

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

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

**Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη**

**Πτυχιακή Εργασία**



**Πολιτιστικές διαδρομές και τουριστική ανάπτυξη**

**Ελευθερία Ιακωβάκη**

**Επιβλέπων Καθηγητής**  
**Στέλλα Συλαίου**

**Μάιος 2021**

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

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

**Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη**

**Πτυχιακή Εργασία**

**Πολιτιστικές διαδρομές και τουριστική ανάπτυξη**

**Ελευθερία Ιακωβάκη**

**Επιβλέπων Καθηγητής**  
**Στέλλα Συλαίου**

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

**Μάιος 2021**



## Περίληψη

Οι σύγχρονες τάσεις στον χώρο του πολιτισμού και του τουρισμού υποδεικνύουν πως οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να ζήσουν εμπειρίες έξω από τα καθιερωμένα. Την ίδια στιγμή, οι εξελίξεις στους τομείς της πληροφορίας και της επικοινωνίας επιτρέπουν δυνατότητες ευκολότερης πρόσβασης στο πολιτισμικό απόθεμα και διαμορφώνουν τη ζήτηση για νέα πολιτιστικά αγαθά. Ο ρόλος των πολιτιστικών διαδρομών σε αυτή την κατεύθυνση είναι πολύ σημαντικός και επομένως κρίνεται απαραίτητη η αξιοποίησή τους από τους πολιτιστικούς φορείς καθώς και η σύνδεσή τους με τον τομέα του τουρισμού.

Η παρούσα διατριβή αποτελεί μια βιβλιογραφική μελέτη στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού, η οποία εστιάζει στην ιδέα της πολιτιστικής περιήγησης ως τουριστικού-πολιτιστικού προϊόντος. Η διατριβή εξετάζει την πολιτιστική περιήγηση από τη σκοπιά του (πολιτιστικού) τουρισμού, δίνοντας έμφαση στην πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου ως βασικό συστατικό διαμόρφωσης μιας τουριστικής-πολιτιστικής διαδρομής. Στο πλαίσιο της διατριβής διερευνώνται οι ανερχόμενες τάσεις στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού και οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των δύο τομέων (Πολιτισμού και Τουρισμού) από μια διάχυτη (ubiquitous) σκοπιά. Παράλληλα, εντοπίζει και ομαδοποιεί τη σχετική δουλειά που έχει γίνει σε επίπεδο εφαρμογής, στα πλαίσια αφενός της επιστημονικής βιβλιογραφίας κι αφετέρου της πολιτιστικής και τουριστικής “βιομηχανίας”.

Σε αυτό το πλαίσιο, η διατριβή παρέχει μια επισκόπηση των σχετικών τρεχόντων τεχνολογικών προκλήσεων, ζητημάτων και περιορισμών. Εξετάζονται οι διάφορες τεχνολογίες αιχμής που σχετίζονται με την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς ευρύτερα, αλλά και ειδικότερα σε σχέση με την υλοποίηση της ιδέας της πολιτιστικής περιήγησης, ως παρεχόμενης τουριστικής-πολιτιστικής υπηρεσίας με τη χρήση νέων μέσων. Γίνεται επίσης εκτενής αναφορά στις πιο πρόσφατες μεθόδους και μοντέλα εμπειρίας χρήστη ψηφιακών προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού. Επιπλέον, παρουσιάζονται υπάρχουσες ψηφιακές πλατφόρμες και εργαλεία που ενσαρκώνουν και αναδεικνύουν την ιδέα του πολιτιστικού τουρισμού, εξετάζοντας τις αντίστοιχες μεθόδους, τεχνολογίες και τεχνικές που έχουν χρησιμοποιηθεί σε κάθε περίπτωση, καθώς και χαρακτηριστικά παραδείγματα εφαρμογών αυτών των εργαλείων.

## **Summary**

Modern trends in the field of culture and tourism indicate that travellers seek to live experiences outside the norm. At the same time, developments in the fields of information and communication allow for easier access to the cultural stock and shape the demand for new cultural goods. The role of cultural routes in this direction is very important and therefore it is considered necessary for them to be utilized by cultural institutions as well as their connection with the tourism sector.

This dissertation is a bibliographic study in the field of cultural tourism, which focuses on the idea of cultural tour as a tourist-cultural product. The dissertation examines the cultural tour from the point of view of (cultural) tourism, emphasizing the cultural heritage of a place as a key component of shaping a tourist-cultural route. The dissertation explores the rising trends in the field of cultural tourism and the interactions between the two sectors (Culture and Tourism) from a diffuse (ubiquitous) point of view. At the same time, it locates and groups the relevant work that has been done at the level of application, in the context of the scientific literature on the one hand and the cultural and tourism 'industry' on the other.

In this context, the dissertation provides an overview of relevant current technological challenges, issues and constraints. The various cutting-edge technologies related to the promotion of cultural heritage in general, but also in particular in relation to the implementation of the idea of cultural tour, as a tourist-cultural service provided with the use of new media are examined. Extensive reference is also made to the latest methods and models of user experience of digital cultural tourism products. In addition, existing digital platforms and tools are presented that embody and highlight the idea of cultural tourism, examining the respective methods, technologies and techniques that have been used in each case, as well as typical examples of applications of these tools.

## **Ευχαριστίες**

Η Διπλωματική αυτή εργασία οφείλει πολλά στην παρότρυνση, στήριξη και διαρκή καθοδήγηση ανθρώπων, οι οποίοι με συνέδραμαν στο επίπονο αυτό εγχείρημά μου με ξεχωριστή ευγένεια και περισσή δοτικότητα.

Πρωτίστως, στην καθηγήτρια μου κύρια Στέλλα Συλαίου, οφείλω ιδιαίτερες ευχαριστίες για την προσήνεια και την εμπιστοσύνη την οποία μου έδειξε κατά την ανάθεση του θέματος της Διπλωματικής μου εργασίας, για τη διαρκή ενθάρρυνση και ψυχολογική στήριξη κατά το διάστημα εκπόνησής της καθώς και την πολύτιμη επιστημονική του καθοδήγηση, τόσο σε διαδικαστικά ζητήματα όσο και σε θέματα ουσίας, επιδρώντας καταλυτικά στην κατά το δυνατόν αρτιότερη προσέγγιση των επιμέρους θεμάτων.

Τέλος, ευχαριστώ ιδιαίτερα την οικογένειά μου για την αμέριστη στήριξη που μου προσέφερε κατά την διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας.

## Περιεχόμενα

1. Θεωρητική ανάλυση εννοιών	5
1.1 Εισαγωγή – δομή εργασίας	5
1.2 Ερευνητικά ερωτήματα διατριβής	6
1.3 Πολιτιστικός τουρισμός	7
1.4 Πολιτιστικές διαδρομές	9
1.5 Σχεδιασμός Πολιτιστικών διαδρομών	11
1.6 Πολιτιστική εμπειρία χρήστη	13
1.7 Κατηγορίες και προφίλ χρηστών πολιτιστικού τουρισμού	16
2. Τεχνολογίες πολιτιστικών διαδρομών	20
2.1 Εισαγωγή - Τεχνολογίες ανάδειξης - καταγραφή και ανάλυση	20
2.1.1 Επαυξημένη πραγματικότητα	20
2.1.2 Εικονική πραγματικότητα	23
2.1.3 Τρισδιάστατη ψηφιακή αναπαράσταση χώρων και αντικειμένων	25
2.2 Τεχνολογίες διαχείρισης πληροφορίας - καταγραφή και ανάλυση	26
2.2.1 Σημασιολογικός Ιστός (Semantic Web)	26
2.2.2 Ανοικτά διασυνδεδεμένα δεδομένα (Linked Open Data)	27
2.3 Ενσωμάτωση τεχνολογικών προσεγγίσεων	28
3. Πλατφόρμες και εφαρμογές πολιτιστικής περιήγησης	30
3.1 Εισαγωγή	30
3.2 Εφαρμογές πολιτιστικών διαδρομών	31
4. Έρευνα βασισμένη σε συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια	41
4.1 Εισαγωγή	41
4.2 Διάχυση ερωτηματολογίων – συλλογή απαντήσεων	42
4.3 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου χρηστών	43
4.4 Αποτελέσματα στατιστικής επεξεργασίας ερωτηματολογίου πολιτιστικών φορέων	58
5. Επίλογος	66
5.1 Συμπεράσματα	66
5.2 Περιορισμοί και προκλήσεις	68
Παράρτημα Α	70
Α.1 Ερωτηματολόγιο χρηστών	70
Α.2 Ερωτηματολόγιο πολιτιστικών φορέων	70
Βιβλιογραφία	70

# Κεφάλαιο 1

## 1. Θεωρητική ανάλυση εννοιών

### 1.1 Εισαγωγή – δομή εργασίας

Σύμφωνα με μελέτες από ερευνητές που ασχολούνται με τον πολιτιστικό τουρισμό (Βαγιονής, 2016; Κόνσολα, 1990), παρατηρείται το γεγονός ότι τις τελευταίες δεκαετίες η τουριστική ζήτηση σε διεθνές αλλά και σε εθνικό επίπεδο εστιάζει σε μορφές τουρισμού που ικανοποιούν ειδικά κίνητρα και ειδικές απαιτήσεις. Ο σύγχρονος τουρίστας παρουσιάζεται με ποικιλία κινήτρων και ως εκ τούτου στους προορισμούς προσφέρονται σύνθετες τουριστικές εμπειρίες, εμπλουτισμένες με εναλλακτικές δραστηριότητες που διαφοροποιούνται από το κλασικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Μία από αυτές τις μορφές τουρισμού που παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική και προοπτικές ως προς την αναζωογόνηση του εθνικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας και ειδικά της Ελλάδας, είναι ο πολιτιστικός τουρισμός.

Σήμερα, εξάλλου, ένα μεγάλο ποσοστό της τουριστικής ζήτησης καλύπτεται μέσω ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού: «Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση. Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν έναν τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον, και στις εναλλακτικές μορφές καταγράφεται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρονομαστής, τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποτελεί ο



σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής» (Κόνσολα,1990; Κοκκώσης, 2011).

Σχετικά με την δομή της εργασίας, στο 1ο κεφάλαιο πραγματοποιούμε μια θεωρητική ανάλυση των βασικών εννοιών που θα απασχολήσουν την διατριβή, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, οι πολιτιστικές διαδρομές και ο τρόπος που σχεδιάζονται, η πολιτιστική εμπειρία χρήστη και οι τύποι χρηστών πολιτιστικού τουρισμού. Στο 2ο κεφάλαιο αναφέρουμε τις βασικές τεχνολογίες ανάδειξης και διαχείρισης πληροφορίας. Στη συνέχεια στο 3ο κεφάλαιο παρουσιάζουμε πλατφόρμες και εφαρμογές πολιτιστικής περιήγησης, ενώ στο 4ο κεφάλαιο αναλύουμε την διαδικασία της έρευνας μέσω ερωτηματολογίων και τον τρόπο διάχυσης της έρευνας και συλλογής απαντήσεων και παραθέτουμε τα αποτελέσματα της στατιστικής επεξεργασίας των ερωτηματολογίων των χρηστών και των πολιτιστικών φορέων και στο κεφάλαιο 5 σχολιάζουμε τα συμπεράσματα της έρευνας και παραθέτουμε περιορισμούς και προκλήσεις.

## **1.2 Ερευνητικά ερωτήματα διατριβής**

Οι άξονες ανάπτυξης του θέματος της μεταπτυχιακής διατριβής θα περιλαμβάνουν την ανάλυση και καταγραφή πολιτιστικών διαδρομών εντός και εκτός Ελλάδος, το είδος τουριστικών και πολιτιστικών εμπειριών που εμπλέκουν και τη συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη. Τα βασικότερα ερωτήματα που θα αναλυθούν είναι τα παρακάτω:

1. Τι είναι ο πολιτιστικός τουρισμός και πως συνδέεται με την πολιτιστική κληρονομιά;
2. Τι είναι οι πολιτιστικές διαδρομές, πως σχεδιάζονται και τι εργαλεία πληροφορικής χρησιμοποιούν;
3. Τι είδους εμπειρίες αποκομίζει ο ταξιδιώτης κατά τη χρήση της πολιτιστικής διαδρομής; Πώς ορίζεται η πολιτιστική εμπειρία του χρήστη;
4. Πώς συμβάλλουν οι πολιτιστικές διαδρομές στην τουριστική ανάπτυξη;
5. Ποιες εφαρμογές και ερευνητικές μελέτες σχετίζονται με πολιτιστικές διαδρομές;

Η μεταπτυχιακή διατριβή αναμένεται ότι θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο, τόσο για τους πολιτιστικούς και τουριστικούς φορείς, όσο και για την ακαδημαϊκή κοινότητα, αφού μέσω αυτής θα αναλύσουμε τη χρησιμότητα και το ρόλο των πολιτιστικών διαδρομών ως πολιτιστικό και τουριστικό προϊόν στη διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ

παράλληλα θα προσπαθήσουμε μέσω της μελέτης σχετικών δράσεων και εφαρμογών να αναλύσουμε τον τρόπο που συμβάλλουν στην ενίσχυση της ταξιδιωτικής εμπειρίας και στην αύξηση της επισκεψιμότητας μιας περιοχής.

Τι είναι όμως ο πολιτιστικός τουρισμός; Πως συνδέεται ο πολιτισμός με τον τουρισμό; Ερωτήματα λοιπόν που θα απαντηθούν στην επόμενη ενότητα.

### **1.3 Πολιτιστικός τουρισμός**

Οι σχέσεις μεταξύ «πολιτισμού» και «τουρισμού» (Cohen, 1988) αλλά και η πολύπλοκη φύση του πολιτισμού (O'Leary, et al., 1998) έχουν οδηγήσει σε σημαντικές ασάφειες στην υπάρχουσα βιβλιογραφία σε σχέση με ένα σαφή και γενικά αποδεκτό ορισμό του πολιτιστικού τουρισμού (Richards, 2007). Τα πολιτιστικά αξιοθέατα υπό την κλασική μορφή αξιοθέατων (π.χ. μουσεία, αρχιτεκτονική, κληρονομιά) ή εκδηλώσεων (π.χ. φεστιβάλ, λαογραφία), θεωρούνται σημαντικοί παράγοντες έλξης και κίνητρα για ταξίδια (Richards, 1996). Ο πολιτιστικός τουρισμός, θεωρητικά, θεωρείται ως μια μακρόχρονη τουριστική πρακτική έχοντας τις ρίζες του στο Grand Tour που ξεκίνησε τον 16ο αιώνα στη Βρετανία (Feifer, 1985). Η δυσκολία στον ορισμό δημιουργείται λόγω της πολυπλοκότητας των στοιχείων και χαρακτηριστικών του πολιτιστικού τουρισμού. Αρκετοί πρώτοι συγγραφείς (Reisinger, 1994; Zeppel and Hall, 1991) θεωρούν τον πολιτιστικό τουρισμό ως μια μορφή ταξιδιού ειδικού ενδιαφέροντος, στην οποία οι τουρίστες ζουν μια νέα εμπειρία και επιδιώκουν κάτι νέο και αυθεντικό, όπως επίσης επιδιώκουν εμπειρίες αισθητικές, πνευματικές, συναισθηματικές ή ψυχολογικές. Σύμφωνα με τον Adams (1995) ο οποίος έδωσε έναν ευρύ ορισμό, υποστηρίζεται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος ταξιδιού για τον εμπλουτισμό του ατόμου.

