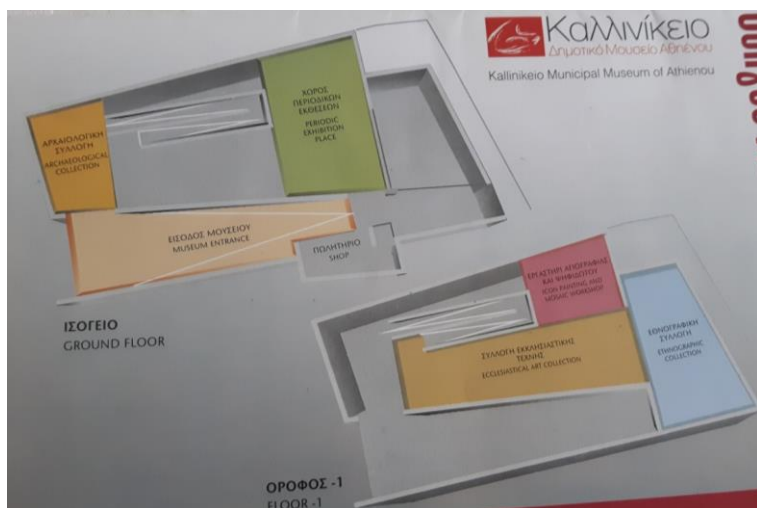
Η πολυσύνθετη λειτουργία των δυνητικών μουσείων καθιστά αδήριτη ανάγκη την ευρύτερη εφαρμογή τους στον κυπριακό μουσειακό χώρο. Το ΚΔΜΑ, φυσικό μουσείο μιας ακριτικής περιοχής, παρουσιάζει την αρχαιολογική, εκκλησιαστική και εθνογραφική κληρονομιά της τοπικής κοινωνίας αλλά και του κόσμου της Κύπρου. Η παρούσα πτυχιακή διατριβή προβαίνει σε εισήγηση για δημιουργία πολυμεσικών εφαρμογών για την παρουσία του Μουσείου στο διαδίκτυο. Εξετάζονται, επίσης, τα οφέλη που θα προκύψουν από το δυνητικό ΚΔΜΑ.

### 6.1 Παρουσίαση του Φυσικού Μουσείου

Το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών εγκαινιάστηκε τον Ιούλιο του 2009 (Οδηγός Μουσείου), από τον τότε Υπουργό Συγκοινωνιών και Έργων κ. Νίκο Νικολαΐδη (ΚΔΜΑ, χ.χ.).

Το Μουσείο συστεγάζεται με το Δημοτικό Μέγαρο του Δήμου Αθηνών. Το όλο κτήριο, μετά από προκήρυξη διαγωνισμού, ανέλαβε το αρχιτεκτονικό γραφείο των Γιώργου

Χατζηχρίστου και Σκευής Μπακιρτζή το 1998<sup>47</sup>. Το Δημοτικό Μέγαρο, όπως και το Μουσείο, φέρουν το όνομα «Καλλινίκειο» προς τιμήν του μεγάλου ευεργέτη της κοινότητας, μοναχού πατέρα Καλλίνικου Σταυροβουνιώτη<sup>48</sup> (Δήμος Αθηνών, 2012 ). Το Δημοτικό Μέγαρο, όπως και το Μουσείο, χαρακτηρίζονται από τη μοντέρνα αρχιτεκτονική τους και την ιδιαίτερη διαρρύθμιση του χώρου.



Εικόνα 9 : Η κάτοψη του ΚΔΜΑ.

Το ίδιο το Καλλινίκειο στην ιστοσελίδα του (ΚΔΜΑ, χ.χ.) ορίζει ως σκοπό του την άμεση επικοινωνία των μουσειακών αντικειμένων με τον επισκέπτη, φιλοδοξεί να αποτελέσει πηγή γνώσης και αφύπνισης της μνήμης, πόλο έλξης ξένων και ντόπιων τουριστών με στόχο τη γνωριμία με την τοπική – εθνική ιστορία και πολιτισμό.



Το Μουσείο στεγάζεται σε δύο ορόφους, στο ισόγειο και στο υπόγειο του κτηρίου (εικόνα 9).

Εικόνα 10 : Ο επισκέπτης βρισκόμενος στον χώρο των περιοδικών εκθέσεων μπορεί να δει και τους δύο ορόφους του μουσείου.

<sup>47</sup> Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από προσωπική συνέντευξη με την Έφορο του Μουσείου Νόνη Παπούη Παπασιάντη.

<sup>48</sup> Ο αγιογράφος μοναχός Καλλίνικος γεννήθηκε το 1920 στην Αθηνών. Σε ηλικία 20 ετών εισήλθε στον μοναχικό βίο στην Ιερά Μονή Σταυροβουνίου και έξι χρόνια αργότερα αναχώρησε για το Άγιο Όρος, όπου και μυήθηκε στην τέχνη της αγιογραφίας. Ερεύνησε την τεχνική της αγιογραφίας, των φορητών εικόνων, την εγκαυστική τεχνική και τις κηρόχυτες εικόνες. Ο μοναχός πέθανε το 2011 αφήνοντας πίσω του πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (sigmalive, 2011).

Στην είσοδο του Μουσείου (που βρίσκεται εντός του Δημοτικού Μεγάρου) ο επισκέπτης συναντά το πωλητήριο και ένα μικρό χώρο περιοδικών εκθέσεων. Από τον χώρο αυτό ο επισκέπτης έχει πανοραμική θέα προς ολόκληρο το Μουσείο (εικόνα 10). Στη συνέχεια ένας στενός διάδρομος εισάγει τον επισκέπτη στην ιστορία του Δήμου Αθηνών. Ο διάδρομος έχει πορφυρό χρώμα (το οποίο και κυριαρχεί στο Μουσείο) και κατηφορίζει προς την πρώτη συλλογή του. Δεξιά, στο διάδρομο, βρίσκονται δέκα προθήκες που παρουσιάζουν, ακολουθώντας τη γραμμή του χρόνου, σημαντικές ιστορικές και πολιτιστικές στιγμές στην ιστορία του Δήμου, τον ίδιο σκοπό επιτελεί και ένα σύντομο σημείωμα που βρίσκεται στην απέναντι πλευρά. Αριστερά, επίσης, βρίσκεται ένας τοπικός χάρτης και τέσσερις οθόνες τηλεόρασης στις οποίες παρουσιάζονται οι παραδοσιακές ασχολίες των κατοίκων. Δύο σύντομα κείμενα, που αναρτώνται εδώ, θίγουν αντίστοιχα καίρια ζητήματα για το Μουσείο και την ιστορία της Αθηνών. Πρώτον το γεγονός ότι πρόκειται για ακριτικό δήμο και δεύτερον ότι πολλές αρχαιότητες της περιοχής βρίσκονται στο Μουσείο του Λούβρου και στο MET.

Φθάνοντας στο τέρμα του διαδρόμου συναντάμε την πρώτη μόνιμη συλλογή, την Αρχαιολογική. Τη συλλογή αποτελούν κτερίσματα και αναθήματα που βρέθηκαν στις αρχαιολογικές τοποθεσίες Γόλγοι, Μάλλουρα, Παμπουλάρι της Κουκουρνίνας και Άγιος Φώτιος. Και οι τέσσερις αρχαιολογικοί χώροι βρίσκονται στην περιοχή της Αθηνών, όμως οι αρχαιολογικές ανασκαφές συνεχίζονται μόνο στη Μάλλουρα, καθώς οι άλλοι τρεις είναι κατεχόμενοι (ΚΔΜΑ, χ.χ.). Τα εκθέματα χρονολογούνται από την Ύστερη Εποχή του Χαλκού (1600- 1050 π.Χ.) μέχρι την Ελληνιστική Εποχή (310-30 π.Χ.). Τα εκθέματα, παρόλο που αποτελούν δείγμα της τοπικής αρχαιολογικής κληρονομιάς, παραχωρούνται στο Μουσείο υπό μορφή δανείω από το Τμήμα Αρχαιοτήτων<sup>49</sup> (Εκκλησία της Κύπρου, 2013).

Ακολουθώντας και πάλι έναν κατηφορικό διάδρομο ο επισκέπτης κατεβαίνει στον υπόγειο χώρο, όπου βρίσκεται η δεύτερη μόνιμη συλλογή, αυτή της Εκκλησιαστικής Τέχνης. Η

---

<sup>49</sup> Σύμφωνα με την έφορο του Μουσείου, Νόνη Παπούη Παπασιάντη, τα αρχαιολογικά ευρήματα της περιοχής Μάλλουρας από την πανεπιστημιακή αποστολή του Davidson College παρόλο που μεταφέρονται στους υπόγειους χώρους του Μουσείου, όπου συντηρούνται και καταλογογράφονται, παραδίδονται στο Τμήμα Αρχαιοτήτων. Στο ΚΔΜΑ μπορούν να εκτεθούν μόνο εάν το Τμήμα Αρχαιοτήτων τα παραχωρήσει επί μορφή δανείω.



συλλογή παρουσιάζει φορητές εικόνες και άλλα προσωπικά αντικείμενα του μοναχού Καλλίνικου. Πρόκειται για εικόνες αναγεννησιακής και βυζαντινής τεχνοτροπίας, τις οποίες είτε φιλοτέχνησε ο μοναχός είτε είχε συλλέξει ο ίδιος. Μέσα από τα εκθέματα προβάλλεται η πορεία του μοναχού στην τέχνη της αγιογραφίας και οι τεχνικές που ανέπτυξε. Το μεγαλύτερο μέρος της συλλογής αυτής είναι δωρεά του Ιδρύματος Καλλίνικου Μοναχού προς το Μουσείο (ΚΔΜΑ, χ.χ.). Στον χώρο εντάσσονται και δύο οθόνες με οπτικοακουστικό υλικό για τη ζωή και το έργο του αγιογράφου (Εκκλησία της Κύπρου, 2013).

Στη συλλογή Εκκλησιαστικής Τέχνης εκτίθενται, επίσης, έργα των αδελφών Γεώργιου και Άλκη Κέπολα (ΚΔΜΑ, χ.χ.). Τα αδέρφια Κέπολα, τέκνα της Αθηνού, οραματίστηκαν τη λειτουργία εργαστηρίου Αγιογραφίας και Ψηφιδωτού στο χώρο. Ο απρόσμενος θάνατος του Άλκη Κέπολα το 2009, όμως, οδήγησε στην αποκλειστική διδασκαλία της τέχνης του ψηφιδωτού από τον Γ. Κέπολα (Εκκλησία της Κύπρου, 2013). Ιδιαίτερη εντύπωση στον επισκέπτη προκαλεί μία ημιτελής αγιογραφία του Άλκη Κέπολα (λόγω του θανάτου του), στους τοίχους του Μουσείου.

Στο βάθος του υπογείου βρίσκεται η Εθνογραφική Συλλογή του Μουσείου, που παρουσιάζει τη ζωή των κατοίκων του Δήμου κατά τον 20<sup>ο</sup> -21<sup>ο</sup> αι. Στη συλλογή περιλαμβάνονται ασπρόμαυρο φωτογραφικό υλικό, αγροτικά εργαλεία και έργα λαϊκής τέχνης, όλα συνδεδεμένα με τις εργασίες, τις παραδόσεις, την ψυχαγωγία και τους εθνικούς αγώνες των ντόπιων (Εκκλησία της Κύπρου, 2013). Η εθνογραφική συλλογή δημιουργήθηκε μετά από κάλεσμα του Δήμου προς τους κατοίκους του και τα αντικείμενα είναι δωρεές, παραχωρήσεις των δημοτών και αγορές του Μουσείου (Κωνσταντίνου, 2008 σ.9). Ο επισκέπτης αφού ολοκληρώσει την περιήγησή του πρέπει να περάσει ξανά από όλο το Μουσείο για να μπορέσει να εξέλθει από αυτό.

Στο Μουσείο, όπως έχουμε προαναφέρει φιλοξενούνται και περιοδικές εκθέσεις. Την περίοδο που διεξήγετο η επιτόπια έρευνα για την πτυχιακή διατριβή, φιλοξενείτο η έκθεση «*Εφτά ιστορίες, δαντέλες και σύγχρονη τέχνη*». Η εν λόγω έκθεση είναι αποτέλεσμα της επιτυχίας του Μουσείου να εγγράψει τις δαντέλες βένις ή πιττωτές και την αθηνένικη ολόπλουμη δαντέλα στον Εθνικό Κατάλογο για την ΑΠΚ της UNESCO (ΚΔΜΑ, χ.χ.). Οι εφτά

ιστορίες γυναικών (ηχητικά ντοκουμέντα) που ασχολήθηκαν με την κεντητική της δαντέλας, μαζί με αντίστοιχα σύγχρονα έργα τέχνης που δημιούργησαν καλλιτέχνες εμπνεόμενοι από τις αφηγήσεις αυτές, παρουσιάζονται σε “stations/σταθμούς” διάσπαρτους σε όλο το μουσείο<sup>50</sup>. Σκοπός αυτής της ταξιθέτησης, σύμφωνα με την έφορο του Μουσείου Νόνη Παπούη Παπασιάντη, είναι ο επισκέπτης να επωφεληθεί της ευκαιρίας και να δει ολόκληρο το Μουσείο.

Το Μουσείο παρουσιάζει έντονη δράση μέσα από εργαστήρια για μικρούς και μεγάλους, παρουσιάσεις και άλλες εκδηλώσεις. Διαδικτυακά παρουσιάζεται στο κοινό μέσα από την ιστοσελίδα του και το προφίλ που διατηρεί στο Facebook.

## 6.2 Πρόταση σχεδιασμού πολυμεσικών εφαρμογών

Το μουσείο ενσωματώνει την πολιτιστική κληρονομιά, την ιστορία, τις αξίες και παραδόσεις μια κοινότητας (Burton και Scott, 2007 σ.63). Το ΚΔΜΑ μέσα από τις συλλογές, τα εκθέματα και τις ιδέες που δημιουργεί προβάλλει όχι μόνο την πολιτιστική κληρονομιά (υλική και άυλη) της τοπικής κοινότητας αλλά και ολόκληρης της Κύπρου. Η δημιουργία ενός δυναμικού μουσείου μέσα από ένα δυναμικό χώρο, που περιλαμβάνει όχι μόνο πραγματικά αντικείμενα αλλά και σχέσεις, θα συντείνει ώστε ο χρήστης να συμμετέχει σε δραστηριότητες και να δημιουργεί «οπτικό δράμα» πέραν από αυτά που βλέπει. Έτσι, θα ενεργοποιηθεί η ενσυναίσθηση (Pietroni, 2016 σ.440) που θα οδηγήσει στη μέριμνα για την πολιτιστική κληρονομιά.

Καθώς οι επισκέπτες/ χρήστες «μαθαίνουν» καλύτερα όταν τους δίνεται η ευκαιρία να ενεργήσουν (Γκαζή, 2004 σ.10), η εισήγηση αυτή περιλαμβάνει πολυμεσικές εφαρμογές, διαδραστικές δραστηριότητες ή και εκθέματα, συνδέσμους και ευκαιρίες διασύνδεσης με άλλους χρήστες ή με επαγγελματίες του μουσείου. Στόχος της εισήγησης είναι η

---

<sup>50</sup> Πληροφορίες που ανέφερε ο Άππιος Αν. (Δημιουργικός Γενικός Διευθυντής της Appio Communications) στην εισήγησή του «Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία: σύγχρονα εργαλεία προβολής, διάδρασης και βιωματικής προσέγγισης της ΑΠΚ» στην Ημερίδα «Ο Ρόλος των Μουσείων στην προβολή και διαφύλαξη της ΑΠΚ» (27 Απριλίου 2017).

διασύνδεση του μουσείου με το κοινό. Έτσι, το «δικτυακό» εδώ αναφέρεται και στην τεχνολογία και στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ μουσείου και κοινού (Αρβανίτης, 2004 σ.190)

Τα περισσότερα μουσεία δεν έχουν μεγάλο προϋπολογισμό που να τους επιτρέπει να οραματιστούν, να σχεδιάσουν, να δοκιμάσουν και να υλοποιήσουν πολυμεσικές εφαρμογές (Mitchell κ.α'. 2010). Το ίδιο συμβαίνει και με το ΚΔΜΑ, το οποίο στηρίζεται οικονομικά από τον Δήμο και χορηγίες<sup>51</sup>. Το κόστος, όμως, ποικίλει ανάλογα με την τεχνολογία που θα επιλέξει το μουσείο (Petridis κ.α'. 2007, σ.74).

### 6.2.1 Γενικό πλαίσιο του δυνητικού ΚΔΜΑ

Τα σύγχρονα σχεδιαστικά αιτήματα που καλείται να ικανοποιήσει ο σχεδιασμός, και επομένως πάνω σε αυτά δομείται η στρατηγική που ακολουθεί, είναι η προσωποποιημένη πληροφόρηση, η διάδραση, η αυτοβελτίωση, η δικτύωση και η διάχυση του περιεχομένου, η βιωματική δράση και η αλληλεπίδραση λειτουργιών (Αθανασούλης κ.α', 2015 σσ. 267-274).

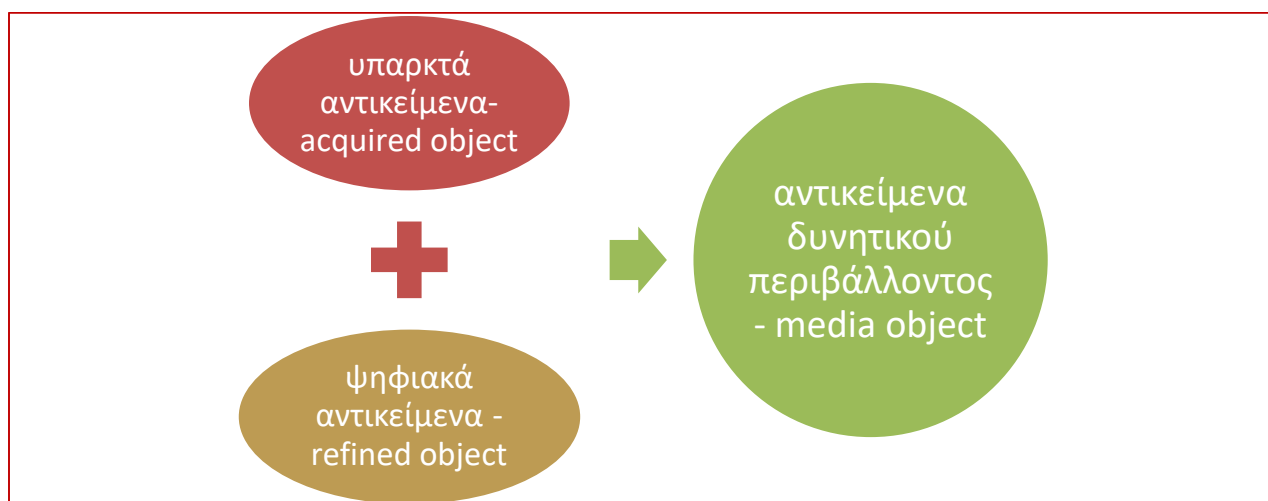
Η εισήγηση αφορά στη δημιουργία ενός ψηφιακού διαδικτυακού εαυτού για το φυσικό ΚΔΜΑ. Το δυνητικό αυτό μουσείο θα είναι προσβάσιμο μέσω web browser και θα αφορά πολλούς χρήστες. Στόχος είναι η δημιουργία ενός «πραγματικά διαδραστικού» μουσείου και όχι η απλή αναπαράσταση του φυσικού μουσείου. Προτείνεται, λοιπόν, η δημιουργία ενός προηγμένου δυνητικού μουσείου με εφαρμογές AR, 3D γραφικά, δυνητική περιήγηση και ποικίλες διαδραστικές εμπειρίες για τον χρήστη.

Πρώτη ανάγκη είναι η ψηφιοποίηση των συλλογών του μουσείου καθώς μη τεκμηριωμένα αντικείμενα κινδυνεύουν να χαθούν (Schneibenz, 1998 σ.191; Petridis κ.α', 2007 σ.74). Σύμφωνα με την έφορο του Μουσείου, Νόνη Παπούη Παπασιάντη, στην αρχαιολογική συλλογή ακολουθείται το σύστημα ψηφιοποίησης του Τμήματος Αρχαιοτήτων ενώ για τις άλλες δύο συλλογές του Μουσείου η ψηφιοποίηση δεν έχει ολοκληρωθεί. Έπειτα, πρέπει

---

<sup>51</sup> Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από προσωπική συνέντευξη με την Έφορο του Μουσείου Νόνη Παπούη Παπασιάντη.

να αποφασισθεί ποια τεχνουργήματα και συνδεδεμένα υλικά θα εκτεθούν. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στις δυνατότητες ψηφιοποίησης των επιλεγμένων αντικειμένων. Η παρουσίαση ενός πολιτιστικού αντικειμένου (cultural object) ως μέσου στο δυνητικό περιβάλλον (media object) προϋποθέτει είτε ένα υπαρκτό αντικείμενο (acquired object) είτε ένα αντικείμενο, που δημιουργείται από τον ψηφιακό επιμελητή (refined object) (Patel κ.ά., 2003:2), άρα οι πολυμεσικές εφαρμογές θα αναφέρονται είτε σε υπαρκτά εκθέματα του ΚΔΜΑ είτε σε αντικείμενα που θα δημιουργηθούν ψηφιακά (Σχεδιάγραμμα 1).



Σχεδιάγραμμα 1 : Η παρουσίαση ενός πολιτιστικού αντικειμένου (cultural object) ως μέσου στο δυνητικό περιβάλλον (media object).

Στην εισήγηση αυτή παρουσιάζονται εκθέματα από τις τρεις μόνιμες συλλογές του μουσείου αλλά και μία εισήγηση για αξιοποίηση των περιοδικών εκθέσεων. Για κάθε συλλογή θα υπάρχει η δυνατότητα δυνητικής περιήγησης, συνδέσμων και πολυμεσικών εφαρμογών. Εδώ γίνεται προσπάθεια να παρουσιασθεί ένα εύρος πολυμεσικών εφαρμογών ούτως ώστε να δοθούν πολλαπλές ιδέες και ευκαιρίες στο ΚΔΜΑ να εφαρμόσει κάποιες από αυτές, με βάση τις δυνατότητές του. Παράλληλα, στόχος είναι το δυνητικό μουσείο να συμβάλλει στο όραμα του μουσειακού οργανισμού <sup>52</sup>.

<sup>52</sup> Το ΚΔΜΑ στοχεύει στην άμεση επικοινωνία των μουσειακών αντικειμένων με τον επισκέπτη, φιλοδοξεί να αποτελέσει πηγή γνώσης και αφύπνισης της μνήμης, πόλο έλξης ξένων και ντόπιων τουριστών με στόχο τη γνωριμία με την τοπική – εθνική ιστορία και πολιτισμό.



Εικόνα 11: Το σύμβολο/ brand του ΚΑΜΑ.

Η τεχνολογία του ΔΠ πρέπει να είναι φιλική προς τον χρήστη, οι οδηγίες και η «βοήθεια» να είναι εύκολα ανακτήσιμες και τα γραφικά ευδιάκριτα (Sylaiou κ.α΄., 2009 σ.249). Σύμβολο του δυνητικού μουσείου θα είναι το σύμβολο του ΚΑΜΑ (εικόνα 11) ούτως ώστε να το καθιστά αναγνωρίσιμο και να υπενθυμίζει την

ταύτιση των δύο μουσείων. Στην αρχική σελίδα θα κυριαρχεί το γκρι χρώμα που φέρει κτιριακά το φυσικό μουσείο. Εδώ θα τοποθετηθεί, επίσης, ψηφιακός χάρτης πλοήγησης που σε συνδυασμό με μία πυξίδα θα βοηθά στην καθοδήγηση του χρήστη στον χώρο (Chiu κ.α΄., 2009 σ.455) (Σχεδιάγραμμα 2). Στον χάρτη κάθε συλλογή θα διακρίνεται με διαφορετικό χρώμα. Στο χώρο εισόδου του μουσείου θα κυριαρχεί το λευκό χρώμα, συμβολίζοντας τον «νέο κόσμο» στον οποίο εισέρχεται ο χρήστης, έτοιμος να αποκομίσει νέες ιδέες και γνώσεις. Στην «Αρχαιολογική συλλογή» θα κυριαρχεί το χρώμα της τοπικής γης, παραπέμποντας στις αρχαιολογικές ανασκαφές. Στη συλλογή της «Εκκλησιαστικής τέχνης» θα κυριαρχεί το πορφυρό χρώμα, παραπέμποντας στον εκκλησιαστικό κόσμο και το Βυζάντιο ενώ στην «Εθνογραφική συλλογή» θα κυριαρχεί το χρώμα του χαλκού, συνδεδεμένο με την Κυπριακή σημαία. Ο χώρος των περιοδικών εκθέσεων θα μπορούσε να παίρνει νέο χρώμα ανάλογα με το θέμα της συλλογής που φιλοξενείται.

Ο χρήστης επιλέγοντας μία συλλογή θα μεταβαίνει κατευθείαν σε αυτήν. Στην προβολή της συλλογής θα χρησιμοποιούνται τα προαναφερθέντα χρώματα. Η 3D πλοήγηση που θα χρησιμοποιηθεί ενθαρρύνει τη χωρική εξερεύνηση από τον χρήστη (Shyan κ.α΄., 2015 σ.6) ενώ η ελεύθερη επιλογή συλλογής και αντικειμένων θα προσφέρουν στο κοινό περισσότερες ελεύθερες επιλογές καθώς ο χρήστης είναι πιο πιθανό να περιπλανηθεί μακριά από την προβλεπόμενη διαδρομή της έκθεσης (Tang, 2005 σ.54). Ο χάρτης<sup>53</sup> θα δίνει την ευκαιρία στον χρήστη να επιλέξει τη δική του διαδρομή μέσα από τα εκθέματα και να δει με μία μόνο ματιά το εύρος των αντικειμένων (Davies και Jefsoutine, 2001 σ.9). τέλος, τα ενσωματωμένα εργαλεία επιλογής, για το τι θα δει και τι θα μάθει ο χρήστης, του

<sup>53</sup> Ο χάρτης που θα χρησιμοποιηθεί είναι αντίστοιχος αυτού που χρησιμοποιείται στο NMNH.

δίνουν την αίσθηση ότι γίνεται ο ίδιος διαχειριστής και μέλος του μουσείου (Shyan κ.α', 2015 σ.4; Sylaiou κ.α'. 2013 σ.9).



Σχεδιάγραμμα 2: Ψηφιακός χάρτης πλοήγησης.

Στην κεντρική σελίδα θα υπάρχει ένα μοντέλο τριών διαστάσεων – avatar, το οποίο θα επιτελεί τον ρόλο του ξεναγού (Zhang και Yang, 2009 σσ.156,158; Su κ.α', 1998 σ.616; Christal κ.α', 2015 σ.70). Ο χρήστης θα έχει την ευκαιρία να χρησιμοποιήσει το avatar σε όλες τις συλλογές. Οι Su κ.α'. (1998 σ.617 ) εισηγούνται ο «εικονικός ξεναγός» να επιτελεί διττό ρόλο. Κάνοντας κλικ στο ένα χέρι του να προσφέρει πληροφορίες και κάνοντας κλικ στο άλλο χέρι να επιτρέπει την επαφή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με το μουσείο. Η εισήγηση θα εφαρμοστεί και στο δυνητικό ΚΔΜΑ. Επίσης, θα χρησιμοποιηθεί το παράδειγμα του e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο (e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο, χ.χ.) παρουσιάζοντας στην κεντρική σελίδα σύνδεσμο για το «Βιβλίο επισκεπτών», όπου οι χρήστες θα αφήνουν τα σχόλια και τις εισηγήσεις τους για το μουσείο.