Ο UNWTO από την άλλη μεριά, προσεγγίζει τον πολιτιστικό τουρισμό ως έναν υποκινούμενο ορισμό. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον ορισμό του UNWTO πολιτιστικός τουρισμός είναι «οι κινήσεις των ατόμων κυρίως πολιτιστικού χαρακτήρα, καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και πολιτιστικές εκδρομές, ταξίδια σε φεστιβάλ και άλλες εκδηλώσεις, επίσκεψη σε χώρους και μνημεία, ταξίδια στη μελέτη της φύσης, λαογραφίας ή τέχνης και προσκυνήματα» (WTO, 1985, σ.6).

Εστιάζοντας στους ορισμούς που προέρχονται από τον ακαδημαϊκό κόσμο, μπορεί σαφώς να καθοριστεί ο ορισμός του πολιτιστικού τουρισμού ως «η μετακίνηση ανθρώπων για αυστηρά πολιτιστικούς λόγους». Η ίδια συμφωνία, όμως, δεν μπορεί να βρεθεί όταν προσπαθούμε να δώσουμε μια ακριβή ερμηνεία των πολιτισμικών κινήτρων. Αυτή η έλλειψη αντιστοιχίας μεταξύ διαφορετικών ορισμών οφείλεται στην ανακρίβεια όταν οριοθετείτε η έννοια του πολιτισμικού κινήτρου.

Ο Richards (2002), δηλώνει ότι παρά τον πολιτιστικό τουρισμό που συνδέεται ιστορικά με την πολιτιστική κληρονομιά στην Ευρώπη (κυρίως μνημεία και μουσεία), υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι ο λαϊκός πολιτισμός και άλλες άυλες μορφές κληρονομιάς αρχίζουν να ενσωματώνονται στον ορισμό αυτό (Du Cros, 2001, Yale, 1997, Prentice, 1993,). Επιπλέον, οι Richards και Wilson (2006) δηλώνουν ότι δεν είναι μόνο η άυλη κληρονομιά που έχει ενσωματωθεί πλήρως στον ορισμό αλλά και άλλα πολιτιστικά προϊόντα όπως εικονικές τοποθεσίες ή εικονικές δομές, θεματικά αξιοθέατα ή εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας. Επίσης, οι Kim et al. (2007) περιλαμβάνουν στον πολιτιστικό τουρισμό φεστιβάλ και μουσικά αξιοθέατα, εμπορικά πάρκα αναψυχής, τοπικά φεστιβάλ και εκθέσεις και αισθητικά / γνωστικά αξιοθέατα.

Άλλοι ερευνητές προτιμούν έναν στενότερο ορισμό και επικεντρώνονται στις πολιτιστικές υπηρεσίες που καταναλώνει ο τουρίστας και αγνοούν το κίνητρο του ταξιδιού (Hughes, 2002). Η προσέγγιση του McKercher (2002) για τον ορισμό των πολιτιστικών τουριστών σχετίζεται με δύο βασικά ζητήματα που περιλαμβάνουν τον κύριο λόγο του ταξιδιού καθώς και το επίπεδο των εμπειριών στον προορισμό. Η συγκεκριμένη μελέτη αναφέρει ότι ένας τουρίστας που καταναλώνει ένα πολιτιστικό προϊόν θεωρείται πολιτιστικός τουρίστας εξ ορισμού και δίνεται έμφαση στη συνολική εμπειρία που δέχεται ο τουρίστας από την επίσκεψη. Η επιλογή αυτής της τυπολογίας βασίζεται στο γεγονός ότι έχει χρησιμοποιηθεί σε πολλές μελέτες πολιτιστικού τουρισμού ως βάση για την υλοποίηση και μελέτη της τυπολογίας των χρηστών (Kantanen and Tikkanen, 2006; Vong, 2013).

Εν ολίγοις, μπορεί να ειπωθεί ότι ο πολιτισμός είναι μια δυναμική έννοια που ποικίλλει σε χρόνο και χώρο και επομένως μπορεί να επιδεχθεί ένα πλήθος διαφορετικών παραμέτρων. Παρόλο που υπάρχει κάποια γενική συναίνεση όσον αφορά τον ορισμό του πολιτιστικού τουρισμού ως ο τουρισμός που υποκινείται από την κατανάλωση του πολιτισμού, όταν εντοπίζονται οι πρακτικές που χαρακτηρίζουν τον πολιτιστικό τουρισμό, δηλαδή όταν είναι

απαραίτητο να εντοπιστεί η πολιτιστική κατανάλωση (κατανάλωση πολιτιστικής κληρονομιάς, πραγματοποίηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων, πολιτιστικές εμπειρίες), εμφανίζονται ορισμένα ερωτήματα και διαφορές στα κριτήρια.

## 1.4 Πολιτιστικές διαδρομές

Αφού επομένως ορίσαμε και παρουσιάσαμε τα βασικά χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού, θα μιλήσουμε στη συγκεκριμένη ενότητα για ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία για την προβολή και ερμηνεία της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου, την ανάδειξη κοινών πολιτισμικών στοιχείων διαφορετικών τόπων, την ενθάρρυνση συνεργειών, τον διαπολιτισμικό διάλογο και την αειφόρο ανάπτυξη: τις πολιτιστικές διαδρομές.

Με βάση πρόσφατες μελέτες περιπτώσεων που απεικονίζουν τις διαφορετικές πτυχές της σχέσης μεταξύ τουρισμού, πολιτισμού και περιήγησης (OECD, 2009<sup>1</sup>), οι πολιτιστικές διαδρομές, συνιστούν έναν βιωματικό τρόπο κατανόησης, μέσω άμεσης εμπειρίας και ατομικής ανακάλυψης, του τι είναι αυτό που μας κάνει διαφορετικούς και όμοιους ταυτόχρονα, παρέχοντας έναν χώρο αναζήτησης και φαντασίας.

Οι πολιτιστικοί δρόμοι δε συνδέουν απλά κάποιες περιοχές αλλά ενώνουν διαφορετικούς πολιτισμούς. Στο παρελθόν αποτελούσαν τους βασικούς άξονες μεταφοράς αγαθών και ιδεών, δηλαδή στοιχείων της άυλης και υλικής κληρονομιάς ανά τον κόσμο (Σιδεράς, 2013, σ. 18).

Με τον όρο πολιτιστική διαδρομή εννοούμε διαφορετικά σημεία ενδιαφέροντος (POI = Points of Interest) τα οποία διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά, ένα κεντρικό θέμα και καλύπτουν μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Στα σημεία αυτά ενδιαφέροντος μπορούν να ενταχθούν συνήθως στοιχεία με ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό ή ιστορικό ενδιαφέρον αλλά και κτήρια, εγκαταστάσεις και φυσικά τοπία. Μια πιο σύγχρονη και βελτιωμένη εκδοχή της πολιτιστικής διαδρομής έχει ως βασικό στόχο τη σύνδεση του παρελθόντος ενός οικισμού, μιας πόλης ή περιοχής με το παρόν.

Σύμφωνα με τον Meyer (2004, σ.14) οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να προσελκύσουν νέους επισκέπτες αλλά και επαναλαμβανόμενους. Η διάχυση των επισκεπτών και η

---

<sup>1</sup> <https://www.oecd.org/newsroom/43125523.pdf>

διασπορά των εισοδημάτων από τον τουρισμό έχουν ως αποτέλεσμα μια πιο ομοιόμορφη κατανομή των οικονομικών οφελών, ενώ η αύξηση της διάρκειας διαμονής και των δαπανών των τουριστών αποφέρει μεγαλύτερο κέρδος. Παράλληλα, η σύνδεση πολλών αξιοθέατων μεταξύ τους τα οποία ανεξάρτητα δεν θα είχαν τη δυνατότητα να προσελκύσουν τους επισκέπτες αποτελεί βασικό πλεονέκτημα μιας πολιτιστικής διαδρομής. Οι επιτευχθείς συνέργειες που δημιουργούνται υπόσχονται μεγαλύτερη δύναμη έλξης και οδηγούν σε αρκετά οφέλη, όπως την αύξηση της συνολικής γοητείας ενός προορισμού και την αύξηση της βιωσιμότητας ενός τουριστικού προϊόντος. Η διαχείριση της μεταφορικής ικανότητας διευκολύνεται λόγω της διασποράς των τουριστών, όπως και οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις μειώνονται λόγω αυτής της διασποράς.

Το περιεχόμενο μιας πολιτιστικής διαδρομής μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της περιοχής και το εύρος της πολιτιστικής και της φυσικής της κληρονομιάς. Πιο συγκεκριμένα, από την βιβλιογραφική έρευνα προκύπτει ότι οι πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να διακριθούν ανάλογα με την θεματική τους σε (Γκαντούνα και Παπαγεωργίου, 2012):

- θεματικές: διαδρομές που περιλαμβάνουν ένα συγκεκριμένο θεματικό στοιχείο
- ιστορικές: διαδρομές που περιστρέφονται γύρω από μνημεία και πολιτιστικά στοιχεία μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου ή εποχής
- μικτές πολιτιστικές διαδρομές: διαδρομές που συμπεριλαμβάνουν στοιχεία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, ανεξαρτήτου είδους ή εποχής, ως μέρος της συνολικότερης πολιτιστικής φυσιογνωμίας ενός τόπου.

Επιπλέον, οι πολιτιστικές διαδρομές, ανάλογα με την κλίμακά τους και την επικράτειά τους, δηλαδή το επίπεδο του χώρου στον οποίο αναπτύσσονται, μπορούν να διακριθούν σε (Γκαντούνα και Παπαγεωργίου, 2012/ UNWTO, 2015/ICOMOS, 2008):

- αστικές: περιλαμβάνουν μόνο τα μνημεία και τα υπόλοιπα στοιχεία μιας πόλης - αστικής περιοχής
- τοπικές: εντάσσονται σε μια περιορισμένη γεωγραφική ενότητα, όπως για παράδειγμα στα όρια ενός Δήμου
- υπερτοπικές: εκτείνονται σε μια αρκετά ευρύτερη γεωγραφική περιοχή, κυρίως σε περιφερειακό και διαπεριφερειακό επίπεδο
- εθνικές

- διακρατικές

Στο πλαίσιο αυτό, η έννοια της πολιτιστικής διαδρομής φαίνεται να είναι πολύπλοκη και πολυδιάστατη. Εισάγει και αντιπροσωπεύει μια ποιοτική συμβολή στην έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς (τόσο πολιτιστική όσο και φυσική) και τη διατήρησή της. Μια πολιτισμική διαδρομή μπορεί να εκφραστεί σε ένα θεωρητικό επίπεδο που ορίζεται από τον χωρικό άξονα και τον χρονικό άξονα ως μια γεωγραφική αναπαράσταση της συνέχειας που βασίζεται στη δυναμική της κίνησης ή στην έννοια της ανταλλαγής. Από την άλλη πλευρά, το πραγματικό μέγεθος και πυκνότητα των απτών και των άυλων στοιχείων της παρουσίας που παραμένουν φυσικά, ποικίλλουν από περίπτωση σε περίπτωση καθώς και από τον βαθμό στον οποίο μπορεί να επαληθευτεί η αυθεντικότητά τους. Επιπλέον, μεταξύ των πολιτιστικών διαδρομών, θα υπάρχουν πολλά παραδείγματα που επεκτείνονται χωρικά σε εξαιρετικά μεγάλες κλίμακες, που κυμαίνονται από το περιφερειακό επίπεδο έως το διεθνές, πολυεθνικό και μάλιστα διηπειρωτικό επίπεδο. Η τοποθέτηση στο εδαφικό δίκτυο είναι επομένως η κύρια δύναμη των πολιτιστικών διαδρομών. Η διαδρομή χωρίζεται σε υποδίκτυα και δίκτυα τοποθεσιών (και αξιοθέατων) που έχουν κοινή συνοχή. Η αναζήτηση αυτής της κοινής συνοχής και η συνέχεια αυτή είναι πολύ σημαντική όσον αφορά την εικόνα και την προβολή του προορισμού. Ο πολιτιστικός τουρισμός δεν περιορίζεται σε μια σειρά επισκέψεων σε χώρους.

Παράλληλα, οι εξελίξεις στους τομείς της πληροφορίας και της επικοινωνίας, τις τελευταίες δεκαετίες, προσφέρουν τη δυνατότητα ευκολότερης πρόσβασης στο πολιτιστικό απόθεμα, διαφοροποιώντας ωστόσο το πεδίο των προτιμήσεων εκ μέρους των σύγχρονων ταξιδιωτών και διαμορφώνοντας τη ζήτηση για νέα πολιτιστικά αγαθά και εκπαιδευτικές μορφές ψυχαγωγίας (edutainment).

## **1.5 Σχεδιασμός Πολιτιστικών διαδρομών**

Αφού κατανοήσουμε τις βασικές πτυχές μιας πολιτιστικής διαδρομής, επόμενο βήμα αποτελεί ο σχεδιασμός της. Αρκετοί οργανισμοί και ερευνητικές ομάδες αναλαμβάνουν να καταγράψουν, να αναπαράγουν και να διαδώσουν αυτά που αποκαλούνται σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Τα σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος μιας περιοχής που μελετούμε αποτελούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που την περιγράφουν. Μπορεί να

είναι εμποτισμένα με ιστορικά στοιχεία και δεδομένα και να προδίδουν το πολιτιστικό αποτύπωμά της.

Η δημιουργία και ο σχεδιασμός μιας πολιτιστικής διαδρομής πραγματοποιείται κυρίως από φορείς που έχουν σκοπό την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής αλλά και από ιδιώτες. Υπάρχει συνεχής συνεργασία των φορέων αυτών με ομάδες πολιτών που θέλουν να μοιραστούν προσωπικές εμπειρίες με άλλες ομάδες, να αναδείξουν την ιστορία που κρύβει κάθε σημείο ενδιαφέροντος του τόπου τους με στόχο να συνεισφέρουν στην αναπαραγωγή και εξέλιξη της συλλογικής μνήμης.

Για να υλοποιηθεί επομένως μια πολιτιστική διαδρομή θα πρέπει να πραγματοποιηθούν μια σειρά από μελέτες, δράσεις και βήματα (Ζηρίνη κ. συν, χ.χ: 4-6). Πιο συγκεκριμένα τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουμε είναι τα παρακάτω:

1. Αρχικό βήμα είναι η λεπτομερής καταγραφή των υποδομών με στόχο τη δημιουργία ή και τη βελτίωση τους. Οι τεχνικές μελέτες και τα έργα που απαιτούνται θα πρέπει να αφορούν αρχικά την αποκατάσταση και ανάδειξη των εκάστοτε μνημείων και πολιτιστικών αποθεμάτων,
2. Πολύ σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αρμονική συνεργασίας και στήριξη των τοπικών φορέων και επιχειρήσεων για την υλοποίηση του έργου,
3. Μέλημα της ομάδας έργου αποτελεί και η εύρεση του κατάλληλου πλαισίου χρηματοδότησης,
4. Αφού πραγματοποιηθούν με επιτυχία τα προηγούμενα στάδια, ξεκινάει η υλοποίηση του έργου μέσω της υλοποίησης της ανάλυσης απαιτήσεων, της αρχιτεκτονικής και του σχεδιασμού της πολιτιστικής διαδρομής,
5. Παράλληλα στο κομμάτι της οργάνωσης και της λειτουργίας βασικό μέλημα είναι η υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου ανάδειξης και διάχυσης των αποτελεσμάτων της πολιτιστικής διαδρομής (marketing plan) μέσω ενός φορέα διαχείρισης,
6. Επόμενο βήμα αποτελεί η ανάπτυξη μιας ψηφιακής στρατηγικής επικοινωνίας μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, της υλοποίησης κατάλληλου brandname, λογότυπου του έργου και ιστοσελίδας,

7. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι πολύ σημαντικό στοιχείο αποτελεί η διασύνδεση και η προσβασιμότητα για άτομα με αναπηρία, κάτι το οποίο θα πρέπει να προβλεφθεί κατά την υλοποίηση της πολιτιστικής διαδρομής.