Όλες οι εικόνες και τα video που θα χρησιμοποιηθούν πρέπει να είναι υψηλής ευκρίνειας ενώ το τρισδιάστατο περιβάλλον μπορεί να δημιουργηθεί με τη βοήθεια εργαλείων CAD

(Su κ.α'. 1998 σ.615). Το Μουσείο Haida Spirits of the Sea<sup>54</sup>, στον Καναδά, αναγνωρίζοντας όλες τις κοινότητες που κατοικούν στη χώρα αλλά και την επισκέπτονται, προσφέρει τις υπηρεσίες του σε τέσσερις γλώσσες –αγγλικά, γαλλικά, ισπανικά, πορτογαλικά (Soren, 2005 σ.135). Στην εισήγηση αυτή προτείνουμε τη χρήση τουλάχιστον τριών γλωσσών, της ελληνικής και της τουρκικής ως επίσημων γλωσσών του κράτους και της αγγλικής, ως της γλώσσας που ομιλείται επίσημα διεθνώς. Η εφαρμογή θα χρησιμοποιεί συνδέσεις, καθώς θεωρούνται το πιο σημαντικό εργαλείο στο διαδίκτυο (Chiu κ.α', 2000 σ.455; Su κ.α'. 1998 σ.615).

Για σκοπούς χρήσης από την εκπαιδευτική κοινότητα θα υπάρχει εξειδικευμένο υλικό για τους εκπαιδευτικούς, όπως συμβαίνει στο Butterflies North and South Museum του Καναδά (χ.χ.), που τοποθετεί το υλικό αυτό κάτω από την ενότητα teachers' center. Το δυνητικό μουσείο, ακολουθώντας τις αρχές της κονστρουκτιβιστικής μάθησης, θα περιέχει δραστηριότητες όπως quiz, ruzzle, πολλαπλής επιλογής και δημιουργίας (Soren, 2005 σ.136). Όλες οι εφαρμογές μάθησης/ διδασκαλίας θα εμπεριέχουν επιβράβευση, σημαντικό στοιχείο για την ανατροφοδότηση του χρήστη (Din, 2015 σ.103; Petridis κ.α', 2007 σ.75).

Το δυνητικό μουσείο θα στηρίζει επίσης τη χρήση «δωματίων συνομιλίας»/chat rooms καθώς η χρήση τους επικροτείται από πολλούς ερευνητές των διαδικτυακών μουσείων. (Bandelli, 1999 σ.22; Zhang και Yang, 2009 σ.159; Soren, 2005 σ.140). Τα chat rooms θα προσφέρουν τη δυνατότητα συνομιλίας δια ζώσης ανάμεσα στους χρήστες αλλά και τους επαγγελματίες του μουσείου, συμβάλλοντας στην κοινωνική διάδραση και τη διατήρηση του ενδιαφέροντος του χρήστη καθώς συνεχίζει να ανταλλάζει απόψεις και να μοιράζεται εμπειρίες μετά την πρώτη επίσκεψή του (Shyam κ.α', 2015 σ.3-5).

## 6.2.2 Γνωριμία με τον Κόσμο της Αθηνού

Η ενότητα αυτή θα περιλαμβάνει όσα βρίσκονται στον «διάδρομο εισόδου» του φυσικού μουσείου και εισάγουν τον επισκέπτη στον κόσμο της Αθηνού. Ένας διαδραστικός χάρτης της Αθηνού θα σηματοδοτείται με συγκεκριμένα σημεία και μέσω συνδέσμων ο

---

<sup>54</sup> Η ιστοσελίδα του δυνητικού αυτού μουσείου είναι προς το παρόν εκτός λειτουργίας.

χρήστης θα μπορεί να αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες για ό,τι τον ενδιαφέρει. Τέτοιες πληροφορίες είναι ήδη διαθέσιμες στην ιστοσελίδα του Δήμου. Ενδεικτικά αναφέρουμε :

(α) διατηρητέες οικοδομές - Πατρική Οικία Μοναχού Καλλίνικου Σταυροβουνιώτη και Παλαιού Τυροκομείου (Δήμος Αθηνών, 2012)

(β) αρχαιολογικούς χώρους της Μαλλούρας και των Γόλγων Δήμος Αθηνών, 2012)

(γ) εκκλησίες του Δήμου (Δήμος Αθηνών, 2012)

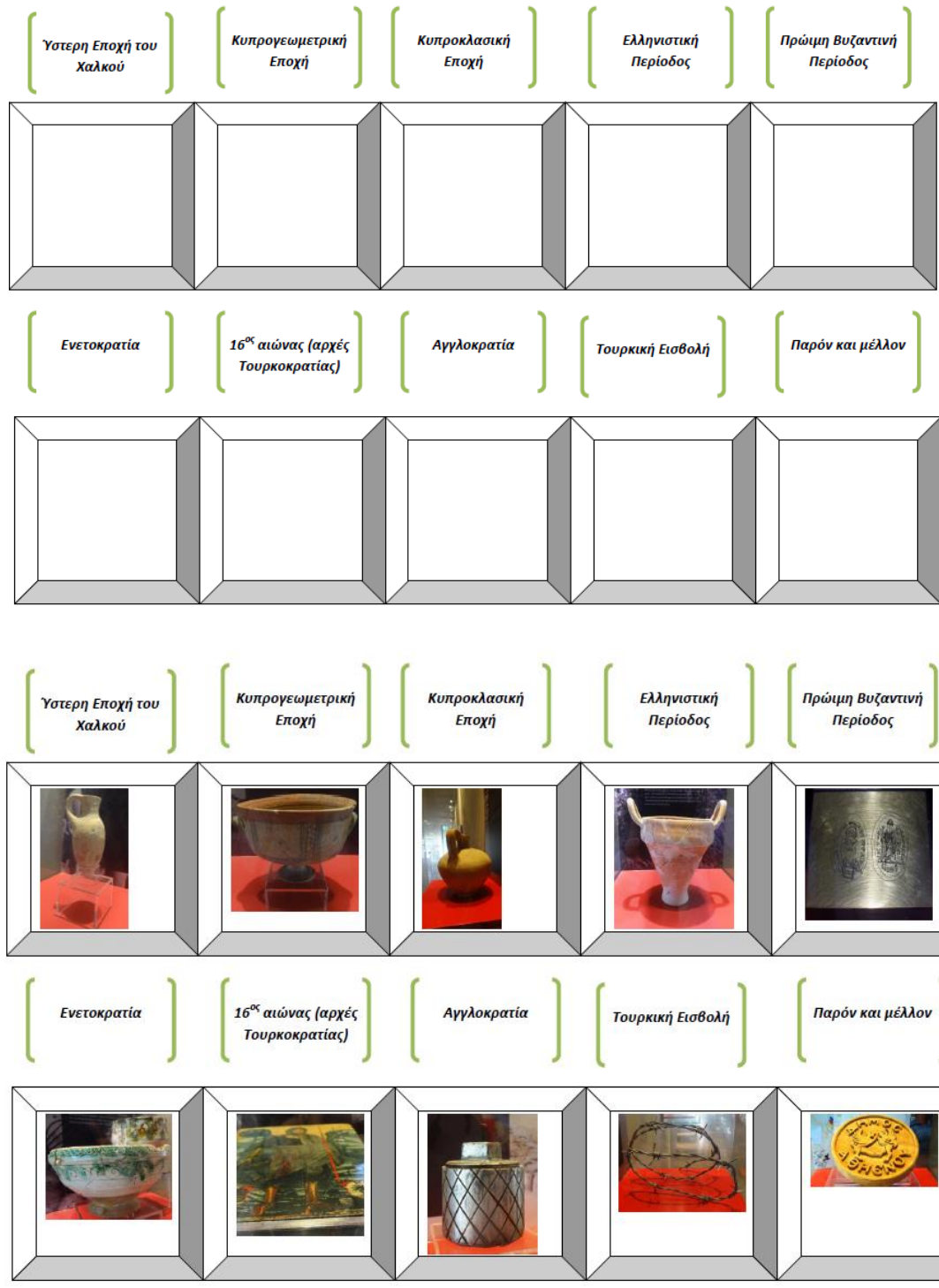
Το φυσικό μουσείο στην είσοδο παρουσιάζει δέκα προθήκες που παρουσιάζουν, ακολουθώντας τη γραμμή του χρόνου, σημαντικές ιστορικές και πολιτιστικές στιγμές στην ιστορία του Δήμου. Στο δυνητικό μουσείο η γραμμή του χρόνου θα μπορούσε να παρουσιάζεται υπό μορφή puzzle<sup>55</sup> (Σχεδιάγραμμα 3), στο οποίο ο χρήστης θα καλείται να θέσει τα δέκα αντικείμενα στην ορθή χρονολογική σειρά. Κάθε εικόνα- αντικείμενο θα φέρει τις αντίστοιχες πληροφορίες (χρονική τοποθέτηση, περιγραφή, χρησιμότητα), όταν ο χρήστης μεταφέρει τον κένσορά του πάνω σε αυτές. Ο χρήστης θα βαθμολογείται ανάλογα με τα κομμάτια του puzzle που έχει τοποθετήσει ορθά<sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> Η ιστοσελίδα <http://www.jigsawplanet.com/> δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας puzzle δωρεάν.

<sup>56</sup> Αντίστοιχη εφαρμογή χρησιμοποιείται στην ψηφιακή εφαρμογή «Η ζωφόρος του Παρθενώνα» ([www.parthenonfrieze.gr](http://www.parthenonfrieze.gr)) του Νέου Μουσείου Ακρόπολης.





Σχεδιάγραμμα 3: Ενδεικτική παρουσίαση του puzzle για την εφαρμογή «Γραμμή του χρόνου».

Τέλος, το Μουσείο προβάλλει στον χώρο αυτό τέσσερα video για την καθημερινή ζωή και τις ασχολίες των κατοίκων της Αθηνών. Τα video αυτά μπορούν να ενταχθούν και στο δυνητικό μουσείο συνοδευόμενα από τις αντίστοιχες εισαγωγικές πληροφορίες, υπό μορφή σύντομου κειμένου.

### 6.2.3 Αρχαιολογική Συλλογή

Η δυνητική περιήγηση στο χώρο της αρχαιολογικής συλλογής θα φέρει τον χρήστη σε επαφή με πολλά έργα κεραμικής. Η 3D απεικόνιση των εκθεμάτων και η δυνατότητα μεγέθυνσης στο δυνητικό περιβάλλον θα δώσει στον χρήστη την ευκαιρία να παρατηρήσει λεπτομέρειες που διαφορετικά θα περνούσαν απαρατήρητες (Toth, 2011 σ.216). Ο χρήστης μπορεί να περιστρέψει το τρισδιάστατο αντικείμενο, να το μεγεθύνει και να προβεί σε σημαντικές παρατηρήσεις για τη διακόσμηση των αγγείων, τα θέματα και τα χρώματα που επιλέγονταν ανά εποχή.

Ακολουθώντας το παράδειγμα του ACM δίνονται στον χρήστη πολλαπλοί σύνδεσμοι μέσω των οποίων μπορεί να επεκτείνει την έρευνά του σε σχέση με την κεραμική. Ο χρήστης που επιθυμεί να μάθει περισσότερα για την κεραμική στην Κύπρο μπορεί να διαβάσει επιπλέον άρθρα για το θέμα μέσω συνδέσμων που θα χρησιμοποιηθούν. Σημαντικό, επίσης, για τον μελετητή του αρχαίου κόσμου είναι να αντιληφθεί τόσο τη διαχρονία κάποιων φαινομένων όσο και την ταυτόχρονη παρουσία τους σε διάφορους πολιτισμούς. Ο χρήστης του δυνητικού ΚΔΜΑ μπορεί να μελετήσει την εξέλιξη της κεραμικής τέχνης στην Κύπρο ακολουθώντας σύνδεσμο που τον οδηγεί στο Κέντρο Κυπριακής Χειροτεχνίας (2017) ή και να μελετήσει τη σύνδεση της Κυπριακής Κεραμικής με την κεραμική της Κρήτης μέσω video που παρήχθησαν από το κανάλι της Ελληνικής Βουλής και διατίθενται δωρεάν στο Youtube.



Εικόνα 12: Κύπελλο,  
Κυπροαρχαϊκή περίοδος,  
Συλλογή Τμήματος  
Αρχαιοτήτων, ΜΛΑ 1546 Τ7/7.

Επιπλέον, θα μπορούσε να παρουσιάζεται ένα παιχνίδι πολλαπλών επιλογών με ερωτήσεις για τα εκθέματα. Μια τέτοια δραστηριότητα μπορεί να δημιουργηθεί εύκολα μέσω της εφαρμογής Survey Monkey <sup>57</sup>.

Η εικονική πραγματικότητα μπορεί να δώσει στους

μελετητές τα αποτελέσματα της αρχαιολογικής έρευνας στην επιστημονική κοινότητα μέσα από ένα εντελώς νέο τρόπο επικοινωνίας, βελτιώνοντας επίσης τον τρόπο με τον οποίο τα αποτελέσματα γνωστοποιούνται στο κοινό (Roussou, 2001 σ.2). Στην περίπτωση του ΚΔΜΑ το δυνητικό μουσείο μπορεί να συνδέεται άμεσα με τη σελίδα που διατηρεί το Davidson College για τις έρευνές του στην περιοχή της Μάλλουρας (Athienou Archaeological Project, 2017) ή και τη σελίδα τους στο Facebook. Έτσι, το ευρύ και το επιστημονικό κοινό μπορεί να ενημερώνεται άμεσα για τα νέα ευρήματα ενώ το Μουσείο συνδέεται με χώρους εκτός του φυσικού κτηρίου του (όπως συμβαίνει και στο NMNH). Ζωντανές μεταδόσεις (live streaming) από τους χώρους συντήρησης των αντικειμένων μπορούν να φέρουν το κοινό σε επαφή με τον κόσμο της αρχαιολογίας.

#### 6.2.4 Εκκλησιαστική συλλογή

Τα εκθέματα της Εκκλησιαστικής Συλλογής μπορούν να παρουσιάζονται σ' ένα ΔΠ εκκλησιαστικού χώρου. Η αίσθηση του χώρου θα γίνεται αντιληπτή από τη μουσική στο παρασκήνιο (Chiu κ.α', 2000 σ. 456), στην προκειμένη περίπτωση υπό τον ήχο βυζαντινών ύμνων. Η εκκλησιαστική συλλογή του ΚΔΜΑ στηρίζεται ουσιαστικά σε τρία πρόσωπα (μοναχός Καλλίνικος, αδελφοί Κεπόλα) άρα και η παρουσίαση θα ενσωματώνει πιο προσωπικά στοιχεία. Οι Davies και Jefsoutine (2001 σ.11) προτείνουν την παρουσίαση

<sup>57</sup> Ενδεικτικά η ερευνήτρια δημιούργησε ερώτημα για το κεραμικό αγγείο ΜΛΑ 1546 Τ7/7 (Εικόνα 12) στον σύνδεσμο

[https://www.surveymonkey.com/r/Preview/?sm=6\\_2FY2\\_2Fv8Llbi49gn3G6VjGR3hfHmeo3v7FXhWB7ZxXlemuY6v\\_eizKTjcf\\_2Bv\\_2F1B49w](https://www.surveymonkey.com/r/Preview/?sm=6_2FY2_2Fv8Llbi49gn3G6VjGR3hfHmeo3v7FXhWB7ZxXlemuY6v_eizKTjcf_2Bv_2F1B49w).

οπτικοακουστικού υλικού για τη βιογραφία προσώπων και όχι κειμενική παρουσίαση. Το μουσείο διαθέτει ήδη δύο video για τη ζωή και την τέχνη του μοναχού Καλλίνικου, τα οποία ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει και στο δυνητικό μουσείο. Όσον αφορά τα βιογραφικά στοιχεία των αδελφών Κέπολα θα μπορούσε να δοθεί φωνή στον δημιουργό ή στο αντικείμενο (Davies και Jefsoutine, 2001 σ.9). Για τον Άλκη Κέπολα, ο οποίος έχει αποβιώσει το 2009, θα μπορούσε να μιλά κάποιο έργο του που θα εκτίθεται στη συλλογή ενώ για τον Γεώργιο Κέπολα θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα video με πρωταγωνιστή τον ίδιο, αφού βρίσκεται εν ζωή.

Ειδική εφαρμογή στο MET σχολιάζει πώς το μουσείο επιδιορθώνει τις ζημιές στα έργα τέχνης (Shu 2005). Μία ανάλογη εφαρμογή θα μπορούσε να σχολιάζει πως επιδιορθώθηκαν τυχόν ζημιές σε έργα του μοναχού Καλλίνικου ή και πώς συντηρούνται οι αγιογραφίες.



Εικόνα 13 : Ο Χριστός Αναπεσών, έργο του μοναχού Καλλίνικου.

Ο μοναχός Καλλίνικος ταξίδευε σε διάφορες μονές και μαθήτευσε δίπλα σε σπουδαίους αγιογράφους. Ως αποτέλεσμα, έργα του είναι εμπνευσμένα ή και αντιγραφές άλλων έργων<sup>58</sup>. Ο χρήστης θα μπορούσε να έρθει σε επαφή με μία συλλογή έργων από τα οποία εμπνεύστηκε ο μοναχός και να μελετήσει τις επιρροές που δέχτηκε. Ένα τέτοιο έργο που εκτίθεται στο μουσείο είναι ο «Ο Χριστός Αναπεσών» (Εικόνα 13). Έργο που εικάζεται ότι αγιογραφήθηκε πρώτα σε τοιχογραφία στο

Πρωτάτο του Αγίου Όρους (Ορθόδοξες Απαντήσεις, χ.χ.) αλλά συναντάμε και στο e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο ως έργο του Emile Gillieron του πρεσβύτερου (e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο, χ.χ.).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον στα εκθέματα της εκκλησιαστικής τέχνης παρουσιάζει το ημιτελές έργο του Άλκη Κέπολα, στους τοίχους του φυσικού μουσείου. Φωτογραφίες του έργου θα

<sup>58</sup> Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από προσωπική συνέντευξη με την Έφορο του Μουσείου Νόνη Παπουή Παπασιάντη.

παρουσιάζονται και στο δυνητικό μουσείο ενώ ένα σύντομο κείμενο θα επεξηγεί γιατί το έργο δεν έχει ολοκληρωθεί. Το θέμα της ολοκλήρωσης του έργου από άλλον καλλιτέχνη ή όχι, θα μπορούσε να συζητηθεί σ' ένα δίκτυο ή forum χρηστών. Ειδικοί στην αιογραφία, επαγγελματίες του μουσείου και απλοί χρήστες μπορούν να συζητήσουν για το θέμα και να ανταλλάξουν απόψεις. Έτσι, θα δημιουργηθεί μια εικονική κοινότητα, κατά τον Soren (2005 σ.140), στην οποία επιστημονικές απόψεις θα συνυπάρξουν με την κοινή γνώμη, θεμελιώνοντας ένα δημοκρατικό μουσείο<sup>59</sup>.

### 6.2.5 Εθνογραφική Συλλογή

Η συλλογή αυτή, όπως προείπαμε, έχει δημιουργηθεί μετά από κάλεσμα του μουσείου προς τους δημότες της Αθηνών. Το κοινό θα μπορούσε να ενισχύει συνεχώς τη συλλογή παρέχοντας πληροφορίες για τα ίδια τα αντικείμενα αλλά και για τη ζωή στην Αθηνών στο πέρασμα του χρόνου. Όπως αναφέρουν οι Christal κ.α'. (2005 σ.82) τα chat rooms μπορούν να τροφοδοτήσουν τέτοιες συλλογές.

Όταν δουλεύουμε με την έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι σημαντικό να γνωρίζουμε το πλήθος των στρωμάτων που κατέχει (Heijnen, 2010 σ.19). Μέσα από την εικονική επεξεργασία ένα αντικείμενο μπορεί να μας οδηγήσει κατευθείαν στη γνώση και στον τρόπο ζωής στο παρελθόν, επαν-εργοποιώντας τη σύνδεση του νοήματος και του περιβάλλοντος στο χώρο και στον χρόνο (Pietroni, 2016 σ. 438). Ένα τέτοιο στοιχείο από την εθνογραφική συλλογή είναι το ψωμί<sup>60</sup>. Το μουσείο πέραν από την προβολή των εργαλείων που συνδέονται με την παραγωγή του ψωμιού, οφείλει να δημιουργήσει τη διασύνδεση με την καθημερινή ζωή των ανθρώπων γύρω από αυτό. Έτσι, ένα 3D περιβάλλον σε συνδυασμό με τρισδιάστατους χαρακτήρες μπορεί να αφηγείται όλη τη διαδικασία, από το μάζεμα του σιταριού για το ψωμί μέχρι αυτό να φθάσει στο τραπέζι των οικογενειών. Η αφήγηση/ σενάριο καθορίζει την επιλογή της γλώσσας, του επικοινωνιακού ύφους, τον φωτισμό, την κίνηση της κάμερας, τον ήχο, τον ρυθμό, το

<sup>59</sup> Πρότυπο δυνητικού μουσείου όπου το κοινό συμμετέχει ενεργά είναι το VCM που παρουσιάστηκε στην ενότητα 5.3.

<sup>60</sup> Τον Απρίλιο του 2017 ο Δήμος Αθηνών και το ΚΔΜΑ εισηγήθηκαν την εγγραφή του Αθηνήτικου ψωμιού στον Κατάλογο της ΑΠΚ της Unesco (Cyprus national commission for UNESCO, 2017).

επίπεδο διαδραστικότητας, την ιεραρχική οργάνωση του περιεχομένου (Pietroni 2016, σ.450). Άρα, στο επικείμενο σενάριο θα χρησιμοποιηθεί η κυπριακή διάλεκτος, ήχοι και χρώματα της κυπριακής υπαίθρου ενώ ο χρόνος αφήγησης θα είναι γραμμικός για να μπορεί ο χρήστης να αντιληφθεί την όλη διαδικασία. Μία τέτοια αφήγηση θα προβάλλει στους χρήστες, της σύγχρονης αστικής ζωής, σκηνές που υπό άλλες συνθήκες θα μπορούσαν μόνο να φανταστούν (Tsicritzis και Gibbs 1991. σ.21).

Το ΚΔΜΑ ευρισκόμενο σε μία ακριτική περιοχή μπορεί να συμβάλει στην πολιτιστική προσέγγιση των δύο κοινοτήτων, ελληνοκυπρίων και τουρκοκυπρίων. Το Μουσείο θα λειτουργήσει ως σύνδεσμος πολιτισμών, στα πρότυπα του VCM. Με βάση, λοιπόν, τα εκθέματά του για την παρασκευή του τυριού θα μπορούσε να δημιουργηθεί μια νέα δυνητική έκθεση με αντικείμενα από την τουρκοκυπριακή κοινότητα. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εκθέματα εργαλεία παρασκευής τουρκικών τυριών, video με τη διαδικασία παρασκευής, συνταγές αλλά και προϊόντα της τουρκικής κουζίνας με βάση το τυρί. Η συνεργασία θα φέρει κοντά τις δύο κοινότητες και το μουσείο θα συμβάλει, σε ό,τι ο Müller (2008) αναφέρει ως, κοινωνική συνοχή και αρμονία.



Εικόνα 14 : Εργαλεία για την παρασκευή τυριού που παρατίθενται στο φυσικό μουσείο.

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο της εθνογραφικής συλλογής και της ζωής στην Αθηνών είναι τα κεντήματα. Για τη διάχυση της κεντητικής τέχνης θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία mocap<sup>61</sup>. Η πλατφόρμα εκπαίδευσης mocap θα περιλαμβάνει έναν εικονικό τρισδιάστατο χαρακτήρα που θα λειτουργεί ως δάσκαλος και ο οποίος αρχικά θα παρουσιάζει την τεχνική της κεντητικής. Στη συνέχεια, ο χρήστης θα δοκιμάζει τις κινήσεις ενώ θα

<sup>61</sup> Βλέπε κεφάλαιο 4.2

παρακολουθείται από το σύστημα mocap. Η κίνηση του χρήστη θα αναλύεται, θα συγκρίνεται με αυτήν του δασκάλου/ της κεντήτριας και θα του προσφέρεται μία σχετική ανατροφοδότηση (Αριστείδου κ.ά., 2015 σ.255-257).

Το δυνητικό μουσείο μπορεί να κάνει θέματα δύσκολα, προσιτά σε μια γενιά που θεωρείται τεχνολογικά εγγράμματη. Η προσέγγιση επιτυγχάνεται μέσα από τη δυνατότητα παρουσίασης προσωπικών αφηγήσεων που είναι πιο επιτυχημένες ως μοντέλο μάθησης για τους νέους (Miles, 2001 σ.88) αλλά και μέσα από ανοικτές αντιπαραθέσεις για ζητήματα, τα οποία αποτελούν ανοικτά τραύματα για μια περιοχή. Ένα, τέτοιο θέμα για το ΚΔΜΑ είναι αυτό των αγνοουμένων του 1974. Μέσα από τα ευρήματα για τον αγνοούμενο, μέχρι πρότινος, Θεόδωρο Σταύρου – Φώττηρο το δυνητικό μουσείο μπορεί να συνδέσει τον χρήστη με το θέμα των αγνοουμένων της Κύπρου. Σε σύνδεση με τον Παγκύπρια Οργάνωση Συγγενών Αδήλωτων Αιχμαλώτων και Αγνοουμένων (χ.χ.) ο χρήστης μπορεί να πληροφορηθεί και να ευαισθητοποιηθεί για το θέμα. Πληροφορίες για το θέμα αλλά και όλες τις εξελίξεις μπορεί να προσφέρει το δυνητικό μουσείο και μέσα από την ιστοσελίδα του Γραφείου τύπου και πληροφοριών.



Εικόνα 15 : Προσωπικά αντικείμενα του Θεόδωρου Σταύρου – Φώττηρου.  
Ευγενής παραχώρηση της οικογένειάς του στο μουσείο.

### 6.2.6 Περιοδικές εκθέσεις

Το δυνητικό μουσείο επιτρέπει στους χρήστες «να επισκέπτονται» μια περιοδική έκθεση ακόμα και όταν αυτή έχει κατεβεί. Έτσι, ούτε αυτή ούτε η δουλειά που έγινε χάνεται<sup>62</sup> (Christal κ.α', 2015 σ.75).

Ακολουθώντας το παράδειγμα του e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο (χ.χ.) θα δημιουργηθεί ένα χρονολόγιο περιοδικών εκθέσεων. Ο χρήστης επιλέγοντας μία έκθεση θα παίρνει πληροφορίες για την ταυτότητά της - το θέμα, θα γνωρίζει επιλεγμένα εκθέματά της και θα παρακολουθεί video με εκδηλώσεις που διεξήχθησαν σχετικά με την εν λόγω έκθεση.

## 6.3 Οφέλη από το Δυνητικό Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθένου

Καθώς η δημιουργία του δυνητικού μουσείου προϋποθέτει την ψηφιοποίηση όλων των συλλογών και των αντικειμένων τους, εξασφαλίζεται η διάσωση της πολιτιστικής κληρονομιάς και η κληροδότησή της στις επόμενες γενεές. Η δε προβολή της μέσα από το διαδίκτυο και τις τεχνολογικές εφαρμογές που αυτό προσφέρει, συμβάλλει στη διάχυσή της τόσο στην τοπική κοινότητα όσο και διεθνώς.

Το φυσικό μουσείο στεγάζεται σε μία απομακρυσμένη από τα αστικά κέντρα περιοχή, σε ακριτική ζώνη, στοιχεία που ίσως περιορίζουν την πρόσβαση τόσο του ντόπιου πληθυσμού όσο και των τουριστών. Η διαδικτυακή παρουσία του μπορεί να προβάλλει τις συλλογές του χωρίς να χρειάζεται κάποιος να το επισκεφθεί ή και να προκαλέσει τη φυσική επίσκεψη, μετά τη διαδικτυακή. Το δυνητικό μουσείο μπορεί να προσδώσει διεθνή φήμη στο φυσικό μουσείο.

---

<sup>62</sup> Η έφορος του ΚΔΜΑ, σε προσωπική συζήτηση, ανέφερε ότι όντως, όσα εκτέθηκαν στην περιοδική έκθεση για τον Άλκη Κέπολα «έχουν χαθεί».