Επομένως, ο σχεδιασμός μια πολιτιστικής διαδρομής αποτελεί τον κινητήριο μοχλό της λειτουργίας της διαδρομής, ώστε ο επισκέπτης να έρθει όσο το δυνατόν περισσότερο σε επαφή με την ιστορική και πολιτιστική φυσιογνωμία του χώρου, εμπλουτίζοντας και επαυξάνοντας την εμπειρία του, η οποία αποκαλείται “πολιτιστική εμπειρία χρήστη”.

## 1.6 Πολιτιστική εμπειρία χρήστη

Η εμπειρία χρήστη (user experience, UX) έχει να κάνει με τη συνολική λειτουργικότητα και ευχρηστία μιας διαδραστικής ψηφιακής εφαρμογής. Τα τελευταία χρόνια η εμπειρία χρήστη έχει αναγνωριστεί ως ένας κρίσιμος παράγοντας για την αποδοχή όχι μόνο διαδραστικών συστημάτων, αλλά κάθε βιομηχανικού προϊόντος και υπηρεσίας. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης διαδραστικών ψηφιακών εφαρμογών, ο όρος καλύπτει όλες τις επιμέρους πτυχές της εμπειρίας ενός χρήστη με ένα υπολογιστικό σύστημα, όπως η σχεδίαση των γραφικών, η διεπαφή χρήσης, η φυσική αλληλεπίδραση και τα εγχειρίδια χρήσης. Αναμφίβολα, η έρευνα γύρω από την εμπειρία του χρήστη μπορεί να χαρακτηριστεί ως πολύπλοκη, εμπλέκοντας πολλές και διαφορετικές παραμέτρους, όπως η ευχρηστία (usability), η αξιοπιστία (credibility), η ευκολία εύρεσης πληροφορίας (findability), ο βαθμός αρέσκειας (desirability) κ.α. Όπως γίνεται αντιληπτό, η εμπειρία χρήστη είναι μια γενική έννοια που περιέχει και επεκτείνει τις έννοιες της ευχρηστίας και της προσβασιμότητας, αλλά και άλλες πτυχές της αποδοχής ενός διαδραστικού συστήματος από τους χρήστες, συμπεριλαμβάνοντας και τον συναισθηματικό παράγοντα.

Η αλληλεπίδραση μεταξύ διαφορετικών πολιτισμικών στοιχείων και διαφορετικού πολιτισμικού υπόβαθρου των χρηστών ορίζει την πολιτισμική εμπειρία του χρήστη (Cultural User Experience - CUX) ως “Η μοναδική παραγόμενη γνώση και εμπειρία από διαφορετικές πολιτισμικές ταυτότητες”.

Η πολιτισμική εμπειρία είναι μια κατεξοχήν εκπαιδευτική εμπειρία (Hooper Greenhill, 1999b). Το μουσείο είναι ένας ανοιχτός χώρος, όπου κάποιος μπορεί να μάθει ανεξάρτητα από την ηλικία του, τη μορφωτική, κοινωνική ή οικονομική του θέση. Με άλλα λόγια, οι



πολιτιστικοί χώροι εκφράζουν το ιδεώδες της ανοικτής εκπαίδευσης, γιατί μέσα σε αυτούς η μόρφωση είναι δικαίωμα όλων των ανθρώπων και μπορούν να την απολαμβάνουν σ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους, χωρίς κανέναν περιορισμό και ανάλογα με τις προσωπικές επιλογές τους. Συνεπώς, οι χώροι αυτοί ως θεσμοί δια βίου εκπαίδευσης μπορούν να θεωρηθούν εκφραστές της μάθησης που βασίζεται στην ελεύθερη επιλογή.

Μεγάλος αριθμός εφαρμογών πολιτιστικής περιήγησης έχουν σχεδιαστεί και αξιολογούνται με στόχο τη βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη. Η εφαρμογή Sveno Tour (Fenu, 2018) χρησιμοποιεί τεχνικές αφήγησης με στόχο να προσελκύσει τους επισκέπτες και να επαυξήσει την πολιτιστική εμπειρία τους κατά την περιήγηση σε ένα λογοτεχνικό μουσείο το οποίο επικεντρώνεται στον διάσημο Ιταλό συγγραφέα Italo Sveno, που έζησε στην Τεργέστη μεταξύ του 19ου και του 20ού αιώνα. Η συγκεκριμένη εφαρμογή κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης εξετάζει τη σχέση μεταξύ της τεχνολογίας AR και της αφήγησης και τη σκοπιμότητα χρήσης της επαυξημένης πραγματικότητας σε λογοτεχνικά μουσεία με ενήλικους που έχουν μικρή εμπειρία στη χρήση τεχνολογιών AR.

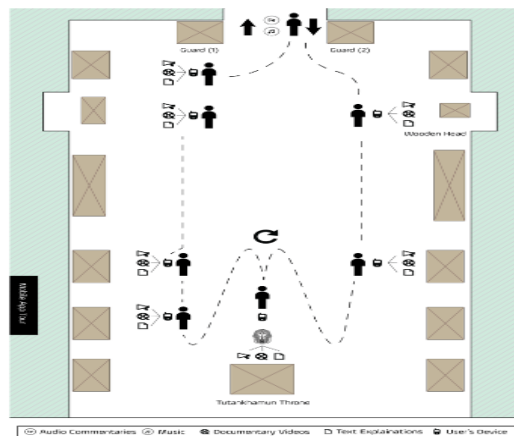
Μία από τις πρώτες εφαρμογές στο τομέα του πολιτισμού, το Archeoguide, προσφέρει εξατομικευμένες περιηγήσεις σε αρχαιολογικούς χώρους. Χρησιμοποιεί υπαίθρια παρακολούθηση, κινητή υπολογιστική, οπτικοποίηση 3D και τεχνικές επαυξημένης πραγματικότητας για την επαύξηση της πληροφορίας, την ανασυγκρότηση των ερειπωμένων χώρων και την προσομοίωση της αρχαίας ζωής (Vlahakis, 2002).

Παράλληλα, η Συλαίου (2020) διερευνά την συμπεριφορά εικονικών ανθρώπων σε περιβάλλοντα εικονικών μουσείων (VM). Τρία μοντέλα χρηστών (επιμελητής, φύλακας και επισκέπτης) έχουν χρησιμοποιηθεί ως αφηγητές που εισάγουν τους συμμετέχοντες σε μια συναισθηματική ιστορία πίσω από ένα ιστορικό γλυπτό με σκοπό την επαύξηση της πολιτιστικής εμπειρίας του χρήστη μέσω εξατομικευμένης διάδρασης.



Μοντέλα χρηστών (επιμελητής, φύλακας και επισκέπτης) (Συλαίου, 2020)

Τέλος, στην πλατφόρμα MuseumEye (Hammady, 2018), η επαύξηση της πληροφορίας βασίζεται σε ένα υβριδικό σύστημα που συνδυάζει την τεχνολογία παρακολούθησης χωρίς σήμανση (SLAM) και beacons εσωτερικού χώρου ή χαμηλής ενέργειας Bluetooth (BLE). Αυτές οι τεχνολογίες περιλαμβάνουν έναν συνδυασμό πολυμέσων και διαφορετικά επίπεδα οπτικών πληροφοριών που απαιτούνται για την περιήγηση στο μουσείο από τους επισκέπτες. Χρησιμοποιώντας κινητές συσκευές για την πιλοτική εφαρμογή της πλατφόρμας, αναπτύχθηκε ένα μοντέλο σχεδιασμού UX που έχει την ικανότητα να αξιολογεί την εμπειρία και τη χρηστικότητα της εφαρμογής.



Ο επισκέπτης καθοδηγείται μέσω της πλατφόρμας MuseumEye σε προκαθορισμένα σημεία του χώρου, όπου έχει πρόσβαση σε πολυμεσικό υλικό (Hammady, 2018)

Η εμπειρία χρήστη συνιστά λοιπόν μια πολύπλοκη έννοια, γεγονός που καθιστά πολύπλοκη και την αξιολόγησή της, εφόσον αυτή σχετίζεται άμεσα με τη φυσική αλληλεπίδραση χρηστών με κάποιο διαδραστικό σύστημα, προϊόν ή υπηρεσία. Τα τελευταία χρόνια, η ραγδαία ανάπτυξη των διαδραστικών τεχνολογιών και ιδιαίτερα των φορητών συσκευών αφής, σε συνδυασμό με την επακόλουθη εμφάνιση διαδικτυακών υπηρεσιών και εφαρμογών για πολλές και διαφορετικές πτυχές της ανθρώπινης δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δικτύων και της επαυξημένης πραγματικότητας, καθώς και η συνεχής βελτίωση των παραπάνω τεχνολογιών και εφαρμογών ως προς την

ευχρηστία και την προσβασιμότητα, έχουν συμβάλλει στην ανάδειξη περισσότερων πτυχών / παραγόντων αλληλεπίδρασης ως σημαντικών για την αποτίμηση της εμπειρίας χρήστη. Επομένως, με βάση τα στοιχεία που παραθέσαμε στην συγκεκριμένη ενότητα σχετικά με την εμπειρία του χρήστη, απαντήθηκε και το 3<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα για του είδους τις εμπειρίες που αποκομίζεις ο χρήστης και την σημασία της πολιτιστικής εμπειρίας χρήστη.

## **1.7 Κατηγορίες και προφίλ χρηστών πολιτιστικού τουρισμού**

Η κατηγοριοποίηση των τουριστών βάσει των κινήτρων, των επιλογών και της συμπεριφοράς τους στον τόπο προορισμού αποδεικνύεται στην πράξη ιδιαίτερα δύσκολη, όπως φαίνεται και από τον μεγάλο αριθμό τυπολογιών που εμφανίστηκαν, κυρίως μετά το 1970, από ψυχολόγους, κοινωνιολόγους και ανθρωπολόγους που προσπάθησαν να συσχετίσουν τους τύπους των τουριστών, τα κίνητρα που τους ωθούν να ταξιδέψουν και τους τύπους τουρισμού που τελικά επιλέγουν. Οι συσχετίσεις όμως είναι πολλαπλές και σύνθετες, ενώ το κίνητρο σπάνια είναι «ένα και μοναδικό», καθώς συνήθως αποτελεί αμάλγαμα αναγκών και επιθυμιών με αποτέλεσμα, ειδικά την τελευταία δεκαετία, να γίνεται λόγος για «πολυκινητικούς» και «πολυκινητρικούς» τουρίστες (Τσάρτας 1995, Λαγός 2005, Holden 2008).

Με δεδομένο ότι ποτέ δε θα υπάρξει μια τυπολογία που να αντανακλά τη συμπεριφορά όλων των ταξιδιωτών, αυτό που μας ενδιαφέρει να επισημάνουμε είναι ότι, γενικά, οι ερμηνείες που έχουν κατά καιρούς προταθεί για τα κίνητρα των ταξιδιωτών, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο πολιτιστικός τουρισμός επιτρέπει την απόδραση από μια υφιστάμενη κατάσταση ή διευκολύνει την αναζήτηση μιας άλλης πραγματικότητας (Γαλανή Μουτάφη 2002:32).

Η κατηγοριοποίηση των τελικών χρηστών βάσει των κινήτρων, των επιλογών και της συμπεριφοράς τους στον τόπο προορισμού αποδεικνύεται στην πράξη ιδιαίτερα δύσκολη, όπως φαίνεται και από τον μεγάλο αριθμό τυπολογιών που εμφανίστηκαν, κυρίως μετά το 1970, από ψυχολόγους, κοινωνιολόγους και ανθρωπολόγους που προσπάθησαν να συσχετίσουν τους τύπους των ταξιδιωτών, τα κίνητρα που τους ωθούν να ταξιδέψουν και τους τύπους πολιτιστικού τουρισμού που τελικά επιλέγουν.

Παράλληλα, έχουν χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν για τον πολιτιστικό τουρισμό αρκετές μελέτες (Chen, 2018; McKercher, 2002; Vong, 2013; Nguyen, 2013; Niemczyk, 2013).

Ο McKercher (2002) εντόπισε 5 τύπους τουριστών πολιτιστικού ενδιαφέροντος βάσει της «κεντρικότητας» (centrality), δηλαδή το πόσο σημαντικός είναι ο πολιτιστικός τουρισμός για τον χρήστη να επισκεφθεί το συγκεκριμένο χώρο και του βάθους της εμπειρίας τους. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

1. **Purposeful cultural tourist (υψηλή κεντρικότητα/βαθιά εμπειρία).** Ο βασικός σκοπός της επίσκεψής του είναι ο πολιτισμός. Μαθαίνοντας την πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου είναι ένας σημαντικός λόγος για να επισκεφθεί κάποιος έναν προορισμό και αυτού του είδους η πολιτιστική και τουριστική προσέγγιση δημιουργεί μια βαθιά πολιτιστική εμπειρία. π.χ. επισκέπτομαι την Αθήνα γιατί με ενδιαφέρει η Ακρόπολη και χρησιμοποιώ διαδραστικά μέσα, εφαρμογές τουριστικής περιήγησης και ενημερώνομαι για τον χώρο πριν τον επισκεφθώ, ενώ όλο μου το ταξίδι επικεντρώνεται στην απόκτηση συγκεκριμένης γνώσης από τη διάδρασή μου με το μνημείο της Ακρόπολης.
2. **Sightseeing cultural tourist (υψηλή κεντρικότητα/αβαθής εμπειρία).** Η μάθηση σχετικά με την πολιτιστική κληρονομιά ενός άλλου τόπου είναι ένας σημαντικός λόγος για να επισκεφθεί ο συγκεκριμένος τύπος τουρίστα έναν προορισμό, αλλά αυτό το είδος του τουρίστα διαθέτει πιο ρηχά ενδιαφέροντα. π.χ. επισκέπτομαι την Αθήνα γιατί με ενδιαφέρει η Ακρόπολη, αλλά περνάω την περισσότερη ώρα στο καφέ του Μουσείου και σε γαστρονομικού ενδιαφέροντος καταστήματα πέριξ της Ακρόπολης.
3. **Casual cultural tourist (μέτρια κεντρικότητα/ρηχή εμπειρία).** Ο πολιτιστικός τουρισμός διαδραματίζει έναν περιορισμένο ρόλο στην απόφαση να επισκεφθεί ο συγκεκριμένος τύπος έναν προορισμό και αυτού του είδους η πολιτιστική, τουριστική εμπειρία δεσμεύει τον προορισμό σε ένα τρόπο χαμηλής εμπύθισης. π.χ. επισκέπτομαι την Αθήνα γιατί έχω ακούσει και μάθει κάποιες λίγες πληροφορίες για την Ακρόπολη αλλά εν τέλει κάνω άλλου τύπου δραστηριότητες.
4. **Incidental cultural tourist (χαμηλή κεντρικότητα/ρηχή εμπειρία).** Ο πολιτιστικός τουρισμός δε διαδραματίζει κανένα ρόλο στην απόφαση να επισκεφθεί ο συγκεκριμένος τύπος έναν πολιτιστικό προορισμό και παρόλο που βρίσκεται στον

χώρο η συμμετοχή του σε πολιτιστικά δρώμενα είναι ελάχιστη. π.χ. επισκέπτομαι την Αθήνα γιατί με ενδιαφέρει ως ταξιδιωτικός προορισμός, δεν έχω ακούσει ούτε έχω μάθει κάτι σχετικό με την Ακρόπολη και εν τέλει κάνω άλλου τύπου δραστηριότητες.