Ο χρήστης στο δυνητικό μουσείο θα έχει την ευκαιρία να επιλέξει τα αντικείμενα ή και τις συλλογές που θέλει να μελετήσει. Ένα από τα αρχιτεκτονικά μειονεκτήματα του φυσικού μουσείου – η μονοδιάστατη διαδρομή – αίρεται με το δυνητικό μουσείο. Επιπλέον, το υλικό για τα αντικείμενα γίνεται πλέον πολυεπίπεδο και ποικιλόμορφο. Η διασύνδεση με το Davidson College προσφέρει άμεση πληροφόρηση στην επιστημονική κοινότητα. Η παροχή εκπαιδευτικού υλικού συντείνει στη χρήση του δυνητικού μουσείου στη μαθησιακή δραστηριότητα, ενώ οι μαθητές μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για σκοπούς έρευνας ή και ως μέσο ψυχαγωγίας (παιχνίδια, video). Παράλληλα, μπορεί να αξιοποιηθεί από το ευρύ κοινό για γενική ενημέρωση και από άτομα με εξειδικευμένα ενδιαφέροντα π.χ. κεραμική, συντήρηση εικόνων. Έτσι, το δυνητικό μουσείο συμβάλλει στη δια βίου μάθηση.

Οι χρήστες του δυνητικού ΚΔΜΑ έχουν τη δυνατότητα να βρίσκονται σε άμεση επικοινωνία με το μουσείο και τους επαγγελματίες του. Η πρόσβαση στο email του μουσείου γίνεται εύκολη λόγω του avatar-ξεναγού, ενώ η συνεχής επικοινωνία επιτυγχάνεται με τα chat rooms. Το «βιβλίο επισκεπτών» δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να προσφέρουν ανατροφοδότηση στο μουσείο μέσω των σχολίων που αφήνουν. Τα chat rooms παρέχουν στους χρήστες την ευκαιρία να εκφράσουν τη γνώμη τους (θέμα τοιχογραφίας Άλκη Κεπόλα) ή να προσφέρουν στοιχεία για την ΑΠΚ. Το όφελος είναι διττό. Από τη μία το μουσείο αντιλαμβάνεται τις ανάγκες των χρηστών και μπορεί να αναδιοργανώνει τις εκθέσεις του για να προσελκύσει περισσότερους χρήστες. Από την άλλη το κοινό νιώθει ότι γίνεται μέτοχος του μουσείου, εμπλέκεται συναισθηματικά και έτσι ενδιαφέρεται ουσιαστικά για το μουσείο. Το μουσείο ανοίγει τις πύλες του για όλους και ενισχύει το αίσθημα της δημοκρατίας.

Η ένταξη των αντικειμένων στο ιστορικό και πολιτιστικό τους πλαίσιο βοηθά τους επισκέπτες να εξάγουν νοήματα. Η παρουσίαση της όλης διαδικασίας παραγωγής του ψωμιού βοηθά τον χρήστη όχι μόνο να συλλάβει τη διαδικασία αλλά κυρίως να εξετάσει τη σημασία της για τον άνθρωπο. Η διασύνδεση της τέχνης με άλλους πολιτισμούς (κεραμική – Κρήτη, επιρροές μοναχού Καλλίνικου στην αγιογραφία) αλλά και η διαχρονική παρουσιάσή της (κεραμική – Κέντρο Χειροτεχνίας) οδηγεί σε συμπεράσματα για την αλληλεπίδραση των πολιτισμών και τη διαίωνιση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Η εγγύτητα των κοινοτήτων σε μια ακριτική περιοχή είναι ένα ευαίσθητο κοινωνικό ζήτημα. Το δυνητικό ΚΔΜΑ μπορεί να συμβάλει στη σύγκλιση των δύο κοινοτήτων, ελληνοκυπρίων και τουρκοκυπρίων, μέσα από την ανάδειξη κοινών στοιχείων της ΑΠΚ (συνεργασία για την έκθεση «τυριού»). Το μουσείο θα φέρει την ήπια δύναμη της άμβλυνσης των διαφορών μέσα από τη συνεργασία για τη δημιουργία μιας νέας έκθεσης.

Παράλληλα, το δυνητικό μουσείο θα συντείνει στη διάδοση ενός ζητήματος καίριου για την Κύπρο, το θέμα των αγνοουμένων. Οι αφηγήσεις για τους αγνοούμενους θα προκαλέσουν την ενσυναίσθηση, ενώ η παρουσίαση των εξελίξεων στο ζήτημα αυτό θα κινητοποιήσει την κοινή γνώμη για την επίλυση του θέματος.

Κάθε χωρικός περιορισμός του φυσικού μουσείου αποσύρεται στο δυνητικό μουσείο. Έτσι όχι μόνο καμιά συλλογή δεν χάνεται, αλλά υπάρχει η δυνατότητα συνεχούς εμπλουτισμού τους τόσο με αντικείμενα όσο και με πληροφορίες για αυτά.

Φαίνεται, λοιπόν, πως τα οφέλη για το μουσείο και τον πολιτισμό είναι τόσα πολλά και μπορούν να λειτουργήσουν ως πρόκληση για το ΚΔΜΑ, ούτως ώστε να προχωρήσει στην υλοποίηση ενός δυνητικού εαυτού.

# Συμπεράσματα

Οι Desvallées και Mairesse (2009 σ.89) υποστηρίζουν πως η μορφή και οι λειτουργίες του μουσείου διαφοροποιούνται ανά τους αιώνες. Όντως, η ιστορική ανασκόπηση του οργανισμού αποδεικνύει πως αυτός επηρεάζεται από τα εκθέματά του, την αποστολή που αναλαμβάνει ανά περίοδο και τις διοικητικές του δομές.

Κατά τον 20<sup>ο</sup> αιώνα η γέννηση της «νέας μουσειολογίας» αλλά και οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές που βιώνουν οι μεταφορντικές κοινωνίες, επαναπροσδιορίζουν τον τρόπο λειτουργίας του μουσείου και τη σχέση του με το κοινό (McCall και Gray, 2014 σ.19). Το «νέο» μουσείο επικεντρώνεται στον κοινωνικό του ρόλο, παίρνει σαφώς διεπιστημονικό χαρακτήρα και επιδιώκει πληρέστερη επικοινωνία με το κοινό (Desvallées και Mairesse, 2009 σσ.100-101).

Στόχος του μουσείου ως πολιτιστικού οργανισμού είναι να διαπλάσει πολιτιστική συνείδηση στο κοινό και ενσυναίσθηση για τη διάσωση της πολιτιστικής κληρονομιάς (Αδάμ- Βελένη, 2007 σ.43). Το όραμα αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μόνο αν το μουσείο φθάσει με κάθε τρόπο στο κοινό. Μια άλλη πρόκληση για το μουσείο του 21<sup>ου</sup> αιώνα είναι το γεγονός ότι πρέπει να λειτουργήσει στα πρότυπα των επιχειρηματικών οργανισμών, να βρει δηλαδή χορηγίες και να προβάλει τον εαυτό του στο κοινό ως αξιοθέατο και κάτοχο μοναδικών χαρακτηριστικών (Burton και Scott, 2007 σ.81).

Οι δριμείς εξελίξεις στον χώρο των τεχνολογιών και των επικοινωνιών συνδράμουν στην υλοποίηση του οράματος που έχει θέσει το «νέο» μουσείο. Οι επαγγελματίες των μουσείων, αν και αρχικά δίσταζαν, βαθμιαία αντιλαμβάνονται τις πολλαπλές ευκαιρίες για τη διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς που τους προσφέρει η τεχνολογία (Λουκής και Παζάλος, 2007 σ.29). Συνειδητοποιούν, επίσης, ότι η επικοινωνία με το κοινό μπορεί να γίνει αμεσότερα πλέον (Μπούνια, 2013 σσ.6-7). Πολλά μουσεία υιοθετούν σταδιακά τη

χρήση της τεχνολογίας στο χώρο του φυσικού μουσείου ενώ κάνει την εμφάνισή του και το μουσείο «χωρίς τοίχους» ή «πέρα από τους τοίχους».

Το δυνητικό μουσείο, λοιπόν, γίνεται ένα μέσο κατάλληλο για την προώθηση της νέας πολύπλευρης αποστολής του μουσείου και την προβολή της πληθώρας υλικού που συγκεντρώνεται στις αποθήκες του (Bonis κ.α', 2009 σ.139). Η δυνητικοποίηση είναι ένας φορέας δημιουργίας πραγματικότητας, μια πραγματικότητα όχι αντίθετης αλλά διαφορετικής από την εν ενεργεία/ φυσική ύπαρξη. Το δυνητικό μουσείο παρέχει στον χρήστη τη δυνατότητα για αλληλεπίδραση σε πραγματικό χρόνο με τρισδιάστατα περιβάλλοντα που δημιουργούνται με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών (Χαρίτος, 2005 σ.83).

Η σύγκριση ανάμεσα σε φυσικό και δυνητικό μουσείο, που υποστηρίζει πως ένα εκ των δύο υστερεί, θεωρείται άστοχη. Τα φυσικά και δυνητικά μουσεία είναι δύο τρόποι διάχυσης των πολιτισμών του κόσμου. Και οι δύο μορφές εκθέσεων αποτελούν θεμελιώδεις πρακτικές έκθεσης (Müller, 2002 σ.21) και εκπλήρωσης του Κώδικα Δεοντολογία τους ICOM.

Προχωρώντας στον σχεδιασμό ενός δυνητικού μουσείου ένας οργανισμός οφείλει να μελετήσει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχία του, τα υπάρχοντα μουσεία διεθνώς, τις τεχνολογίες που διατίθενται αλλά και τις προσδοκίες του κοινού. Σε κάθε στάδιο του σχεδιασμού δυνητικού μουσείου, ο οργανισμός πρέπει να βεβαιώνεται ότι κάθε πρόγραμμα και κάθε διαδικτυακή παρουσία ευθυγραμμίζεται με τις ανάγκες του κοινού (Moore, 2015 σ.145) και το προσωπικό όραμα του οργανισμού. Σκοπός δεν είναι η χρήση της τεχνολογίας για χάρη της τεχνολογίας ή οι δαπανηρές τεχνολογικές εφαρμογές. Πολυμεσικές εφαρμογές, τρισδιάστατα περιβάλλοντα και φιγούρες (avatars) και εργαλεία του Web 2.0 χρησιμοποιούνται για να προσφέρουν προσθετική αξία στη μουσειακή εμπειρία του χρήστη.

Το δυνητικό μουσείο έχει λόγο ύπαρξης εφόσον, αφενός, εμπλέκει το κοινό του στη μουσειακή διαδικασία παρέχοντάς του, πέραν από τις ακαδημαϊκές γνώσεις για τα εκθέματα, ιδέες γι' αυτά που θα δημιουργούν νόημα/ αξία (Burgoyne, 2016) και μοναδικές

εμπειρίες, ανοίγοντας ένα ζωντανό διάλογο μαζί του (Komarac κ.α', 2014 σ.106; Müller, 2002 σ. 27). Αφετέρου, αξιοποιεί όλα τα εργαλεία που του δίδονται για να προωθήσει/διαφημίσει τον εαυτό του, να παρακολουθήσει τις αντιδράσεις του κοινού, να επεκτείνει τα γεωγραφικά του όρια και να προσφέρει ποικιλοτρόπως στην κοινωνία (Hume, 2015 σσ.158-160).

Υπό αυτό το πρίσμα η παρούσα πτυχιακή διατριβή αφού μελετά τρία μουσεία – πρότυπα στον χώρο των δυνητικών μουσείων, προχωρά σε εισήγηση για τη δημιουργία δυνητικού μουσείου για το ΚΔΜΑ. Επιλέγεται ένα τοπικό, φυσικό μουσείο απομακρυσμένο από τα αστικά κέντρα, μικρό σε έκταση, το οποίο είναι ανοιχτό σε νέες προτάσεις και διαθέτει τέτοιες συλλογές που μπορούν να προβληθούν ποικιλοτρόπως σ' ένα δυνητικό περιβάλλον.

Οι πολυμεσικές εφαρμογές και το Web 2.0 αναμένεται να συντείνουν στην ανάδειξη του ΚΔΜΑ διεθνώς και να προσελκύσουν το ευρύ κοινό. Η εισήγηση στηρίζει τη δημιουργία δυνητικής περιήγησης στις τρεις μόνιμες συλλογές του ΚΔΜΑ. Μία σειρά από σύνδεσμοι (links) θα συντείνει στην εξειδικευμένη αναζήτηση για το κοινό με ποικίλα ενδιαφέροντα ενώ παράλληλα θα προσφέρει άμεση πρόσβαση σε κάθε αντικείμενο του Μουσείου και τις πληροφορίες γύρω από αυτό. Το δυνητικό ΚΔΜΑ συνδεδεμένο με την επιστημονική κοινότητα μπορεί να αναδείξει τις εξελίξεις σε πανεπιστημιακά και κοινωνικά ζητήματα. Η άμεση επικοινωνία του Μουσείου με το κοινό, μέσω chat rooms και email, θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική για τη διατήρηση του ενδιαφέροντος των χρηστών αλλά και την ανάπτυξη δημοκρατικού διαλόγου. Οι επισκέπτες του ευρισκόμενοι σε συνεχή επαφή με τους επαγγελματίες του μουσείου και τους υπόλοιπους χρήστες θα γίνουν «μέλη» του οργανισμού και μιας δημοκρατικής, πλουραλιστικής κοινωνίας. Γίνεται εισήγηση για τη δημιουργία μιας αποκλειστικά δυνητικής συλλογής που αφενός θα θεμελιώσει τη συνεργασία ανάμεσα στις κοινότητες ελληνοκυπριακή και τουρκοκυπριακή, συνεισφέροντας στην άμβλυνση των πολιτικών και πολιτιστικών διαφορών, αφετέρου θα αναδείξει τις δυνατότητες ψηφιακών συλλογών χωρίς φυσικό εαυτό. Επιπλέον, το δυνητικό περιβάλλον θα δώσει την ευκαιρία στο ΚΔΜΑ να παρουσιάζει αενάως συλλογές, που στο φυσικό μουσείο παρουσιάζονται μόνο περιοδικά. Κάθε χωρικός περιορισμός

αίρεται και το μουσείο μπορεί να αναδείξει ανεξάντλητα εκθέματα από μια περιοχή με πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν, παρόν και μέλλον.