5. **Serendipitous cultural tourist (χαμηλή κεντρικότητα/βαθιά εμπειρία).** Ο πολιτιστικός τουρισμός διαδραματίζει ελάχιστο ή καθόλου ρόλο στην απόφαση να επισκεφθεί ο συγκεκριμένος τύπος έναν πολιτιστικό προορισμό, αλλά αφού βρίσκεται στον χώρο η συμμετοχή του σε πολιτιστικά δρώμενα είναι μέγιστη και του προσφέρει μια βαθύτερη πολιτιστική εμπειρία. π.χ. επισκέπτομαι την Αθήνα γιατί με ενδιαφέρει ως ταξιδιωτικός προορισμός, δεν έχω ακούσει ούτε έχω μάθει κάτι σχετικό με την Ακρόπολη αλλά μέσω ενός συνταξιδιώτη μου που με παροτρύνει να επισκεφτούμε τον ιερό βράχο μαθαίνω αρκετές πληροφορίες και αποκτά ένα άλλο νόημα το ταξίδι μου.

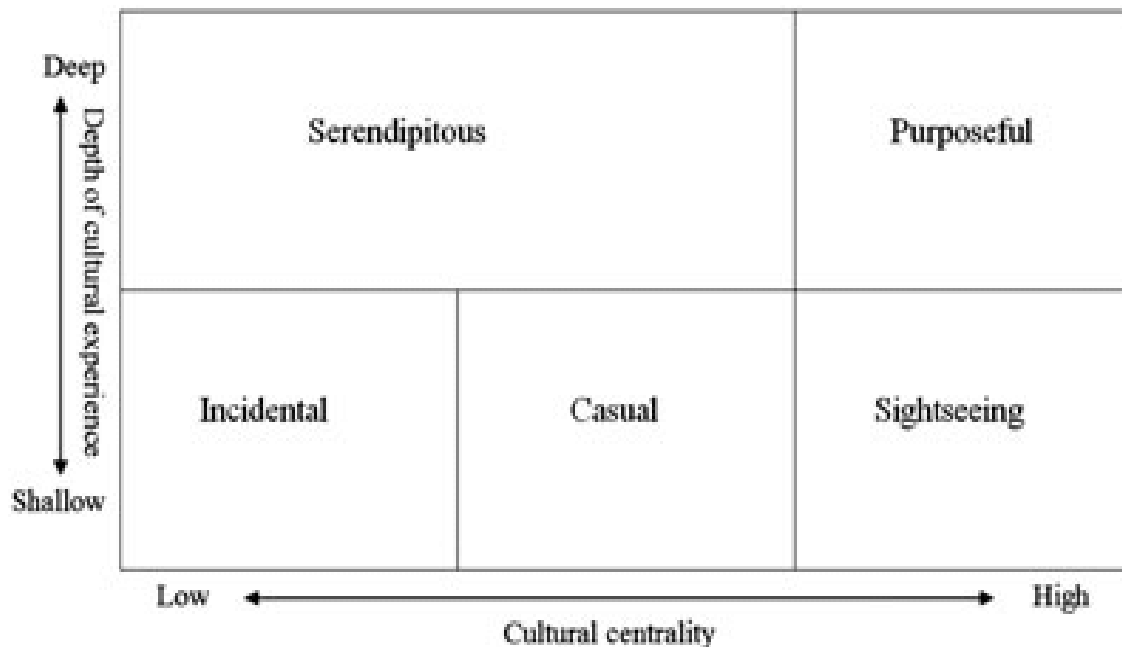


Table 1. Τυπολογία McKercher

Αντίστοιχα, σε μελέτη περίπτωσης που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλίας (Vasiliadis, 2016), χρησιμοποιήθηκε η τυπολογία του Seaton (2002).

Πιο συγκεκριμένα, ο Seaton (2002) προτείνει ότι οι παροδικές και όχι οι σταθερές τυπολογίες πρέπει να χρησιμοποιούνται ως τρόπος αντίληψης των τουριστικών κινήτρων. Προτείνει έναν αριθμό χρηστών που μπορεί να υιοθετηθεί ή να μιμηθεί ο τουρίστας. Επομένως αποτελεί άλλο ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα τυπολογίας που μπορεί να βασιστεί η μελέτη μας για την ανάδειξη του πολιτιστικού τουρισμού μέσω της συγκεκριμένης εξατομίκευσης χρηστών. Αυτά που είναι πιο κατάλληλα για τον πολιτιστικό τουρίστα μπορεί να περιλαμβάνουν:

1. Ο χρήστης που επισκέπτεται μουσεία, γκαλερί και άλλους πολιτιστικούς χώρους και τοπία (Dilettante / esthete).
2. Ο χρήστης που ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για το κλασικό παρελθόν, την ιστορία και την αρχαιολογία (Antiquarian heritage seeker).
3. Ο χρήστης που επηρεάζεται από το ενδιαφέρον του για ορειβασία, πεζοπορία και backpacking (Explorer - Adventurer).
4. Επισκέπτες σε προορισμούς προσκυνήματος, και συγκεκριμένα δυτικοί τουρίστες που αναζητούν πνευματική διαφώτιση μέσω των ανατολικών θρησκειών (Religious pilgrim and spiritual seeker).
5. Ο χρήστης που έχει έλξη σε φεστιβάλ ή «πανηγύρια» που επιτρέπουν έναν ορισμένο βαθμό απόδρασης και έλλειψης περιορισμού (Festival charivariist).
6. Ο χρήστης που ενδιαφέρεται για τα σπίτια και τα τοπία των λογοτεχνικών μορφών (Litterateur).
7. Ένας bon viveur, που ενδιαφέρεται για την γαστρονομία ή για το κρασί (Epicurean).
8. Ο χρήστης που έχει ενδιαφέρον για την αγροτική κληρονομιά ή τον οικοτουρισμό (Natural and Social Scientist).

# Κεφάλαιο 2

## 2. Τεχνολογίες πολιτιστικών διαδρομών

### 2.1 Εισαγωγή - Τεχνολογίες ανάδειξης - καταγραφή και ανάλυση

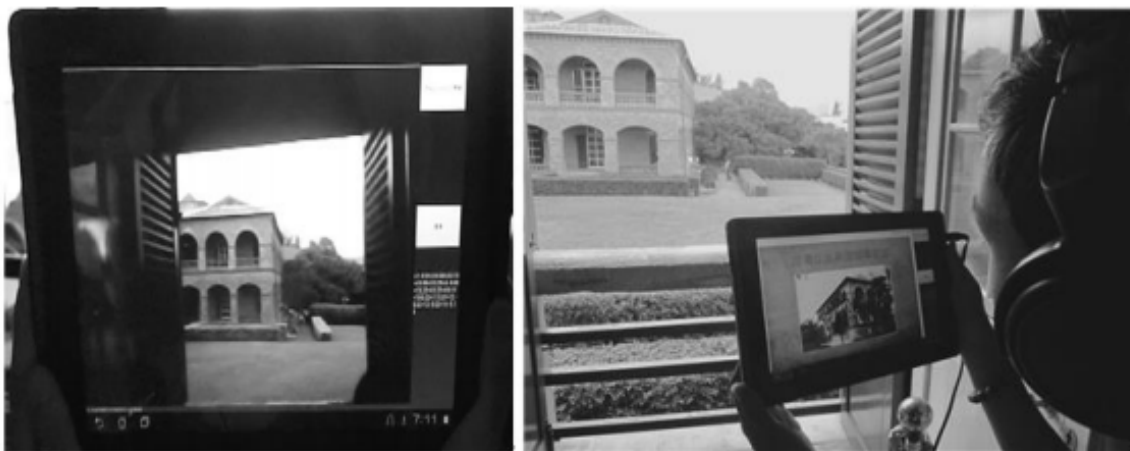
Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών, που αναπτύχθηκαν με στόχο τη διατήρηση, την έκθεση και την προβολή πολιτιστικών χώρων, συμβάλει στην προσπάθεια των πολιτιστικών οργανισμών να προσφέρουν στους επισκέπτες πολιτιστικών πόρων μια ευχάριστη, πρωτότυπη και συγχρόνως εκπαιδευτική εμπειρία. Ένα από τα σημαντικότερα έργα των πολιτιστικών οργανισμών είναι η διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς που επιτυγχάνεται μέσω της έκθεσης και της προβολής. Άλλωστε «η εξέλιξη της ψηφιακής τεχνολογίας επέτρεψε στους πολιτιστικούς οργανισμούς και στις επιχειρήσεις να ανακαλύπτουν συνεχώς τον εαυτό τους» (Loumos et al., 2018, σ. 292).

#### 2.1.1 Επαυξημένη πραγματικότητα

Σε αυτό το πλαίσιο, μια από τις πολλά υποσχόμενες τεχνολογίες θεωρείται η επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality - AR). Οι τεχνολογίες AR τείνουν να αλλάξουν τον

τρόπο με τον οποίο ο επισκέπτης - χρήστης αλληλεπιδρά με το πολιτιστικό περιεχόμενο και πληροφορία. Η άνθηση της χρήσης κινητών συσκευών (smartphones, tablets κλπ) και η πολλά υποσχόμενη προοπτική τους στο πεδίο της AR (Butchart, 2011), έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών πολιτιστικού περιεχομένου για κινητές συσκευές, οι οποίες εφαρμογές απευθύνονται στο ευρύ κοινό παρέχοντας πρόσβαση σε πολιτιστική πληροφορία πολυμεσικής μορφής, όπως εικόνες, βίντεο ή τρισδιάστατες αναπαραστάσεις, εμπλουτίζοντας έτσι την πολιτιστική εμπειρία χρήστη.

Όλο και περισσότεροι φορείς και ιδρύματα πολιτισμού ανά τον κόσμο έχουν ενσωματώσει στις υπηρεσίες που παρέχουν τεχνολογίες AR, και έχουν αναπτύξει εφαρμογές για την ανάδειξη του πολιτιστικού τους αποθέματος και τον εμπλουτισμό της εμπειρίας του επισκέπτη, τόσο αισθητικά όσο και σε επίπεδο πληροφόρησης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι οι εφαρμογές εικονικού ξεναγού, τρισδιάστατες “συμπληρώσεις” μνημείων και αντικειμένων που έχουν υποστεί ζημιά (Zaccarini, 2013), και κινητές εφαρμογές ψηφιακής αφήγησης, οι οποίες μετατρέπουν μια απλή ξενάγηση σε μια διαδραστική αφήγηση, προσαρμοσμένη στο προφίλ και τα ενδιαφέροντα του επισκέπτη (Ioannidis, 2013).



Κινητή εφαρμογή με χρήση Επαυξημένης Πραγματικότητας (Chang, 2015)

Από τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας, με την εξάπλωση των κινητών συσκευών και ιδιαίτερα των smartphones, η τεχνολογία AR έχει επηρεάσει τον τρόπο που οι φορείς και τα ιδρύματα πολιτισμού επιθυμούν να παρουσιάζουν την πολιτιστική πληροφορία στους



επισκέπτες τους. Η αναγκαιότητα κατανόησης των αναγκών του επισκέπτη και ανταπόκρισης στα ενδιαφέροντά του γίνεται όλο και περισσότερο αντιληπτή από τους φορείς, με αποτέλεσμα τεχνολογίες ανάδειξης περιεχομένου όπως η AR να αξιοποιούνται όλο και περισσότερο για τη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη. Έχουν γίνει επίσης διάφορες ενδιαφέρουσες ερευνητικές προσπάθειες προς την ίδια κατεύθυνση, οι οποίες δείχνουν ότι η τεχνολογία AR αναγνωρίζεται ως ολοένα και σημαντικότερη για τον εμπλουτισμό της εμπειρίας χρήστη (Dieck, 2018; Cranmer, 2016; Rese, 2017).

Η τεχνολογία AR ενθαρρύνει την *in situ* μάθηση, εφόσον αξιοποιείται για να βοηθήσει τον επισκέπτη να συνδέσουν τις πολιτιστικές τοποθεσίες με την υπάρχουσα γνώση του, παρέχοντας ταυτόχρονα επιπρόσθετες σχετικές πληροφορίες (Chang, 2015). Πρόκειται εξάλλου για μια τεχνολογία που μπορεί να προσδώσει “ζωή” σε μια πολιτιστική/ιστορική τοποθεσία, να “επισκευάσει” αγάλματα και άλλα αντικείμενα, να “επανακατασκευάσει” μνημεία που έχουν χαθεί μέσα στους αιώνες, ουσιαστικά παρέχοντας στα εκθέματα την ικανότητα να “συνομιλούν” με τον επισκέπτη προσφέροντάς του επιπλέον, πιθανόν εξατομικευμένα (με τη συνδρομή σχετικών μεθόδων) πληροφορία. Έτσι, όταν η Πολιτιστική Κληρονομιά συναντά την Επαυξημένη Πραγματικότητα, αναδεικνύεται ένα σύνολο αναμφισβήτητων πλεονεκτημάτων (Attila, 2012):

- Οι εφαρμογές AR παρέχουν άμεσα πληροφορία, χωρίς να χρειάζεται να εκτυπωθεί σε φυλλάδια ή αφίσες, επεμβαίνοντας υπό μία έννοια στην τοποθεσία και απαιτώντας επιπλέον κόστη για τους φορείς, ενώ επιπλέον η παρεχόμενη πληροφορία μπορεί εύκολα να ενημερωθεί μέσω της εφαρμογής AR.
- Οι εφαρμογές AR είναι σε θέση να παρέχουν “απεριόριστη” πληροφορία στον επισκέπτη, εν αντιθέσει με τους παραδοσιακούς πληροφοριακούς πίνακες που προφανώς έχουν περιορισμένο μέγεθος, υποσκελίζοντας σημαντικά την προοπτική μιας πλούσιας, άρτιας πληροφόρησης.
- Οι εφαρμογές AR εμπλουτίζουν την πολιτιστική εμπειρία του επισκέπτη-χρήστη, συνεισφέροντας σημαντικά στη συνολική ικανοποίηση του επισκέπτη, δημιουργώντας έτσι θετική φήμη που εν τέλει συμβάλλει στην αύξηση της επισκεψιμότητας του χώρου.

Οι πολιτιστικές εφαρμογές AR συνήθως προσφέρουν τη δυνατότητα μιας “real-time” εμπειρίας χρήστη, όπου ο επισκέπτης μοιράζεται μέσα από διαδικτυακές εφαρμογές

κοινωνικής δικτύωσης την εμπειρία του σε πραγματικό χρόνο, συμβάλλοντας έτσι πιο δυναμικά στην προσέλκυση ενδιαφέροντος και εν τέλει στην αύξηση της επισκεψιμότητας (Koutsomitropoulos, 2019; Lukosch, 2015).

### 2.1.2 Εικονική πραγματικότητα

Η εικονική πραγματικότητα (Virtual Reality - VR) βασίζεται στην χρήση τεχνολογικών μέσων για τη δημιουργία ενός τεχνητού, διαδραστικού περιβάλλοντος το οποίο ο άνθρωπος το αντιλαμβάνεται ως πραγματικό. Όλες οι αισθήσεις του χρήστη μεταφέρονται επομένως στον εικονικό κόσμο, ενώ η διάδρασή του τροποποιεί σε πραγματικό χρόνο το περιβάλλον, όπως θα συνέβαινε και στον πραγματικό κόσμο.

Μία από τις πολύ εξελιγμένες μορφές ψηφιακών αντικειμένων πολιτιστικής κληρονομιάς, είναι τα «εικονικά περιβάλλοντα» (virtual environments), που δημιουργούνται με μεθόδους «εικονικής πραγματικότητας» και αναπαριστούν ψηφιακά σε τρεις διαστάσεις τη μορφή που είχαν παλαιότερα διάφοροι αρχαιολογικοί χώροι ή εκθέματα που διασώζονται ελάχιστα ή καθόλου (Sideris et al, 2004; Burdea et al, 2003; Hill, 2005). Ο χρήστης μπορεί να περιηγηθεί εικονικά στην ηλεκτρονική αναπαράσταση και να δει εικόνες από διάφορες οπτικές.



Συσκευές επαυξημένης πραγματικότητας  
(πηγή: <https://www.augmented-minds.com/en/augmented-reality/ar-hardware-devices/>)

Σήμερα, οι εφαρμογές στο χώρο της Πολιτιστικής Κληρονομιάς που κάνουν χρήση των τεχνολογιών AR/VR ενσωματώνουν συνήθως και άλλες μεθόδους και τεχνολογίες αιχμής, στοχεύοντας στη βελτίωση της πολιτιστικής εμπειρίας, όπως η επίγνωση πλαισίου (context-awareness), για να παρέχουν πληροφορία που σχετίζεται άμεσα με την τρέχουσα κατάσταση και δραστηριότητα του επισκέπτη, η εξατομίκευση (personalization) για το φιλτράρισμα της πληροφορίας με βάση τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες του επισκέπτη, τα ανοιχτά διασυνδεδεμένα δεδομένα (linked open data) για δυναμική διασύνδεση χρηστών με απομακρυσμένα αποθετήρια πολιτιστικών/ιστορικών δεδομένων, καθώς και τυποποιημένες οντολογίες και λεξικά για την οργάνωση, εννοιολογική αποσαφήνιση και σημασιολογική διασύνδεση της παρεχόμενης πληροφορίας. Ταυτόχρονα, έχουν καταγραφεί εφαρμογές AR ποικίλου τύπου και σκοπού, όπως εφαρμογές ψηφιακής αφήγησης, κινητοί εικονικοί ξεναγοί, “σοβαρά” παιχνίδια (serious games) πολιτιστικού περιεχομένου, εφαρμογές συντήρησης / αποκατάστασης κ.α.

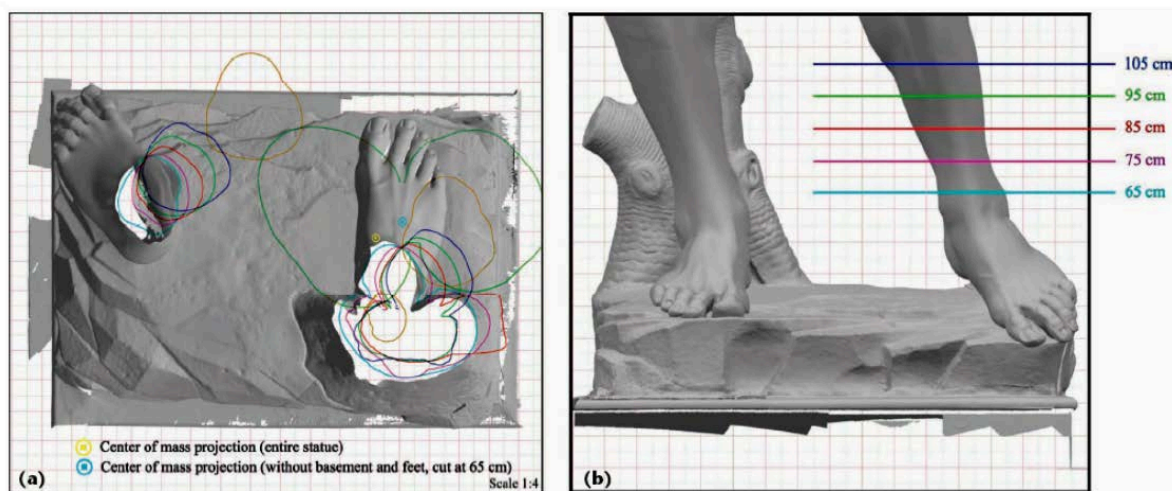


Εφαρμογή ξενάγησης στη Βαρκελώνη με σχολιασμό χρηστών στα σημεία ενδιαφέροντος  
(Garau, 2014)

### 2.1.3 Τρισδιάστατη ψηφιακή αναπαράσταση χώρων και αντικειμένων

Στην διαδικασία της τεκμηρίωσης αντικειμένων μουσειακών συλλογών ή ευρημάτων ανασκαφής, η τρισδιάστατη ψηφιακή απεικόνιση των αντικειμένων μπορεί να αποτελέσει άλλη μια πηγή χρήσιμης πληροφορίας, συμπληρώνοντας το κείμενο περιγραφής και τις φωτογραφίες του κάθε αντικειμένου. Το τρισδιάστατο μοντέλο ενός αρχαιολογικού ευρήματος θα μπορούσε να συνδυαστεί με την τρισδιάστατη αναπαράσταση του χώρου ανασκαφής και μέσω αυτής με τα άλλα ευρήματα που βρέθηκαν στον ίδιο χώρο, μια οπτική διασύνδεση πληροφοριών πολύ χρήσιμη για τους ερευνητές που καλούνται να ερμηνεύσουν τη σημασία του περιβάλλοντος ενός μουσειακού αντικειμένου (Barceló, 2002).

Έπειτα, κατά τη διαδικασία συντήρησης αντικειμένων, το ψηφιακό αντικείμενο μπορεί να αξιοποιηθεί ως εργαλείο μετρήσεων διάφορων δυνάμεων που επιδρούν στο αντικείμενο και να αποφασιστεί ο καλύτερος τρόπος μεταχείρισής του. Το τρισδιάστατο ψηφιακό αντικείμενο μπορεί, επίσης, να γίνει το μέσο απεικόνισης των διαφορετικών σταδίων της συντήρησης. Το ίδιο εργαλείο οπτικοποίησης του αντικειμένου θα μπορούσε να συνδέει το μοντέλο με διαφορετικού τύπου πληροφορίες σημαντικές για τη συντήρηση.



Εικ. 2.2 Οπτικοποίηση της προβολής του κέντρου βάρους του αγάλματος του Δαβίδ: υπολογισμένο μαζί με τη βάση (κίτρινη κουκκίδα) χωρίς τη βάση και κόβοντας τα πόδια κάτω από τα 65 εκ. (γαλάζια κουκκίδα), όπως φαίνεται στη διπλανή εικόνα, ενώ τα περιγράμματα τομών στα ύψη που φαίνονται δεξιά με διαφορετικά χρώματα απεικονίζονται αριστερά με τα ίδια χρώματα (Callieri, 2004).

Η τρισδιάστατη ψηφιακή αναπαράσταση μπορεί να βρει εφαρμογές σε πολλούς τομείς της διαχείρισης πολιτισμικής κληρονομιάς. Μπορεί να παρέχει πληρέστερη καταγραφή

ιστορικών αντικειμένων και χώρων, αλλά και τεκμηρίωση των σταδίων μιας ανασκαφής ή των διαδικασιών συντήρησης αντικειμένων. Μπορεί να βοηθήσει στη διαδικασία ανάλυσης και ερμηνείας των τεκμηρίων, αναδεικνύοντας λεπτομέρειες και οπτικοποιώντας σχέσεις και υποθέσεις. Τέλος, μπορεί να ενισχύσει τον τομέα προώθησης πολιτισμικού περιεχομένου και εκπαίδευσης, με νέα ενδιαφέροντα μέσα προβολής και διάδρασης με την ιστορία.

## **2.2 Τεχνολογίες διαχείρισης πληροφορίας - καταγραφή και ανάλυση**

Τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί και φορείς επιδιώκουν τα ψηφιακά τεκμήρια που φιλοξενούν να διατίθενται με τρόπο άμεσο στο κοινό μέσω του Διαδικτύου, καθώς και να δημιουργούν διασυνδέσεις μεταξύ απομακρυσμένων δεδομένων τεκμηρίωσης (και των πηγών τους) τα οποία σχετίζονται μεταξύ τους θεματικά ή/και όσον αφορά στην προέλευσή τους (British Museum 2017, Research Space 2017).

### **2.2.1 Σημασιολογικός Ιστός (Semantic Web)**

Ο Σημασιολογικός Ιστός (Semantic Web) σηματοδοτεί την εξέλιξη των πληροφοριακών συστημάτων πολιτιστικής διαχείρισης, επιτρέποντας και ενθαρρύνοντας την ανάπτυξη νέων μοντέλων οργάνωσης και δόμησης των πολιτιστικών δεδομένων και μεταδεδομένων, τα οποία (μοντέλα) είναι προσανατολισμένα στην κωδικοποίηση και ανάλυση σημασιολογικών συσχετίσεων μεταξύ των ψηφιακά αποθηκευμένων τεκμηρίων. Με αυτήν την έννοια, γίνεται αντιληπτό ότι η Πολιτισμική Κληρονομιά αναδεικνύεται ως ένας πολλά υποσχόμενος τομέας εφαρμογής τεχνολογιών Σημασιολογικού Ιστού (RDF σχημάτων, OWL οντολογιών, SWRL κανόνων, SPARQL επερωτήσεων), ειδικά αν αναλογιστεί κανείς τον σημασιολογικό πλούτο και την ετερογένεια του πολιτιστικού αποθέματος (Koutsomitropoulos, 2019; Guney, 2014).

Οι έως τώρα σχετικές προσεγγίσεις οργανώνουν και διαχειρίζονται σε σημασιολογικό επίπεδο πολιτιστική πληροφορία ποικίλης μορφής, χρησιμοποιώντας και συνδυάζοντας, ανάλογα με τις απαιτήσεις της εκάστοτε περίπτωσης, διαφορετικές μεθόδους και τεχνολογίες που διαθέτει η εργαλειοθήκη του Σημασιολογικού Ιστού, όπως πρότυπα και

σχήματα μεταδεδομένων (metadata schemata), θησαυρούς όρων (thesauri) και δομημένα λεξιλόγια, ταξινομικά μοντέλα, οντολογίες Ιστού (web ontologies) και ανοιχτά διασυνδεδεμένα δεδομένα (linked open data), με απώτερο στόχο την επίτευξη διαλειτουργικότητας και την επαναχρησιμοποίηση των δεδομένων (Boer, 2012; Felicetti, 2013). Οι οντολογίες Ιστού, διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στην επίτευξη σημασιολογικής διαλειτουργικότητας μεταξύ διαφορετικών συστημάτων αλλά και γνωστικών πεδίων, αφ' ης στιγμής αναλαμβάνουν τη σημασιολογική αποσαφήνιση και πιθανώς αντιστοίχιση των εμπλεκόμενων εννοιών/οντοτήτων.

### **2.2.2 Ανοικτά διασυνδεδεμένα δεδομένα (Linked Open Data)**

Από την άλλη πλευρά, τα διασυνδεδεμένα δεδομένα χρησιμοποιούν την υποδομή του Παγκόσμιου Ιστού για να δημοσιεύσουν και να διασυνδέσουν σύνολα δεδομένων, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να μελετηθούν και να αξιοποιηθούν ως ένα ενιαίο σύνολο από εφαρμογές που έχουν πρόσβαση σε αυτά (Boer, 2012; Aydin, 2013). Επιπλέον, έχουν καταγραφεί ενδιαφέρουσες προσπάθειες διασύνδεσης γνώσης στον τομέα του Πολιτισμού με γεωδεδομένα σύγχρονων πηγών (Guney, 2014; Hernandez, 2008) ή ακόμη και ιστορικών πηγών (Lana, 2016), δια μέσου της ανάπτυξης οντολογιών Ιστού ή και ολοκληρωμένων εφαρμογών.

Τα τελευταία χρόνια πολλά από τα ιδρύματα πολιτιστικής κληρονομιάς στο κόσμο (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, βιβλιοθήκες ) έχουν ήδη μεταφέρει τις πληροφορίες και τις περιγραφές των αντικειμένων που διαθέτουν στο διαδίκτυο, δημιουργώντας έτσι βάσεις πολιτιστικών δεδομένων υπό την μορφή μεταδεδομένων (δηλαδή δεδομένα που περιγράφουν ή δομούν άλλα δεδομένα). Μία από τις μεγαλύτερες ψηφιακές πλατφόρμες μεταδεδομένων της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι η Europeana2. Χρησιμοποιώντας μια δική της μέθοδο αναπαράστασης δεδομένων, την Europeana Data Model (EDM), δίνει πρόσβαση σε πολιτιστικά δεδομένα από όλη την Ευρώπη συνδέοντάς τα σε μια ενιαία πλατφόρμα, μια «ευρωπαϊκή ψηφιακή πολιτιστική βιβλιοθήκη». Οι πηγές της πλατφόρμας αυτής είναι διασυνδεδεμένα δεδομένα από πολιτιστικά τεκμήρια της Ευρώπης που επιτρέπουν στους χρήστες να τα αναζητούν και να παίρνουν πληροφορίες για αυτά μέσω

---

<sup>2</sup> <https://www.europeana.eu/el>

Παρόλο που γίνονται ήδη αρκετές προσπάθειες για τη δημιουργία δεδομένων πολιτιστικής κληρονομιάς με σκοπό την μελλοντική ένταξή τους στον Σημαιολογικό Ιστό, υπάρχουν ακόμα κάποια προβλήματα που θα πρέπει να λυθούν. Και αυτό γιατί τα πολιτιστικά δεδομένα από όλο τον κόσμο παρουσιάζουν πολλές και μεγάλες διαφορές. Αρχικά, οι περιγραφές των δεδομένων μπορεί να έχουν διαφορετικές μορφές (φωτογραφίες, κείμενο, ήχοι) ενώ καλύπτουν και ξεχωριστά θέματα (τέχνη, ιστορία, παράδοση). Επίσης υπάρχουν πολλές διαφορές σε θέματα γλώσσας, κουλτούρας και θρησκείας, ενώ απευθύνονται και σε διαφορετικές κατηγορίες κοινού. Όλα τα παραπάνω δυσκολεύουν την επίτευξη διαλειτουργικότητας των πολιτιστικών δεδομένων καθώς θα πρέπει όλα τα δεδομένα να είναι προσβάσιμα και κατανοητά από όλους τους χρήστες (ανθρώπους και μηχανές όσον αφορά τον Σημαιολογικό Ιστό).

## 2.3 Ενσωμάτωση τεχνολογικών προσεγγίσεων

Σήμερα, οι εφαρμογές στο χώρο της Πολιτιστικής Κληρονομιάς που κάνουν χρήση της τεχνολογίας AR ενσωματώνουν συνήθως και άλλες μεθόδους και τεχνολογίες αιχμής, στοχεύοντας στη βελτίωση της πολιτιστικής εμπειρίας, όπως η επίγνωση πλαισίου (context-awareness), για να παρέχουν πληροφορία που σχετίζεται άμεσα με την τρέχουσα κατάσταση και δραστηριότητα του επισκέπτη, η εξατομίκευση (personalization) για το φιλτράρισμα της πληροφορίας με βάση τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες του, τα ανοιχτά διασυνδεδεμένα δεδομένα (linked open data) για δυναμική διασύνδεση χρηστών με απομακρυσμένα αποθετήρια πολιτιστικών/ιστορικών δεδομένων, καθώς και τυποποιημένες οντολογίες και λεξικά για την οργάνωση, εννοιολογική αποσαφήνιση και σημαιολογική διασύνδεση της παρεχόμενης πληροφορίας. Ταυτόχρονα, έχουν καταγραφεί εφαρμογές AR ποικίλου τύπου και σκοπού, όπως εφαρμογές ψηφιακής αφήγησης, κινητοί εικονικοί ξεναγοί, “σοβαρά” παιχνίδια (serious games) πολιτιστικού περιεχομένου, εφαρμογές συντήρησης/αποκατάστασης κ.α.