Η παρούσα πτυχιακή διατριβή θα προσκομισθεί στο ΚΔΜΑ και θα γίνει κάθε δυνατή προσπάθεια για υλοποίησή της. Ήδη το Μουσείο έχει δηλώσει ενεργά το ενδιαφέρον του για τη δημιουργία δυναμικού εαυτού αναγνωρίζοντας τα οφέλη που θα προκύψουν γι' αυτό.

# Παραρτήματα

## Α' Κατάλογος Εικόνων

**Εικόνα 1:** Λεπτομέρεια ανάγλυφης παράστασης των Μουσών σε μαρμάρινη σαρκοφάγο («Σαρκοφάγος των Μουσών») της Ρωμαϊκής Εποχής (150-160 μ.Χ.), στο Μουσείο του Λούβρου. Διαθέσιμο: <<https://www.leivithrapark.gr/>> [Πρόσβαση 05 Μαρτίου 2017].

**Εικόνα 2:** Τυπικό cabinet of curiosities του 17<sup>ου</sup> αιώνα στη Δανία. Στο Γκαζή, Αν., 1999. Από Τις Μούσες Στο Μουσείο: Η Ιστορία Ενός Θεσμού Διά Μέσου Των Αιώνων. *Αρχαιολογία και Τέχνη*, Τεύχος 70, σσ 39.

**Εικόνα 3:** Το παλάτι του Ναπολέοντα και η πυραμίδα, σύμβολο του Μουσείου του Λούβρου. Διαθέσιμο <<http://www.louvre.fr/mediaimages/la-cour-napoleon-et-la-pyramide-0>> [Πρόσβαση 05 Μαρτίου 2017].

**Εικόνα 4:** Σύμβολο του ICOM. Διαθέσιμο : <<http://icom.museum/>> [Πρόσβαση 06 Μαρτίου 2017].

**Εικόνα 5:** Η εφαρμογή “Emma Lazarus: Poet of Exiles. A companion walking tour” που δημιούργησε το Museum of Jewish Heritage της Νέας Υόρκης το 2011. Στο Sherman, Al., 2011. *How Tech is Changing the Museum Experience*. Διαθέσιμο <<http://mashable.com/2011/09/14/high-tech-museums/#CGNYbs8ZFkqw>> [Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017]

**Εικόνα 6:** Σύμβολο του NMNH. Διαθέσιμο: <<http://naturalhistory.si.edu/vt3/>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017].

**Εικόνα 7:** Περιήγηση στον πρώτο όροφο του NMNH, στην αίθουσα των Δεινοσαύρων. Διαθέσιμο: <[http://naturalhistory.si.edu/vt3/NMNH/z\\_NMNH-016.html](http://naturalhistory.si.edu/vt3/NMNH/z_NMNH-016.html)> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017].

**Εικόνα 8:** Το άγαλμα της Κόρης του Αντήνορα, όπως παρουσιάζεται στο δυνητικό μουσείο της Ακρόπολης. Διαθέσιμο: <<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/asset/the-antenor-kore/BAG8QvzRCpanSQ>> [Πρόσβαση 26 Μαρτίου 2017]

**Εικόνα 9:** Η κάτοψη του ΚΔΜΑ. Οδηγός Μουσείου.

**Εικόνα 10:** Ο επισκέπτης βρισκόμενος στον χώρο των περιοδικών εκθέσεων του ΚΔΜΑ μπορεί να δει και τους δύο ορόφους του μουσείου. Από την προσωπική συλλογή της Βαρβάρας Μιχαήλ Ανδρέου.

**Εικόνα 11:** Το σύμβολο/ brand του ΚΔΜΑ . Διαθέσιμο: <<http://www.athienoumuseum.org.cy/>> [Πρόσβαση 01 Μαΐου 2017]

**Εικόνα 12:** Κύπελλο, Κυπροαρχαϊκή περίοδος, Συλλογή Τμήματος Αρχαιοτήτων, ΜΛΑ 1546 Τ7/7. Από την προσωπική συλλογή της Βαρβάρας Μιχαήλ Ανδρέου.

**Εικόνα 13:** Ο Χριστός Αναπεσών, έργο του μοναχού Καλλίνικου. Από την προσωπική συλλογή της Βαρβάρας Μιχαήλ Ανδρέου.

**Εικόνα 14:** Εργαλεία για την παρασκευή τυριού που παρατίθενται στο φυσικό μουσείο. Από την προσωπική συλλογή της Βαρβάρας Μιχαήλ Ανδρέου.

**Εικόνα 15:** Προσωπικά αντικείμενα του Θεόδωρου Σταύρου – Φώττηρου. Ευγενής παραχώρηση της οικογένειάς του στο μουσείο. Από την προσωπική συλλογή της Βαρβάρας Μιχαήλ Ανδρέου.



# Β' Κατάλογος σχεδιαγραμμάτων

**Σχεδιάγραμμα 1:** Η παρουσίαση ενός πολιτιστικού αντικειμένου (cultural object) ως μέσου στο δυνητικό περιβάλλον (media object).

**Σχεδιάγραμμα 2:** Ψηφιακός χάρτης πλοήγησης στο δυνητικό ΚΔΜΑ.

**Σχεδιάγραμμα 3:** Ενδεικτική παρουσίαση του puzzle για την εφαρμογή «Γραμμή του χρόνου».

# Γ' Βασικές Αρχές Κώδικα Δεοντολογίας του ICOM

**Αρχή 1<sup>η</sup>** «Τα μουσεία διασώζουν, ερμηνεύουν και προβάλλουν τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας». Η αρχή αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο, τους φυσικούς και χρηματοοικονομικούς πόρους καθώς και το ανθρώπινο δυναμικό του μουσειακού οργανισμού (ο.π.π.: 15- 19).

**Αρχή 2<sup>η</sup>** «Τα μουσεία διαφυλάσσουν τις συλλογές τους προς όφελος της κοινωνίας και της ανάπτυξης της». Η αρχή αναφέρεται στην πολιτική και τις διαδικασίες απόκτησης συλλογών που οφείλει να τηρεί ένα μουσείο. Επιπλέον, αναφέρεται στη νενομισμένη μέριμνα που πρέπει να ακολουθούν τα μουσεία για τις συλλογές τους (ο.π.π.: 20- 26).

**Αρχή 3<sup>η</sup>** «Τα μουσεία συγκεντρώνουν πρωτογενή στοιχεία για τη συγκρότηση και τη διεύρυνση των γνώσεων». Η αρχή αφορά στη συλλογή πρωτογενών στοιχείων, τις επιτόπιες συλλογές και έρευνες που διενεργούνται από τα μουσεία (ο.π.π.: 27- 29).

**Αρχή 4<sup>η</sup>** «Τα μουσεία συμβάλλουν στη γνώση, την κατανόηση και τη διαχείριση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς». Η αρχή αναφέρεται στην υποχρέωση των μουσείων, μέσα από τις μόνιμες και περιοδικές εκθέσεις τους, να προσελκύουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών (ο.π.π.: 30- 31).

**Αρχή 5<sup>η</sup>** «Οι πόροι των μουσείων δίνουν τη δυνατότητα και για άλλες υπηρεσίες και δημόσια οφέλη». Η αρχή επισημαίνει την ανάγκη για επέκταση των δραστηριοτήτων του μουσείου, τον καταμερισμό των πόρων του καθώς και την παροχή υπηρεσιών (ο.π.π.: 32).

**Αρχή 6<sup>η</sup>** «Τα μουσεία συνεργάζονται στενά με τις κοινότητες προέλευσης των συλλογών τους καθώς και με αυτές που εξυπηρετούν». Η αρχή διασφαλίζει τον ενδεδειγμένο σεβασμό προς τις κοινότητες από τις οποίες προέρχονται οι συλλογές του μουσείου και σε αυτές που εκπροσωπούνται με τις συλλογές του (ο.π.π.: 33- 35).

**Αρχή 7<sup>η</sup>** «Τα μουσεία λειτουργούν μέσα στο πλαίσιο του νόμου», ακολουθούν δηλαδή τις αρχές της εθνικής, τοπικής και διεθνούς νομοθεσίας (ο.π.π.: 36- 37).

**Αρχή 8<sup>η</sup>** «Τα μουσεία λειτουργούν με επαγγελματικό τρόπο». Η αρχή καθορίζει την ενδεδειγμένη επαγγελματική συμπεριφορά των επαγγελματιών του μουσείου και αναφέρει ενέργειες που θεωρούνται παράνομες ή αντιδεοντολογικές (ο.π.π.: 38- 42).

# Βιβλιογραφικές αναφορές

Acropolis Museum, χ.χ. Διαθέσιμο  
<<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/partner/acropolis-museum>>.  
[Πρόσβαση 29 Μαρτίου 2017].

Αδάμ-Βελένη, Π., 2007. Πολυμεσικές Εφαρμογές στο Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης. ΕΟΣΦΙΜ *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία. Σύγχρονες Τάσεις και Αντιλήψεις*. Αθήνα: 16 Ιουλίου 2007. Αθήνα: Έκδοση Υπουργείου Πολιτισμού, σσ. 41- 45.

Αθανασούλης, Δ., Καραμούντζου, Κ., και Ψυχογιός, Δ., 2015. Σχεδιασμός Ψηφιακών Εφαρμογών για το Βυζαντινό Μουσείο Αργολίδας. *1<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Βόλος, 24- 26 Σεπτεμβρίου 2015. Βόλος: [www.euromed2015.eu](http://www.euromed2015.eu), σσ. 267- 274.

Αριστείδου, Αν., Σταυράκης, Ευσ., Χρυσάνθου, Γ. και Ιωαννίδης, Μ., 2015. Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά: Καταγραφή Κυπριακών Παραδοσιακών Χορών και Ηλεκτρονικοί τρόποι Εκμάθησής τους. *1<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Βόλος, 24- 26 Σεπτεμβρίου 2015. Βόλος: [www.euromed2015.eu](http://www.euromed2015.eu) , σσ. 256- 266.

Αρβανίτης, Κ., 2004. Ψηφιακό, Εικονικό, Κυβερνομουσείο ή Δικτυακό Μουσείο; Αναζητώντας όρο και ορισμό. Στο Σ. Δασκαλοπούλου, Α. Μπούνια, Ν. Νικονάνου και Σ. Μπακογιάννη, επιμ. 2002, Μουσείο, Επικοινωνία και Νέες Τεχνολογίες. Στο *Συνέδριο Μουσειολογίας, Τμήμα Πολιτιστικής Τεχνολογίας & Επικοινωνίας, Πανεπιστήμιο Αιγαίου*. Μυτιλήνη, 31 Μαΐου- 2 Ιουνίου. Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, σσ. 183- 192.

Assuanção dos Santos, P. 2010. To Understand New Museology in the 21<sup>st</sup> Century. In P. Assuanção dos Santos & J. Primo eds., 2010. *Sociomuseology 3. To understand New Museology in the XXI Century*, Univesidale Lusófana de Humanidales e Technologies, nº 37, 2010, pp. 5-11.

Athienou Archaeological Project, 2017. Διαθέσιμο < <http://aap.toumazou.org/>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

AVICOM, 2010. Διαθέσιμο: <<http://network.icom.museum/avicom/L/10/>> [Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017].

Bandelli, An. 1999. Virtual Spaces and Museums. *Journal of Museum Education*, [e- journal] 24:1, pp. 20-22. DOI: 10.1080/10598650.1999.11510397

Baniotopoulou, E., 2001. Art for whose sake? Modern Art Museums and their role in transforming societies: the case of the Guggenheim Bilbao (MA dissertation), *Journal of Conservation and Museum Studies*, 7 (November). Διαθέσιμο: <<http://www.jcms-journal.com/articles/10.5334/jcms.7011/>> [Πρόσβαση 13 Μαρτίου 2017].

Barton, J., 2005. Digital Libraries, virtual museums: same difference? *Library review*, vol.54, ISS3, pp. 149- 154.

Bonis, B., Stamos, J., Vosinakis, S., Andreou, I. and Panagiotopoulos, T., 2008. A Platform of Virtual Museums with Personalized Content, *Multimed Tools Appl*, [e- journal] 42, 2009, pp. 139–159. DOI 10.1007/s11042-008-0231-2.

Burgoyne, P., 2016. *The Key Issues for Museums Today*. Διαθέσιμο: <<https://www.creativereview.co.uk/the-key-issues-for-museums-today/>> [Πρόσβαση 13 Μαρτίου 2017]

Burton, Ch. and Scott, C., 2007. Museums Challenges for the 21<sup>st</sup> Century. In R. Sandell and R. R. Janes, eds 2007. *Museum Management and Marketing*, London and New York: Routledge, Taylor& Francis Group, pp 49- 66.

Butterflies North and South Museum, χ.χ. Διαθέσιμο < <http://www.virtualmuseum.ca/virtual-exhibits/exhibit/butterflies-north-and-south/> > [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Campos, P., Campos, M., Pestana, J. and Jorge, J., 2011. Studying the Role of Interactivity in Museums: Designing and Comparing Multimedia Installations. In J.A. Jacko, ed. *Human-Computer Interaction. Towards Mobile and Intelligent Interaction Environments*, HCI 2011. Lecture Notes in Computer Science, 6763, Springer, Berlin, Heidelberg, pp 155- 164.

Carr, D., 2001. Balancing Act: ethics, mission and the public trust. *Museum News*, 9, pp. 28-32.

Carrozzino, M. and Bergamasco, M., 2009. Beyond Virtual Museums: Experiencing Immersive Virtual Reality in Real Museums. *Journal of Cultural Heritage*, 1, 2010, pp 452-458.

Χαρίτος, Δ., 2005. Δυνητική Πραγματικότητα: Ένα Νέο Σύστημα Διεπαφής Ανθρώπου-Υπολογιστή ή Ένα Νέο Μέσο Επικοινωνίας. *Ζητήματα Επικοινωνίας* [διαδικτυακά], 2, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη, σσ. 83- 99. Διαθέσιμο: <  
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.23.5069>> [Πρόσβαση 08 Απριλίου 2017]

Chiu, M., Lin, y., Tseng, K. and Chen, Ch., 2000. *Museums of Interface: Designing the Virtual Environment*. Διαθέσιμο: <  
<http://citeseer.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.23.5069> > [Πρόσβαση 10 Απριλίου 2017].

Christal, M., Roy, L and Cherian, An., 2015. Storiestold. *Journal of Internat Cataloging*, [e-journal] 7:1, pp 65-88. DOI: 10.1300/J141v07n01\_05.