Τα τελευταία χρόνια έχουν ξεκινήσει αρκετές προσπάθειες ανάπτυξης καινοτόμων ψηφιακών εφαρμογών με στόχο τη ευρύτερη ανάδειξη και προβολή εναλλακτικών δρώμενων πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι

ψηφιακοί “ξεναγοί” πολλών ευρωπαϊκών πόλεων. Αξιοποιώντας τις προαναφερθείσες τεχνολογίες, οι ψηφιακοί “ξεναγοί” προσφέρουν στον επισκέπτη νέες μορφές ξενάγησης και πολιτιστικής εμπειρίας. Πόλεις όπως η Βαρκελώνη, η Μασσαλία και η Κάλιαρι έχουν υλοποιήσει εικονικούς “ξεναγούς” οι οποίοι βοηθούν τον επισκέπτη να περιηγηθεί στα αξιοθέατα και να αποκτήσει πρόσβαση σε πληροφορίες και πολυμέσα μέσω smartphone, παρουσιάζοντας με αυτό τον τρόπο μια ολοκληρωμένη εμπειρία περιήγησης στη πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής. Τεχνολογίες όπως η επαυξημένη πραγματικότητα και τεχνικές αξιολόγησης της εμπειρίας χρήστη ενσωματώνονται στις προσφερόμενες εφαρμογές ώστε να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό και καινοτόμο πακέτο ξενάγησης που θα αναδείξει τον πολιτιστικό πλούτο του εκάστοτε προορισμού (Garau, 2014).

Τα μέσα και τα εργαλεία με τα οποία μπορεί να αναδειχθεί ο πολιτισμός ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού οικουμενικής και διαχρονικής σημασίας δεν θα μπορούσαν να μη συμπεριλαμβάνουν σύγχρονες τεχνολογίες και ψηφιακά εργαλεία, με τα οποία ο μέσος χρήστης πλέον όχι μόνο είναι πλήρως εξοικειωμένος αλλά πολλές φορές αναμένει και απαιτεί την αξιοποίησή τους σε εφαρμογές πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Τεχνολογίες όπως η επαυξημένη/μεικτή πραγματικότητα (augmented/mixed reality), η ξενάγηση μέσω της ψηφιακής αφήγησης (digital storytelling) και η προσωποποίηση πληροφορίας (personalization) χρησιμοποιούνται ήδη κατά κόρον στην ανάπτυξη τουριστικών εφαρμογών, και αποτελούν ένα σημαντικό βήμα προς την αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό της πολιτιστικής εμπειρίας χρήστη. Επίσης, μία ακόμα λειτουργία που ενσωματώνουν οι σύγχρονες τουριστικές εφαρμογές είναι η δυνατότητα διαμοιρασμού της πολιτισμικής εμπειρίας του χρήστη στα κοινωνικά δίκτυα (π.χ., σχόλια και φωτογραφίες για συγκεκριμένους χώρους του μνημείου, προτεινόμενες διαδρομές κατά την ξενάγηση από τους χρήστες κ.α.), με αποτέλεσμα τόσο την συνεργασία και αλληλεπίδραση χρηστών με τα ίδια ενδιαφέροντα μέσω της εφαρμογής ή των κοινωνικών δικτύων, όσο και την ανάδειξη της ίδιας της τουριστικής εφαρμογής και των δυνατοτήτων της.



# Κεφάλαιο 3

## 3. Πλατφόρμες και εφαρμογές πολιτιστικής περιήγησης

### 3.1 Εισαγωγή

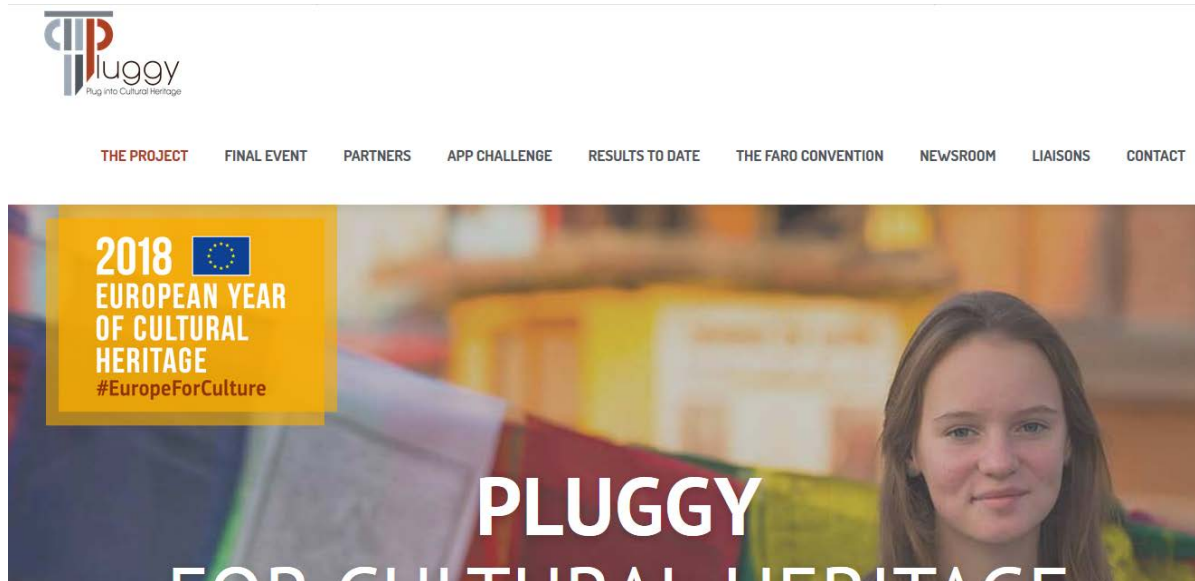
Οι εφαρμογές, τα λογισμικά και οι πλατφόρμες που διατίθενται στο διαδίκτυο και αφορούν τις πολιτιστικές διαδρομές μπορούν να έχουν εφαρμογή τόσο στην εκπαίδευση όσο και σε χώρους πολιτισμού αλλά και στον τομέα της διαφήμισης, της προώθησης προϊόντων, των παρουσιάσεων σε εργασιακούς και ακαδημαϊκούς χώρους. Οι πιστοποιημένες πολιτιστικές διαδρομές από το Πρόγραμμα Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών διαδρομών (Cultural Routes of the Council of Europe) ανέρχονται περίπου στις 33 και χαρακτηρίζονται από θεματική ποικιλομορφία και γεωγραφική διασπορά. Μεταξύ αυτών οι Δρόμοι των Προσκυνητών του Santiago de Compostela (1987), οι Χανσεατικές Πόλεις (1991), οι Δρόμοι των Βίκινγκς (1993), ο Δρόμος των Φράγκων (1994), οι Δρόμοι της Ανδαλουσίας (1997), ο δρόμος των Φοινίκων (2003), η Ευρωπαϊκή Διαδρομή Εβραϊκής κληρονομιάς (2004), οι Δρόμοι της Ελιάς (2005), οι Δρόμοι του Κρασιού (2009), η Ευρωπαϊκή Διαδρομή Μεγαλιθικού πολιτισμού (2013) κ.α<sup>3</sup>. Οι Δρόμοι της Ελιάς αποτελούν την μοναδική μέχρι σήμερα ελληνική πρωτοβουλία πολιτιστικής διαδρομής στο συγκεκριμένο πρόγραμμα. Παρακάτω εξετάζονται οι σημαντικότερες και πιο διαδεδομένες από αυτές τις προσπάθειες, δίνοντας έμφαση αφενός στις δυνατότητες που παρέχουν όσον αφορά στην απεικόνιση ή/και δημιουργία πολιτιστικών περιηγήσεων, και αφετέρου στις περιπτώσεις εφαρμογής τους από πολιτιστικούς φορείς και ιδρύματα ανά τον κόσμο.

---

<sup>3</sup> <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme>

## 3.2 Εφαρμογές πολιτιστικών διαδρομών

**Pluggy<sup>4</sup>:** Πλατφόρμα διαχείρισης πολιτισμικών δεδομένων είναι το PLUGGY (Pluggable Social Platform for Heritage Awareness and Participation). Σκοπός της πλατφόρμας PLUGGY είναι η ανάδειξη της τοπικής και εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και η διασύνδεσή μεταξύ πολιτιστικών δεδομένων, προσφέροντας στους χρήστες υπηρεσίες επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης σε θέματα πολιτισμού.



Κεντρική σελίδα της πολιτιστικής πλατφόρμας Pluggy

Μέσω του PLUGGY, οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται τις πολιτιστικές εμπειρίες τους και τη γνώση τους για τον πολιτισμό του τόπου τους, συνεισφέροντας ουσιαστικά στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ευρώπης. Με αυτόν τον τρόπο το PLUGGY δίνει τη δυνατότητα στους Ευρωπαίους πολίτες, ακόμα και στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιφέρειες, να συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που σχετίζονται με την τοπική πολιτιστική κληρονομιά, διευκολύνοντας ταυτόχρονα την επαφή τους με την παραγωγή πολιτιστικού περιεχομένου σε ευρωπαϊκό αλλά και διεθνές επίπεδο. Μέσα από τη συνεργασία και την αλληλεπίδραση τους, οι χρήστες της πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης του PLUGGY θα είναι σε θέση να αναπτύξουν μια κοινή πολιτιστική και

<sup>4</sup> <https://www.pluggy-project.eu/>

πνευματική κληρονομιά και να συμμετέχουν στη διαμόρφωση ενός συνολικού ευρωπαϊκού πολιτιστικού τοπίου.

Ήδη, έχουν αναπτυχθεί πολλές εφαρμογές οι οποίες και αναδεικνύουν μέσα από διαφορετικές προσεγγίσεις το περιεχόμενο της εν λόγω πλατφόρμας. Για παράδειγμα, η εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality) του PLUGGY περιλαμβάνει εικονικά μοντέλα και επικαλυπτόμενες πληροφορίες, κατάλληλες για μουσεία σε εξωτερικούς και εσωτερικούς χώρους. Πρόσθετες εφαρμογές ενημερώνουν τον χρήστη για σημεία ενδιαφέροντος γύρω του με βάση την εκάστοτε θέση του στον χώρο, ενώ άλλες περιλαμβάνουν ηχητικές περιηγήσεις που εμπλουτίζουν την πολιτιστική εμπειρία του.

**Historypin<sup>5</sup>:** Η πλατφόρμα Historypin είναι μια ακόμη διαδικτυακή πλατφόρμα πολιτιστικού περιεχομένου, η οποία βοηθά στη συλλογή αναμνήσεων για τοποθεσίες, μέσω της ψηφιοποίησης παλαιών φωτογραφιών. Συνδυάζοντας μοντέρνες εικόνες και ψηφιοποιημένες παλιές φωτογραφίες, η εφαρμογή δημιουργεί μια συλλογή αναμνήσεων που αφορούν σε τοποθεσίες, «ταξιδεύοντας» τον χρήστη στο παρελθόν μέσω της αναβίωσης προσωπικών αναμνήσεων. Με τη βοήθεια της τεχνολογίας GPS για εύρεση περιεχομένου, οι χρήστες μπορούν να πλοηγηθούν σε οποιοδήποτε σημείο του χάρτη.



Κεντρική σελίδα της πολιτιστικής πλατφόρμας Historypin

<sup>5</sup> <https://www.historypin.org/en/>

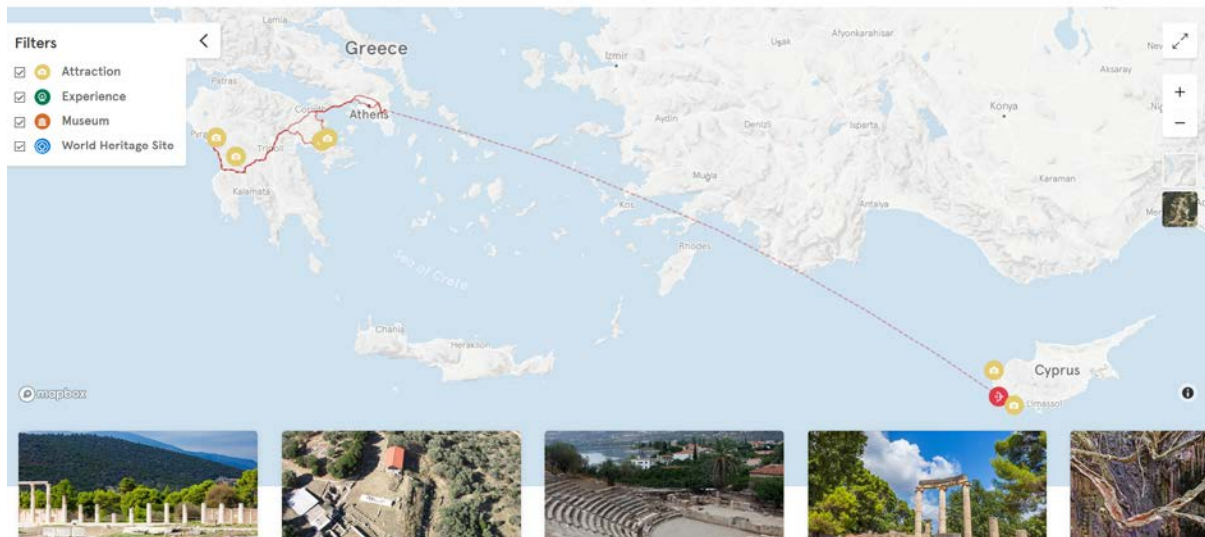
Τα αποτελέσματα μπορούν να φιλτραριστούν κατά ημερομηνία, από το 1840 (η περίοδος που χρονολογούνται οι παλαιότερες φωτογραφίες) μέχρι σήμερα. Η εφαρμογή χρησιμοποιεί μια κάμερα επαυξημένης πραγματικότητας που “τοποθετεί” ιστορικές εικόνες που φιλοξενούνται στη βάση δεδομένων πάνω στο τοπίο που κινηματογραφείται κάθε στιγμή. Επιπλέον, η πλατφόρμα παρέχει στον χρήστη δυνατότητες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το να σχολιάζει τις “ανεβασμένες” φωτογραφίες και να κοινοποιεί τις δικές του εμπειρίες σε ιστορικές τοποθεσίες, οι οποίες απεικονίζονται συνολικά σε έναν πολιτιστικό χάρτη κοινής πρόσβασης.

**World Heritage Journeys<sup>6</sup>:** Παρομοίως, η πλατφόρμα World Heritage Journeys in Europe της Unesco για τα πολιτιστικά μνημεία της Ευρώπης προτείνει στους χρήστες της πολιτιστικούς προορισμούς σε όλη την Ευρώπη καθώς και προτεινόμενες διαδρομές, ενώ τους βοηθά να προγραμματίσουν το ταξίδι τους παρέχοντας πληροφορίες για την ευρύτερη περιοχή του μνημείου. Τα μνημεία που φιλοξενεί χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες, οι οποίες αντιστοιχούν σε διαφορετικά προφίλ τουριστικής επίσκεψης: Αρχαία Ευρώπη, Ρομαντική Ευρώπη, Αρχοντική Ευρώπη και Υπόγεια Ευρώπη. Για κάθε κατηγορία, η πλατφόρμα προβάλλει τα πιο σημαντικά μνημεία στην Ευρώπη, δίνει οδηγίες για την πρόσβαση αλλά και για κοντινά σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος, ενώ παρέχει και πλούσιο φωτογραφικό υλικό. Μια βασική διαφορά της εν λόγω πλατφόρμας από τις προαναφερθείσες είναι ότι προτείνει στους χρήστες ακριβώς το δρομολόγιο που θα μπορούσαν να ακολουθήσουν (προορισμός ανά ημέρα, κτλ.), παρέχοντας λεπτομέρειες συνολικά για τη διαδρομή καθώς και για ενδιάμεσα σημεία ενδιαφέροντος.

---

<sup>6</sup> <https://visitworldheritage.com/en/eu>

## Itinerary Map



Κεντρική σελίδα της πολιτιστικής πλατφόρμας World Heritage Journeys in Europe

Η πλατφόρμα **Wikiloc**<sup>7</sup> - Διαδρομές του Κόσμου προτείνει στους χρήστες διαδρομές στη φύση (ποδηλασία, ορειβασία, ιστιοπλοΐα κτλ.) σε όλο το κόσμο. Οι επισκέπτες της πλατφόρμας έχουν τη δυνατότητα να δουν αυτές τις διαδρομές στον χάρτη, να τις ταξινομήσουν ανάλογα με τη δυσκολία, τη διάρκεια και την έκταση, να δουν σχόλια και βαθμολογία από άλλους χρήστες καθώς και χαρακτηριστικές φωτογραφίες από τη διαδρομή. Επίσης, μπορούν να προτείνουν και να δημιουργήσουν τις δικές τους διαδρομές και να τις μοιραστούν με τους υπόλοιπους χρήστες της πλατφόρμας.

---

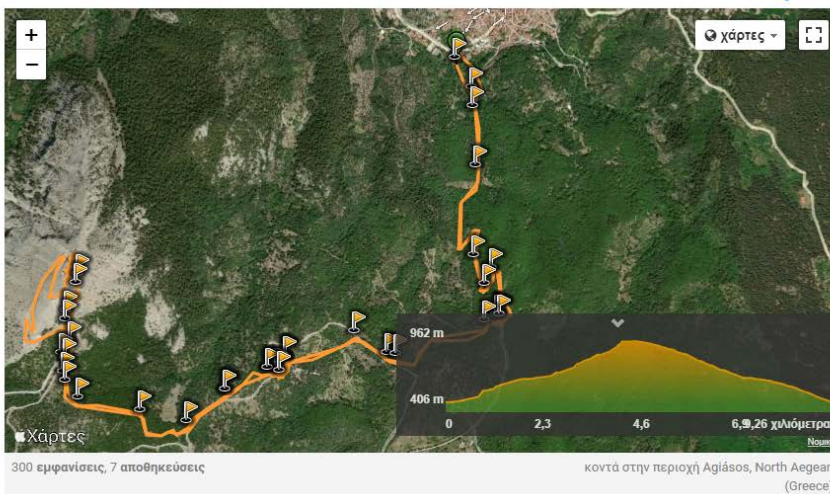
<sup>7</sup> <https://el.wikiloc.com/>



ορειβασία (ορειβασία διαδρομές Greece → North Aegean → Agíasos)

Agíasos - Olimpos Zirve 54

Share



Αποθήκευση

I've done this trail

→ 9,26 χιλιόμετρα

↻ Ναι

↗ 558 m

↘ 558 m

↑ 962 m

↓ 406 m

Μέτριο



View more photos...

## Wikiloc - Διαδρομές στη φύση σε όλο το κόσμο

**Πολιτιστική Διαδρομή στα Αρχαία Θέατρα της Ηπείρου:** Τα «Θέατρα της Ηπείρου<sup>8</sup>» είναι μια πολιτιστική διαδρομή που υπόσχεται πολλά ταξίδια μαζί, στο χώρο, στο χρόνο, στον κόσμο των πέντε αισθήσεων. Πέντε αρχαιολογικοί χώροι, και τα θέατρα τους, είναι οι κεντρικοί σταθμοί, οι βάσεις εκκίνησης για να συλλέξει και να συνθέσει ο καθένας τις εμπειρίες που τον εμπνέουν και τον ενδιαφέρουν. Όλα είναι εδώ: γοητευτικά μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι με εξαιρετικά ενδιαφέροντα ιστορία, αρχιτεκτονικά, βιοτεχνικά αλλά και γευστικά δείγματα μιας πανάρχαιας ξεχωριστής παράδοσης, η απίστευτη φύση της Ηπείρου. Τα «Θέατρα της Ηπείρου» αποτελούν κομμάτι της πρότασης του «Διαζώματος<sup>9</sup>» και στοχεύουν στην οργάνωση σε ένα πρώτο πιλοτικό στάδιο μιας πολιτιστικής διαδρομής, που σαν κοινό στοιχείο τους έχουν τους αρχαίους χώρους θέασης και ακρόασης της Ηπείρου, με στόχο να λειτουργήσει αυτή η διαδρομή ως πρότυπο και για άλλες διαδρομές σε άλλες περιοχές της Ελλάδος.

<sup>8</sup> <https://ancienttheatersofepirus.gr/>

<sup>9</sup> [http://www.diazoma.gr/200-Stuff-04-Press 2013/DTM 843 Article.pdf](http://www.diazoma.gr/200-Stuff-04-Press%202013/DTM%20843%20Article.pdf)



Θέατρο Γιτάνων



Θέατρο Αμβρακίας



Θέατρο Κασσώπης



Θέατρο Νικόπολης



Θέατρο Δωδώνης



## Αρχαία θέατρα της Ηπείρου

**Religious Greece<sup>10</sup>:** Ακολουθώντας την ιστορική και πολιτιστική διαδρομή του Χριστιανισμού από τη γέννησή του έως σήμερα γνωρίζουμε τον μοναδικό πλούτο της Ελλάδας. Η παραπάνω διαδικτυακή πλατφόρμα περιλαμβάνει πληροφορίες για διάφορα θρησκευτικά μνημεία στην Ελλάδα. Για κάθε μνημείο που υπάρχει διαθέσιμο στο ψηφιακό χάρτη της πλατφόρμας, ο χρήστης έχει πρόσβαση σε πλούσιο πολυμεσικό υλικό όπως 3D ψηφιακές αναπαραστάσεις των μνημείων, πανοραμικές φωτογραφίες, 360° βίντεο, και εικονικές περιηγήσεις.

## Δραστηριότητες & Εμπειρίες

*Μακραίωνες παραδόσεις διατηρούνται αναλλοίωτες μέσα από γιορτές και πανηγύρια, δημιουργώντας αξέχαστες εμπειρίες καθ'όλη τη διάρκεια του έτους, σε κάθε γωνιά της Ελλάδας.*



Γιαννιώτικες Γεύσεις

Είναι πασίγνωστα τα τοπικά εδέσματα της...



Ρουκετοπόλεμος

Ο ρουκετοπόλεμος, το γνωστό έθιμο του χωριού...



Περίπατος στον Εθνικό Κήπο

Ο Εθνικός Κήπος, η μεγαλύτερη καταπράσινη όαση...



Στα σοκάκια της Πλάκας

Η «συνοικία των θεών», η Πλάκα, είναι...

## Religious Greece

<sup>10</sup> <http://www.religiousgreece.gr/>

**Clio Muse<sup>11</sup>:** Αποτελεί μία διαδραστική εφαρμογή ξενάγησης που μοιράζεται μοναδικές και ενδιαφέρουσες ιστορίες για επιλεγμένα εκθέματα, με εμφανή τη χρονική διάρκεια. Τα πολιτιστικά ιδρύματα έχουν τη δυνατότητα να επεξεργαστούν τα στατιστικά στοιχεία που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση των χρηστών με τα εκθέματα, να τα αξιολογήσουν και να σχεδιάσουν επιπλέον δράσεις σύμφωνα με αυτά. Οι εκθέτες μπορούν να διαχειρίζονται το περιεχόμενο που βρίσκεται στην εφαρμογή μόνοι τους. Τέλος, μπορούν να οργανώνουν πρόσθετες δράσεις και να ξανακαλούν τους επισκέπτες τους δημοσιεύοντας νέες ιστορίες με βάση την αλληλεπίδραση με την εφαρμογή.



Clio Muse Project

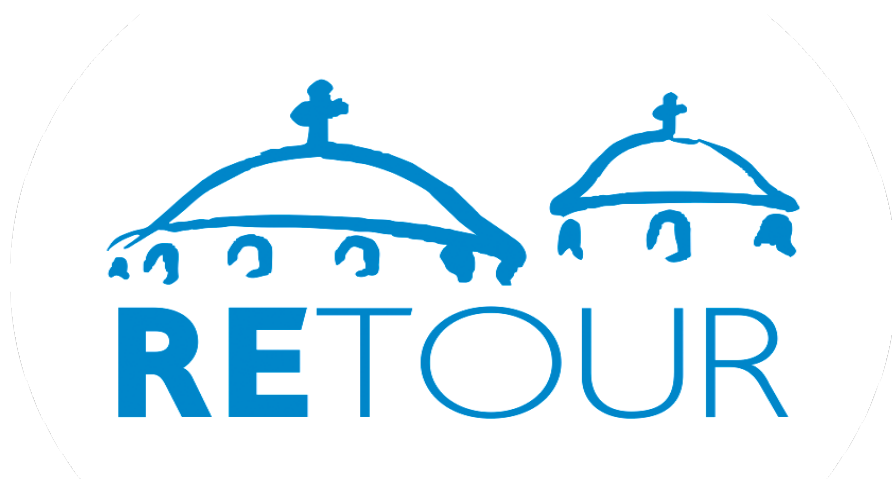
**Re-Tour:** Το έργο RE-TOUR<sup>12</sup> σχετίζεται με τον θρησκευτικό τουρισμό και αφορά στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου αναπτυξιακού πακέτου συμβουλευτικών – προωθητικών υπηρεσιών και υπηρεσιών «πιστοποίησης» (branding) το οποίο θα παρέχει τη δυνατότητα στους δυνητικούς πελάτες (με διαφοροποιημένο βαθμό συμβουλευτικής υποστήριξης) να εκπονήσουν και υλοποιήσουν ένα απόλυτα συγκεκριμένο σχέδιο προώθησης, προβολής,

<sup>11</sup> <https://cliomusetours.com/>

<sup>12</sup> <http://retour.gr/>



ανάδειξης, αξιοποίησης και ενοποίησης των θρησκευτικών μνημείων της περιοχής τους ανεξάρτητα από την χωροθέτηση της. Οι υπηρεσίες του RE-TOUR δεν αφορούν μόνο στην ανάδειξη συγκεκριμένων μνημείων ή διαδρομών αλλά δημιουργούν ένα ολιστικό και ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο τοπικής ανάπτυξης το οποίο συνδέεται τόσο με πρωτοβουλίες παραδοσιακής όσο και κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Το μοντέλο τοπικής ανάπτυξης με άξονα τον Θρησκευτικό Τουρισμό που το RE-TOUR υπηρετεί, βασίζεται στο συμμετοχικό σχεδιασμό και στην κινητοποίηση – ενεργοποίηση του συνόλου της τοπικής κοινωνίας.

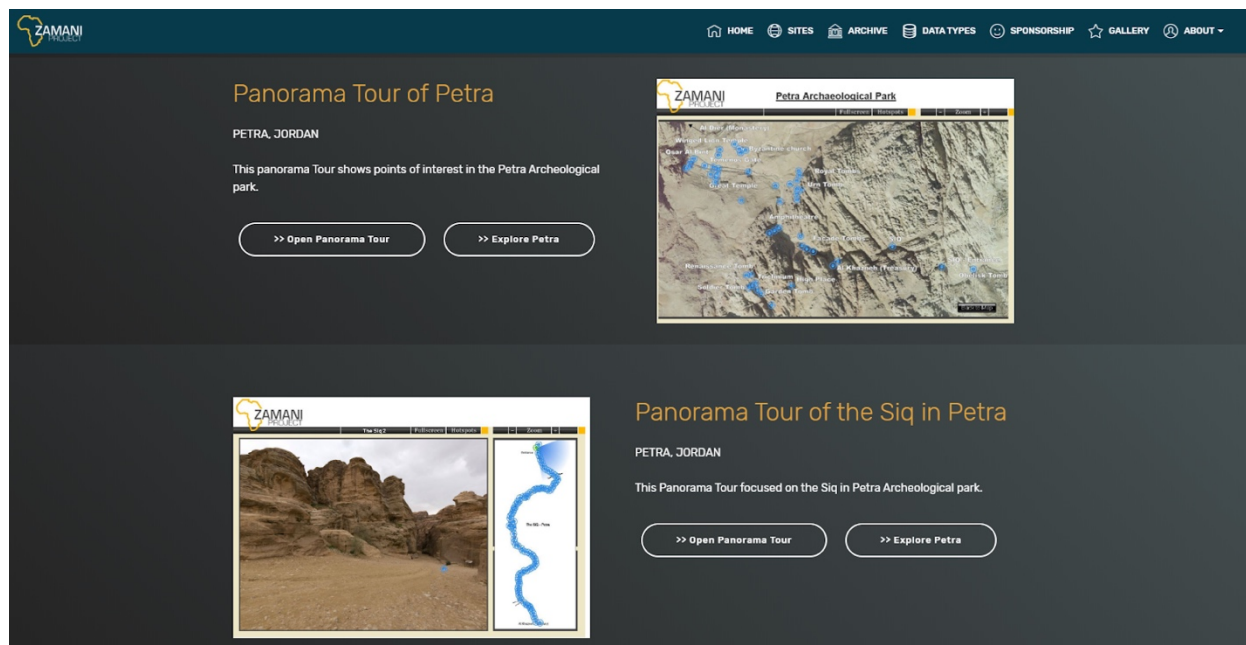


RE-Tour project's logo

Μια ακόμα περίπτωση εφαρμογής εικονικής περιήγησης σε πολιτιστικό χώρο είναι ο εικονικός “ξεναγός” στην Πέτρα της Ιορδανίας. Στο πλαίσιο του Project Zamani<sup>13</sup>, χρησιμοποιήθηκαν σύγχρονες τεχνικές ψηφιακής αποτύπωσης μνημείων (3D scanning) για να κατασκευαστούν τρισδιάστατα μοντέλα τα οποία συμπληρώνουν και “εξηγούν” την αντίληψη του χώρου στον επισκέπτη. Τα μοντέλα αυτά ενσωματώθηκαν στην εφαρμογή ψηφιακής περιήγησης, δημιουργώντας ένα διαδραστικό εικονικό τοπίο με πανοραμικές όψεις αντικειμένων και κτιρίων, χάρτες, σχέδια και άλλες πληροφορίες χωρικού περιεχομένου. Η τρισδιάστατη εικονική διαδρομή στον αρχαιολογικό χώρο της Πέτρας αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για επισκέπτες που πιθανόν να μην δύνανται να

<sup>13</sup> <https://www.zamaniproject.org/>

επισκεφθούν τον συγκεκριμένο χώρο, καθώς και για επισκέπτες που επιθυμούν να σχεδιάσουν μια μελλοντική επίσκεψη ή να “ξαναζήσουν” την πρόσφατη εμπειρία τους.