Cyprus national commission for UNESCO, 2017. Διαθέσιμο <  
<http://www.unesco.org.cy/News-Anakoinosi-Protaseon-Eggrafis-Stoicheion-ston-Ethniko-Katalogo-APK,4189,EN>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Δασκαλοπούλου, Σ. και Μπούνια, Α., 2008. Ψηφιακός Πολιτισμός και «Εικονικά Μουσεία». Στο Ι. Λυριτζής, επιμ. 2008, *Νέες τεχνολογίες στις Αρχαιογνωστικές Επιστήμες*, Αθήνα: Gutenberg, σσ 29- 52.

Davies, R. and Jefsioutine, M., 2001. Designing a Virtual Gallery of Contemporary Jewellery: the Realities of the Virtual. *Digital Creativity*, 12(1), pp 1- 13.

Δεληγιάννης, Ι. και Παπαϊωάννου, Γ., 2014. Μουσείο και Αξιοποίηση Πολιτισμικού Αποθέματος με Χρήση Ψηφιακής Τεχνολογίας και Διαδραστικών Πολυμέσων. Στο Γ. Δ. Μπίκος και Α. Κανιάρη, επιμ. 2014, *Μουσειολογία, Πολιτιστική Διαχείριση και Εκπαίδευση*, Αθήνα: Γρηγόρη, σσ 113-155.

Δελτίο τύπου, Μουσείο Ακρόπολης, 2009. Διαθέσιμο: <[http://www.theacropolismuseum.gr/sites/default/files/to\\_ekthesiako\\_programma\\_toy\\_moyseiou\\_tis\\_akropolis.pdf](http://www.theacropolismuseum.gr/sites/default/files/to_ekthesiako_programma_toy_moyseiou_tis_akropolis.pdf)> [Πρόσβαση 29 Μαρτίου 2017]

Denice, B.L., 2007. Dynamic Museum Place. *Journal of Museum Education*, [e-journal] 32(3), pp 197- 207. DOI: 10.1080/10598650.2007.11510570.

Δερμιτζάκη, Κ., 2003. Ήθος και Συλλεκτική Πολιτική στο Χώρο των Μουσείων. *Το Μουσείο*, 3, Ιούνιος 2003, σσ 4-7.

Desvallées, A. and Mairesse, F. eds., 2009. *Βασικές Έννοιες Της Μουσειολογίας*, ICOM

Δήμας, Α. Π. 2015. Ψηφιακές Αναπαραστάσεις της Αρχιτεκτονικής του Παρελθόντος – Πλεονεκτήματα και Ζητήματα προς Διερεύνηση. *1<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Βόλος, 24- 26 Σεπτεμβρίου 2015. Βόλος: [www.euromed2015.eu](http://www.euromed2015.eu), σσ 285-291.

Δήμος Αθηνών, 2012. Διαθέσιμο: < <http://www.athienou.org.cy/> > [Πρόσβαση 01 Μαΐου 2017].

Din, H. 2015. Pedagogy and Practice in Museum Online Learning. *Journal of Museum Education*, [e-journal] 40(2), pp102-109. DOI: 10.1179/1059865015Z.00000000086.

Doron, S., 2003. Virtual Objects: The End of the Real? *Interdisciplinary Science Reviews*, [e-journal] 28(4), pp 273-279. DOI: 10.1179/030801803225008686.

e-Βυζαντινό & Χριστιανικό Μουσείο, χ.χ.. Διαθέσιμο: <<http://www.ebyzantinemuseum.gr/?i=bxm.el.home> > [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Εκκλησία της Κύπρου, 2013. Διαθέσιμο <<http://archive.churchofcyprus.org.cy/article.php?articleID=2991>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Ελληνικό Τμήμα ICOM, 2009. *Κώδικας Δεοντολογίας του ICOM για τα Μουσεία*. Αθήνα: ICOM

Encyclopaedia Britannica, 1998. *Virtual Museum*. Διαθέσιμο: <<https://www.britannica.com/topic/virtual-museum> > [Πρόσβαση 14 Μαρτίου 2017]

English, T., 2007. Hans Haacke, or the museum as degenerate utopia. *Kritikos* 4, ISSN 1552-5112.

Φουσέκη, Καλ., 2010. *Νέες Τάσεις στη Σύγχρονη Μουσειολογία: Το Παράδειγμα του Τμήματος Εκπαίδευσης και Διεύρυνσης Κοινού, Μουσείο Επιστημών*. Συμπόσιο Στα Ίχνη της Σύγχρονης Μουσειολογίας, 15- 17 Μαΐου 2010.

Γκαζή, Αν., 1999. Από Τις Μούσες Στο Μουσείο: Η Ιστορία Ενός Θεσμού Διά Μέσου Των Αιώνων. *Αρχαιολογία και Τέχνη*, 70, σσ 39- 46.

Γκαζή, Αν., 2004. Μουσείο για τον 21ο αιώνα. *Τετράδια Μουσειολογίας*, 1, σσ. 3- 12.

Gessner, In., 2016. Tamiko Thiel's Virtual Reality Installation as Sites of Learning in and Beyond the Museum. *Studies in the Education of Adults*, [e-journal] 48(2), pp 155- 176, DOI: 10.1080/02660830.2016.1229849

Giaccardi, El., 2004. *Memory and Territory: New Forms of Virtuality for the Museum*. Διαθέσιμο:

<<http://www.museumsandtheweb.com/mw2004/papers/giaccardi/giaccardi.html>>

[Πρόσβαση 14 Μαρτίου 2017].



Google Cardboard, χ.χ.. Διαθέσιμο: <<https://vr.google.com/cardboard/>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017]

Google Cultural Institute. Διαθέσιμο: <<https://www.google.com/culturalinstitute/about/>> [Πρόσβαση 29 Μαρτίου 2017].

Green, D., L., 1997. Networking Cultural Heritage: Introducing NINCH. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, 16 (1), Spring 1997, pp 15- 17.

Hagen, H. A. ,1876. The History of the Origin and Development of Museums. *The American Naturalist*, 10 (2), Feb. 1876, pp 80- 89.

Hallowell, R. 2001. “Scalability”: the Paradox of Human Recourses in E-Commerce, *International Journal of Service Industry Management*, [e-journal] 12(1), pp 34- 43. DOI: 10.1108/09564230110694820.

Harrison, J.D., 1994. Ideas of Museums in the ‘90s. *Museum Management and Curatorship*, 13 (2), pp 160- 176.

Hazan, S., 2001. *The Virtual Aura - Is There Space for Enchantment in a Technological World?* Διαθέσιμο: <<http://www.museumsandtheweb.com/mw2001/papers/hazan/hazan.html>> [Πρόσβαση 20 Μαρτίου 2017].

Heijnen, W. 2010. The New Professional: Underdog or expert? New Museology in the 21<sup>st</sup> Century. In P. Assunção dos Santos & J. Primo eds., 2010. *Sociomuseology 3. To understand New Museology in the XXI Century*, Univesidale Lusófana de Humanidades e Technologies, nº 37- 2010, pp 13- 24.

Hume, M. 2015. To Technovate or Not to Technovate? Examining the Inter-Relationship of Consumer Technology, Museum Service Quality, Museum Value and Repurchase Intent. *Journal of Nonprofit& Public Sector Marketing*, [e-journal] 27(2), pp 155-182. DOI: 10.1080/10495142.2014.965081

ICHM. Διαθέσιμο: <<http://www.archimuse.com/conferences/ichim.html>> [Πρόσβαση 22 Μαρτίου 2017].

ICOM, 2017. Διαθέσιμο: <<http://icom.museum/>> [Πρόσβαση 05 Μαρτίου 2017].

ICOM, 2004. *Code of Ethics*. Διαθέσιμο: <<http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics/glossary/#sommairecontent>> [Πρόσβαση 05 Μαρτίου 2017]

Ivarsson, El., 2009. *Definition and Prospects of Virtual Museum*. Master thesis. Department of ALM: Museum and Heritage Studies, Uppsala Universitet.

Jones, Gr. and Christal, M., 2002. *The Future of Virtual Museums: Online, Immersive, 3d Environments*. Διαθέσιμο: <<https://www.researchgate.net/publication/235584798>> [Πρόσβαση 17 Μαρτίου 2017].

Καγιάφας, Ε., 2007. Μουσεία και Τεχνολογία Πολυμέσων: Σύγχρονες Τάσεις. ΕΟΣΦΙΜ *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία. Σύγχρονες Τάσεις και Αντιλήψεις*. Αθήνα: 16 Ιουλίου 2007. Αθήνα: Έκδοση Υπουργείου Πολιτισμού, σσ 75- 81.

Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών, χ.χ. Διαθέσιμο: <<http://www.athienoumuseum.org.cy/index.shtm>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών (χ.σ.) 12 Μαρτίου 2013. Διαθέσιμο: <<http://archive.churchofcyprus.org.cy/article.php?articleID=2991>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Καρδάσης, Π. Web 2.0 για τα Μουσεία του Κόσμου. ΕΟΣΦΙΜ *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία. Σύγχρονες Τάσεις και Αντιλήψεις*. Αθήνα: 16 Ιουλίου 2007. Αθήνα: Έκδοση Υπουργείου Πολιτισμού, σσ 234- 242.

Kidd, J. 2011. Enacting Engagement Online: Framing Social Media Use for the Museum. *Information Technology and People*, 24:1, pp 64- 77.

Keene, S., 1998. *Digital Collections, Museums and the Information age*. Butterworth-Heinemann, Oxford.

Κέντρο Κυπριακής Χειροτεχνίας, 2017. Διαθέσιμο <  
[http://www.mcit.gov.cy/mcit/chs/chs.nsf/All/07A7FF5A681B0701C2257A10002E2240?](http://www.mcit.gov.cy/mcit/chs/chs.nsf/All/07A7FF5A681B0701C2257A10002E2240?OpenDocument)  
OpenDocument > [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Kocsis, An., Barnes, C. and Kenderdine, S., 2012. Digital Mediation and Museum Space. *Interiors*, 3 (1-2), pp 107- 125.

Komarac, T., Ozretić Došen, D. and Škare, V., 2014. Museum Marketing and Virtual Museums in 21<sup>st</sup> Century: Can Museums Survive Without It?. *5<sup>th</sup> EMAC Regional Conference- Marketing Theory Challenges in Emerging Markets*, Katowice: University of Economics Katowice, 2014, pp 105- 112

Κουριά, Αφ., 2015. Σύγχρονη Μουσειολογική Θεωρία και Πράξη. Διαθέσιμο: <  
<http://www.avgi.gr/article/10812/5268739/synchrone-mouseiologike-theoria-kai-praxe>  
> [Πρόσβαση 08 Απριλίου 2017].

Kyprianidou, E. and Larkou, F., 2016. Rethinking the Nature of Virtual Art Museums: aesthetic and educational dimensions. In *6<sup>th</sup> International Conference of Typography & Visual Communication*. Thessaloniki, June 2016.

Κωνσταντίνου, Α., 2008. Το «παλιό» και το «νέο» Μουσείο. Στο *Η Αθηνού*, Ιούλιος 2008, τεύχος 7, σσ 9.

Largosen, St. 2003. Online Service Marketing and Delivery: the Case of Swedish Museums. *Information, Technology & People*, [e-journal] 16:2, pp 132-156. DOI: 10.1080/09593840310478667.

Lehn, von P. and Heath, Ch., 2005. Accounting for New Technology in Museum Exhibitions. *International of Arts Management*, 7 (3), pp 11- 21.

Lewis, D. G., 2000. History of Museums, *Encyclopaedia Britannica*. Διαθέσιμο: <  
<https://www.britannica.com/topic/history-of-museums-398827>> [Πρόσβαση 06  
Μαρτίου 2017]

Liarokapis, F., Sylaiou, S., Basu, A., Mourkoussis, N., White, M. and Lister, P.F., 2004. An Interactive Visualisation Interface for Virtual Museums. *Vast*, 2004, Dec. 7, pp 47- 56.

Λουκής, Ε.Ν. και Παζάλος, Κ. Αλ., 2007. Νέες Τεχνολογίες και Πολιτιστική Κληρονομιά. ΕΟΣΦΙΜ *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία. Σύγχρονες Τάσεις και Αντιλήψεις*. Αθήνα: 16 Ιουλίου 2007. Αθήνα: Έκδοση Υπουργείου Πολιτισμού, σσ 29- 40.

Macdonald, G.F. and Alford, S., 1995. Museums and theme parks: Worlds in collision?, *Museum Management and Curatorship*, 14:2, 129-147

MacDonald, Sh., 2012. *Μουσείο και Μουσειακές Σπουδές, Ένας Πλήρης Οδηγός*. Μετάφραση από Δ. Παπαβασιλείου, Αθήνα: Πολιτιστικό Ίδρυμα Πειραιά.

Marty, F.P. 2007. Museum Websites and Museum Visitors: Before and After the Museum Visit. *Museum Management and Curatorship*, [e-journal] 22:4, pp 337- 360. DOI: 10.1080/09647770701757708.

McCall, V. and Gray, C., 2014. Museums and the New Museology: Theory, Practice and Organisational Change. *Museum Management and Curatorship*, 29(1), pp 19- 35.

Miles, El. 2001. Holocaust Exhibitions Online: An Exploration of th Use and Potential of Virtual Space in British and American Museum Websites. *The Journal of Holocaust Education*, 10:2, pp 79-99

Mitchel, J., Trevinarus, J. and Czajkovski, J. 2010. New technology in the Museum: A Case study of Three Museums in the Fluid Community Working Together. In J. Trant and D. Bearman, eds 2010, *Museums and the Web2010: Proceedings, Toronto: Archives& Museum Informatics*. Διαθέσιμο:

<<http://www.museumsandtheweb.com/mw2010/papers/mitchell/mitchell.html>>

[Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017]

Moore, C. 2015. Embracing Change: Museum Educators in the Digital Age, *Journal of Museum Education*, [e-journal] 36:3, pp 289-296, DOI: 10.1080/10598650.2011.11510710.

Μούλιου, Μ., 2015. Το Μουσείο Ως Ποιότητα, Εμπειρία, Αστικό Σύμβολο Και Ήπια Δύναμη. Παραδείγματα Από Τη Διεθνή Και Εγχώρια Μουσειακή Πρακτική.. Στο Πούλιος, Ι., Αλιβιζάτου, Μ., Αραμπατζής, Γ., Γιαννακίδης, Α., Καραχάλης, Ν., Μάσχα, Ε., Μούλιου, Μ., Παπαδάκη, Μ., Προσύλης, Χ., Τουλούπα, Σ., επιμ. 2015, *Πολιτισμική διαχείριση, τοπική κοινωνία και βιώσιμη ανάπτυξη*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο: <[https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2388/1/05\\_chapter\\_4.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/2388/1/05_chapter_4.pdf)> [Πρόσβαση 13 Μαρτίου 2017].

Μουσείο Ακρόπολης, χ.χ.. Διαθέσιμο: <<http://www.theacropolismuseum.gr/el>> [Πρόσβαση 29 Μαρτίου 2017].

Moutinho, M. 2016. From New Museology to Sociomuseology. In 24<sup>th</sup> General Conference of the International Council of Museums in 2016, Milano, 4 July 2016. Διαθέσιμο <[http://network.icom.museum/fileadmin/user\\_upload/minisites/camoc/PDF/Newsletters/Minom\\_02.pdf](http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/camoc/PDF/Newsletters/Minom_02.pdf)> [Πρόσβαση 01 Μαΐου 2016]

Μπαμπινιώτη, Γ.Δ., 1998. *Λεξικό Της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας, Ε.Π.Ε..

Μπαμπινιώτη, Γ.Δ., 2010. *Ετυμολογικό Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.

Μπούνια, Αλ., 2009. *Στα Παρασκήνια του Μουσείου*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

Μπούνια, Αλ., 2013. Κυπριακά Μουσεία Προκλήσεις για τον 21<sup>ο</sup> Αιώνα. Στο *Κυπριακά Μουσεία: Προκλήσεις και Ευκαιρίες*, Λεμεσός: ΤΕΠΑΚ, 21 Μαρτίου 2013. Διαθέσιμο: <<https://vsmslab.com/events-database/>> [Πρόσβαση 13 Μαρτίου 2017].

Müller, K., 2002. Museums and Virtuality. *Curator*. 45 (1), January 2002, pp. 21- 33

Müller, K., 2008. *Museums and the Challenges of the 21<sup>st</sup> Century*. Διαθέσιμο: <<https://futuremuseums.wordpress.com/2008/09/25/museums-and-the-challenges-of-the-21st-century-paper-by-dr-klaus-muller/>> [Πρόσβαση 13 Μαρτίου 2017].

Museum Acropolis, Google Arts & Culture. Διαθέσιμο: < <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/partner/acropolis-museum> > [Πρόσβαση 29 Μαρτίου 2017].

Νάκου, Ειρ., 2001. *Μουσεία: Εμείς, Τα Πράγματα Και Ο Πολιτισμός*. Αθήνα : νήσος.

NMNH Virtual Tour, 2017. Διαθέσιμο: <<http://naturalhistory.si.edu/vt3/>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017].

National Museum of Natural History, Ιστοσελίδα. Διαθέσιμο: <<http://naturalhistory.si.edu/>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017].

NINCH. Διαθέσιμο: <<http://www.ninch.org/index.html>> [Πρόσβαση 22 Μαρτίου 2017]

*Ο Περί της Αναγνώρισης Ιδιωτικών Μουσείων και Μουσείων των Αρχών Τοπικής Αυτοδιοίκησης* 2009. Λευκωσία : Βουλή των Αντιπροσώπων Κύπρου.

*Οδηγός Μουσείου για το Καλλινίκειο Δημοτικό Μουσείο Αθηνών* (χ.χ.).

Οικονόμου, Μ., 2003. *Μουσείο: Αποθήκη ή Ζωντανός Οργανισμός. Μουσειολογικοί Προβληματισμοί Και Ζητήματα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική, Επιστημονική Βιβλιοθήκη

Οικονόμου, Μ., 2004. Νέες Τεχνολογίες και Μουσεία: εργαλείο, τροχοπέδη ή συρμός; *Museology*, 1, σσ 1-14.

Ορθόδοξες Απαντήσεις, χ.χ. Διαθέσιμο < <http://orthodoxanswers.gr/%CE%B7-%CE%B5%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%BD%CE%B1-%CE%BF-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CE%B5%CF%83%CF%8E%CE%BD-%CE%B9%CE%B7%CF%83%CE%BF%CF%8D%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%AD%CE%BB/> > [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017]

Ορφανίδη, Λ., 2003. *Εισαγωγή Στη Μουσειολογία*, Ρόδος: Πανεπιστήμιο του Αιγαίου, Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών.

Παγκύπρια Οργάνωση Συγγενών Αδήλωτων Αιχμαλώτων και Αγνοουμένων, χ.χ. Διαθέσιμο < <http://www.missing-cy.org.cy/index2gr.html> > [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Παπαδημητρίου, Ν. και Γεωργοπούλου, Θ., 2007. Νέες τεχνολογίες και Μουσεία. Η Εμπειρία του Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης. ΕΟΣΦΙΜ *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία. Σύγχρονες Τάσεις και Αντιλήψεις*. Αθήνα: 16 Ιουλίου 2007. Αθήνα: Έκδοση Υπουργείου Πολιτισμού, σσ 200- 211.

Παπαϊωάννου, Γ. και Στεργιάκη, Α., 2013. *Σχολείο – Μουσείο – Ψηφιακός Κόσμος. Σύθεση Ψηφιακού Μουσειακού Χώρου με Συνεπιμέλεια Μαθητών και Εκπαιδευτικών*. Ρόδος.

Patel, M., White, M., Walczak, K. and Sayd, P., 2003. Digitisation to Presentation: Building Virtual Museum Exhibitions. In *Vision, Video and Graphics*, 2003, 2003-07-10 - 2003-07-11.

Paterson, K.R., 2014. The Art of the Sale: Museums and Deaccessioning. In: V. Vadi, E.G.S. Hidegard eds. *Art, Cultural Heritage and the Market: Ethical and Legal Issues*, Springer-Berlin, 2014, pp. 273- 296.

Petridis, P., M. White, N. Mourkousis, F. Liarokapis, M. Sifniotis, A. Basu and C. Gatzidis, 2007. Exploring and Interacting with Virtual Museums. In: Figueiredo, A. and G. Leite Velho eds. *The world is in your eyes. Computer Applications and Quantitative Methods in Archaeology*. 33rd Conference, Tomar, March 2005. CAA Portugal, Tomar, pp. 73-82.

Pierre, L., 2001. *Η Δυνητική Πραγματικότητα. Η Φιλοσοφία του Πολιτισμού και του Κυβερνοχώρου*. Μετάφραση από Μ. Καραχάλιος. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Pietroni, Ev., 2016. From Remote to Embodied Sensing: New Perspectives for Virtual Museums and Archaeological Landscape Communication. In M. Forte and S. Campana eds. *Digital Methods and Remote Sensing in Archaeology*, [e-journal] part VI, pp 437- 474. DOI10.1007/978-3-319-40658-9\_19.

Πολυμερόπουλου, Α., Καμέας, Α., Θεοδοσίου, Α. 2015. Οι Νέοι Επαγγελματίες του Πολιτισμού στην Ψηφιακή Εποχή: Ο ρόλος του Ψηφιακού Πολιτισμικού Αποθέματος. 1<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Ψηφιοποίησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Βόλος, 24- 26 Σεπτεμβρίου 2015. Βόλος: [www.euromed2015.eu](http://www.euromed2015.eu), σσ 297-303.

Pujol- Tost, L., 2011. Realism in Virtual Reality Applications for Cultural Heritage. *The International Journal of Virtual Reality*, 10 (3), 2011, pp 41- 49.

Ridge, M. and Birchall, D., 2015. *How Digital Tech Can Bridge Gaps Between Museums and Audiences*. Διαθέσιμο: <<https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/2015/oct/23/digital-technology-museums-audiences-collaboration>> [Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017].

Ross, P., 2010. *Museums in Digital Age*, New York: Routledge.

Roussou, M., 2001. *Immersive Interactive Virtual Reality in the Museum*. Διαθέσιμο: <<http://www.bcchang.com/transfer/articles/2/mroussou TiLE01 paper.pdf>> [Πρόσβαση 20 Μαρτίου 2017].

Σαλή, Τ., 2006. *Μουσειολογία. Βασικές Αρχές Έκθεσης Μουσειακών Συλλογών*. Αθήνα: Μεταίχμιο.

Schweinbenz, W., 2004. The Development of virtual museums. *ICOM News*, 3, 2004, pp 3.

Shaw, As. and Krug, D., 2013. Heritage Meets Social Media: Designing a Virtual Museum Space for Young People. *Journal of Museum Education*, [e-journal] 38: 2, pp 239-252. DOI: 10.1080/10598650.2013.11510774.

Sherman, Al., 2011. *How Tech is Changing the Museum Experience*. Διαθέσιμο: <<http://mashable.com/2011/09/14/high-tech-museums/#CGNYbs8ZFkqw>> [Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017].

Shu, L., 2015. *Van Gogh vs Candy Crush: How Museums Are Fighting Tech with Tech to Win Your Eyes*. Διαθέσιμο <<http://www.digitaltrends.com/cool-tech/how-museums-are-using-technology/>> [Πρόσβαση 12 Μαρτίου 2017].

Shyam Sundar, S., Go, E., Kim, H-S., Zhang, B. 2015. Communicating Art Virtually! Psychological Effects of Technological Affordances in a Virtual Museum. *International*



*Journal of Human- Computer Interaction*, [e-journal] 31:6, pp 385-401. DOI: 10.1080/10447318.2015.1033912.

Sigmalive, 2011. *Κοιμήθηκε ο αγιογράφος π. Καλλίνικος Σταυροβουνιώτης*. Διαθέσιμο <<http://www.sigmalive.com/archive/news/local/348370#.dpuf>> [Πρόσβαση 03 Μαΐου 2017].

Smithsonian Institution, 2017. Διαθέσιμο < <https://naturalhistory.si.edu/about/>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017].

Smithsonian Institution Building. Διαθέσιμο: <<https://siarchives.si.edu/history/smithsonian-institution-building-castle>> [Πρόσβαση 24 Μαρτίου 2017]

Su, C.J., Benjamin, P.C. Yen and Zhang, X., 1998. An Internet Based Virtual Exhibition System: Conceptual Design and Infrastructure. *Computers ind. Engng*, 35 (3-4), pp 615- 618.

Soren, B. J. and Canadian Heritage Information Network, 2005. Best Practices in Creating Quality On- line Experience for Museum Users. *Museum Management and Curatorship*, 20 (2), pp 131- 148.

Soren, B.J. and Lemelin, N. 2004. “Cyberpals/ Les Cybercopains”: A Look at Online Museum Visitor Experiences. *Curator*, 47(1), pp 55- 83.

Spasojevic, M. and Kindberg, T. 2001. *A Study of an Augment Experience, Internet and Mobile Systems Laboratory*, HP Laboratoires Palo Alto. HPC-2001-178. Διαθέσιμο: < <http://www.hpl.hp.com/techreports/2001/HPL-2001-178.pdf> > [Πρόσβαση 24 Απριλίου 2017].

Σταματάκου, Ιωαν., 2002. *Λεξικόν Αρχαίας Ελληνικής Γλώσσης*. Αθήνα: Βιβλιοπρομηθευτική

Sylaiou, S., Liarokapis, F., Kotsakis, K., and Patias, P., 2009. Virtual Museums, a Survey and Some Issues for Consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10 (4), 2009, October-December 2009, pp 520- 528.

Sylaiou, St., Mania, K., Paliokas, I., Killintzis, V., Liarokapis, F. and Patias, P. 2013. Exploring the Effect of Diverse Technologies Incorporated in Virtual Museums on Visitors' Perceived Sense of Presence. In J.A. Botiá and D. Charitos eds., *Workshop Proceeding of the 9<sup>th</sup> International Conference on Intelligent Environments*, pp 493- 506. DOI: 10.3233/978-1-61499-286-8-493.

Świerczyńska-Kaczor, Ur., 2015. Creating an Online Art Exhibition: The Impact of Online Context on the Internet User's Experience and Behavior. *Position Papers of the Federated Conference on Computer Science and Information Systems*, pp. 225–232, DOI: 10.15439/2015F80

Τάνης, Κ., 2010. *Η Εξέλιξη Των Θεσμών Του Μουσείου*. Διαθέσιμο: <<http://www.tnth.gr/history/museumsrole>> [Πρόσβαση 05 Μαρτίου 2017].

Tang, M-Ch., 2005. Representational Practices in Digital Museums: a Case study of the National Museum Project of Taiwan. *International Information and Library Review*, 37(1), pp 51-60. DOI: 10.1080/10572317.2005.10762665.

Toth, J., 2011. The Virtual Teaching Artist: an Aesthetic Approach to Designing a Museum Podcast. *Teaching Artist Journal*, 9(4), pp 213- 225. DOI: 10:1080/15411796.2011.604619.

Τσακαλώτου, Ευσ. Δ., 1921. *Λεξικόν Λατινοελληνικόν*. Αθήνα: Εκδόσεις Επικαιρότητα.

Tsichritzis, D. and Gibbs, S., 1991. Virtual Museums and Virtual Realities. In *International Conference on Hypermedia and Interactive Museums*, pp 17- 25.

Vergo, P., ed. 1989. *The New Museology*, London : Reaction Books Ltd.

Virtual Collection of Asian Masterpieces, 2013. Διαθέσιμο: <<http://masterpieces.asemus.museum/index.nhn>> [Πρόσβαση 01 Μαΐου 2017]

Weil, E. St., 1999. From Being About Something to Being For Somebody. In R. Sandell and R.R. Janes eds, 2007. *Museum Management and Marketing*, Routledge Taylor& Francis Group, pp 30-48.

Zhang, J. and Yang, Y., 2009. Design and Implementation of Virtual Museum Based on Web3D. In Z. Pan, A.D. Cheak, W. Müller and M. Chang eds, *Transactions on Edutainment III*, Springer, Berlin, Heidelberg, pp 154- 165. DOI: 10.1007/978-3-642-11254-4.