Zamani Project: Περιηγήσεις με πανοραμικές φωτογραφίες και 3D μοντέλα

Στην Ελλάδα τώρα, αρκετά έργα έχουν ως στόχο την υλοποίηση καινοτόμων ψηφιακών εφαρμογών περιήγησης για την προβολή και ανάδειξη μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, εκδηλώσεων και δρώμενων πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Για παράδειγμα, στον χώρο των Κυκλάδων πρόκειται να αναπτυχθεί μια εφαρμογή ακουστικής ξενάγησης για την προβολή του ηφαιστείου της Σαντορίνης και του νησιού της Νέας Καμένης, το οποίο έχει κηρυχθεί ως τόπος “ιστορικού και ιδιαίτερου φυσικού κάλλους”, καθώς και άλλων πολιτιστικών σημείων του νησιού. Αντίστοιχη εφαρμογή πρόκειται να αναπτυχθεί και για την ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της Κύθνου, μέσω περιήγησης στους παραδοσιακούς οικισμούς, σημεία λαογραφικού ενδιαφέροντος, καθώς και σε υπαίθρια σημεία ενδιαφέροντος σχετικά με την αγροτική οικονομία του νησιού<sup>14</sup>.

Σχετικές πλατφόρμες προτεινόμενων περιηγήσεων έχουν δημιουργηθεί και στην Κέρκυρα<sup>15</sup>, στην οποία μάλιστα οι χρήστες είναι οι βασικοί δημιουργοί των διαδρομών με

<sup>14</sup>[https://www.google.com/url?q=https://atlantea.news/psifiakes\\_efarmoges\\_gia\\_tin\\_provoli\\_tou\\_politistikou\\_kefalaiou\\_ton\\_kykladon/&sa=D&source=editors&ust=1622021213520000&usg=AOvVaw3ocQQbZaKQ-9npHjqMSVLf](https://www.google.com/url?q=https://atlantea.news/psifiakes_efarmoges_gia_tin_provoli_tou_politistikou_kefalaiou_ton_kykladon/&sa=D&source=editors&ust=1622021213520000&usg=AOvVaw3ocQQbZaKQ-9npHjqMSVLf)

<sup>15</sup> <http://corfu.nationalgallery.gr/istories-chreston>

βάση την εμπειρία τους, και μπορούν να περιλαμβάνουν προσωπικές ιστορίες, φωτογραφίες και βιωματικές αφηγήσεις με θέμα της αρεσκείας τους. Παρόμοιες πλατφόρμες προτεινόμενων διαδρομών έχουν δημιουργηθεί και για άλλους σημεία ενδιαφέροντος όπως τα αρχαία θέατρα, τα οινοποιεία<sup>16</sup> και τα αρχαία μονοπάτια<sup>17</sup>.

Τέλος, και σε τοπικό επίπεδο έχουν δημιουργηθεί μικρότερης κλίμακας εφαρμογές που στόχο έχουν να παρουσιάσουν στον επισκέπτη μια τουριστική περιοχή και να του προτείνουν διαδρομές και αξιοθέατα προς ξενάγηση (π.χ., Μνημεία Πολιτισμού στη Λάρισα<sup>18</sup>, Θεματικές Διαδρομές στην Κύπρο<sup>19</sup>, Πολιτισμικές Διαδρομές στην Ελλάδα<sup>20</sup>).

---

<sup>16</sup> <https://www.wineroads.gr/el/>

<sup>17</sup> <https://www.pathsofgreece.gr/>

<sup>18</sup> <http://www.larissa-culturestories.gr/el/mnimeia/politistikes-diadromes>

<sup>19</sup> <https://www.visitcyprus.com/index.php/el/discovercyprus/routes>

<sup>20</sup> <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/greece>

# Κεφάλαιο 4

## 4. Έρευνα βασισμένη σε συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια

### 4.1 Εισαγωγή

Η Έρευνα πραγματοποιήθηκε χρησιμοποιώντας τις μεθόδους της ανάλυσης των δεδομένων που έχουν προέλθει από δευτερογενή έρευνα, συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια τα οποία στη συνέχεια αναλύθηκαν με τη βοήθεια στατιστικών μεθόδων. Η διενέργεια εκτενούς συλλογής και επεξεργασίας πρωτογενών ερευνητικών στοιχείων (μέσω συνεντεύξεων και ερωτηματολογίων) διασφαλίζει την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων.

Για την πρωτογενή έρευνα ακολουθήθηκε η μεθοδολογία της απλής τυχαίας δειγματοληψίας, η οποία είναι ίσως η πιο γνωστή όλων των στρατηγικών δειγματοληψίας. Οι ομάδες - στόχοι στις οποίες απευθυνθήκαμε για την εξόρυξη των αποτελεσμάτων είναι διαφορετικές για τον λόγο αυτό και χρειάστηκε η αξιοποίηση διαφορετικών ερωτηματολογίων.

Πιο συγκεκριμένα, μοιράστηκαν δύο ερωτηματολόγια μέσω google drive (google form), ένα για τους τελικούς χρήστες μιας πολιτιστικής διαδρομής και ένα για τους υπεύθυνους πολιτιστικών φορέων τα οποία θα διανεμηθούν διαδικτυακά (λόγω COVID).

Οι ερωτήσεις που τίθενται είναι συγκεκριμένες και επαρκώς δομημένες ώστε να διασφαλίζεται ότι λαμβάνονται κοινές πληροφορίες για όλες τις περιπτώσεις, προκειμένου να επιτρέπονται χρήσιμες συγκρίσεις, αλλά και να παρέχεται κάποια δυνατότητα στους

συμμετέχοντες να συνεισφέρουν πρόσθετες, ίσως απροσδόκητες πληροφορίες που ήταν προηγουμένως άγνωστες στους ερευνητές.

Συχνά, διαμορφώνονται κλίμακες διαβάθμισης σε συνδυασμό με ανοιχτές ερωτήσεις, προκειμένου να καταστεί δυνατή η ακριβέστερη απάντηση.

Το ερωτηματολόγιο που συντάχθηκε επιχειρεί να εκμαιεύσει στοιχεία σχετικά με:

- Το προφίλ των επισκεπτών και το background του ταξιδιώτη
- Το κίνητρο της περιήγησης – Ειδικές προτιμήσεις
- Τον βαθμό ικανοποίησης από την περιήγηση
- Τη διαδικασία και τα μέσα περιήγησης

Το ερωτηματολόγιο των χρηστών θα περιλαμβάνει δημογραφικές ερωτήσεις (ηλικία, φύλο, εκπαίδευση κτλ.) και ερωτήσεις σχετικές με την εμπειρία του χρήστη κατά την πολιτιστική διαδρομή (πόσο συχνά ταξιδεύετε, με τι μέσο μεταφοράς, ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού, πόσο χρόνο διαθέτετε, αν έχετε κάνει κάποια πολιτιστική διαδρομή στο παρελθόν, τι ψηφιακά μέσα χρησιμοποιείτε ή θα θέλατε να έχει η διαδρομή κτλ.).

Αντίστοιχα για τους φορείς του πολιτισμού υλοποιήθηκε ένα δεύτερο ερωτηματολόγιο που θα διανεμηθεί ηλεκτρονικά στους πολιτιστικούς διαχειριστές είτε φορέων που ανήκουν στο Δίκτυο της Λεωφόρου Συγγρού, που περιλαμβάνει πολιτιστικούς και εκπαιδευτικούς φορείς ευρύτερα της Α. Συγγρού, είτε ευρύτερα πολιτιστικούς φορείς από όλη την Ελλάδα (ερωτήσεις του τύπου: τι συλλογές έχετε, ποιες είναι ψηφιοποιημένες, αν χρησιμοποιείτε ψηφιακά αποθετήρια, τι ψηφιακά μέσα χρησιμοποιείτε κατά την επίσκεψη, αν θα θέλατε να έχετε ένα ψηφιακό εργαλείο ξενάγησης και σε ποια από τις συλλογές σας κτλ.).

Στα Παραρτήματα που επισυνάπτονται στο τέλος της μεταπτυχιακής εργασίας έχουμε επισυνάψει τα δύο ερωτηματολόγια.

## **4.2 Διάχυση ερωτηματολογίων – συλλογή απαντήσεων**

Πραγματοποιήθηκαν οι παρακάτω διαδικασίες διάχυσης των ερωτηματολογίων:

- Προώθηση των ερωτηματολογίων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε συγκεκριμένη λίστα αποδεκτών.
- Με χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης πραγματοποιήθηκε διάχυση των ερωτηματολογίων (μέσω της προσωπικής μου σελίδας στο facebook).

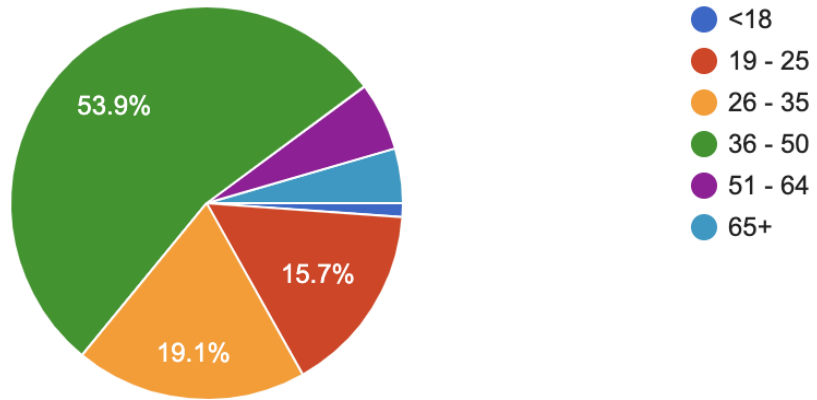
- Ενημέρωση των αποδεκτών των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων σχετικά με την έρευνα και παρακίνηση να συμπληρώσουν το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο.
- Υπενθύμιση (follow up) προς τους αποδέκτες των ερωτηματολογίων και η παρακίνησή τους προκειμένου να συμμετάσχουν στην έρευνα.
- Παρακολούθηση της εξέλιξης της συμπλήρωσης των συγκεκριμένων ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων.
- Σχετικά με τους Πολιτιστικούς φορείς, πραγματοποιήθηκε συλλογή πληροφοριών από τους παρακάτω 7 πολιτιστικούς φορείς:
  - Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών
  - Πάντειο Πανεπιστήμιο
  - Πολιτιστικό Ίδρυμα Πειραιώς
  - Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα
  - Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού
  - Ίδρυμα Γεώργιου Ζογγολόπουλου
  - Εθνικό Ιστορικό Μουσείο

### **4.3 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου χρηστών**

Με βάση τη συλλογή των ερωτηματολογίων και τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις κατηγορίες τελικών χρηστών παραθέτουμε την διαγραμματική απεικόνιση των αποτελεσμάτων, όπου στο τέλος της ενότητας υπάρχει και ο αντίστοιχος σχολιασμός ανά γράφημα:

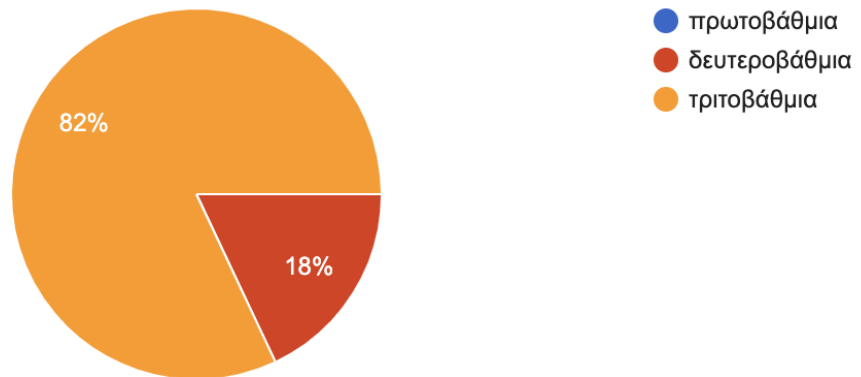
## Ηλικία

89 responses



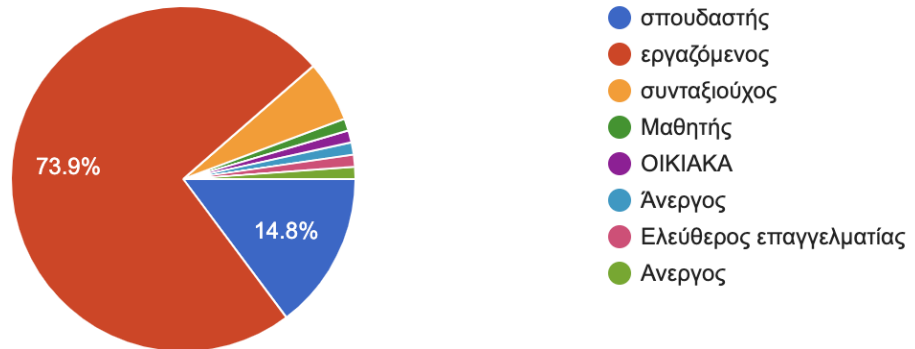
## Εκπαίδευση

89 responses



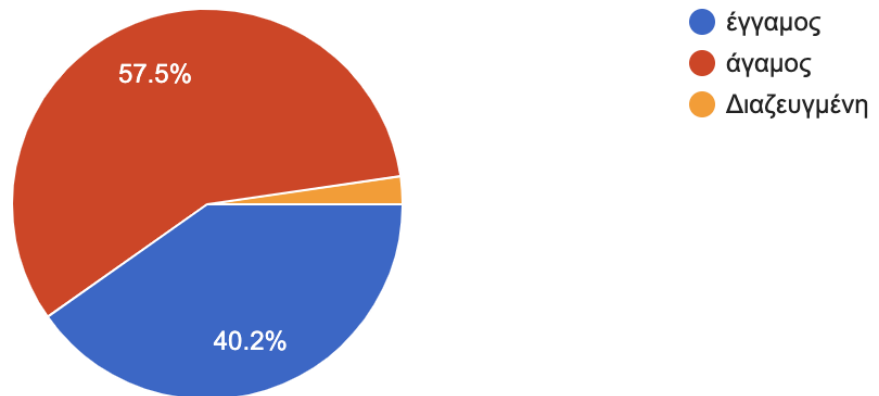
## Απασχόληση

88 responses



## Οικογενειακή κατάσταση

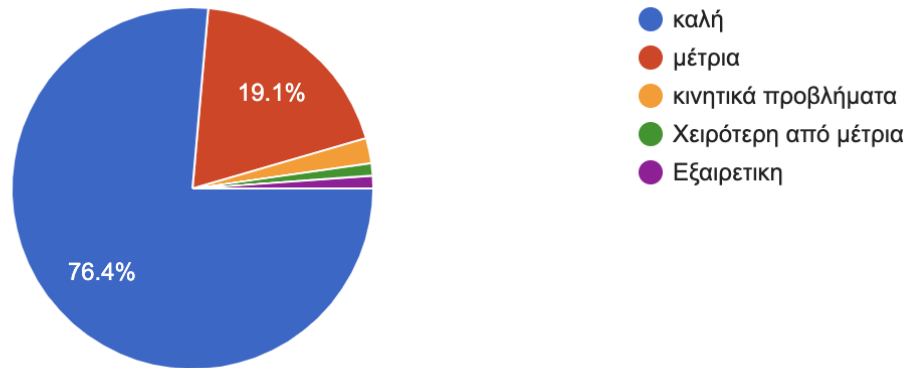
87 responses





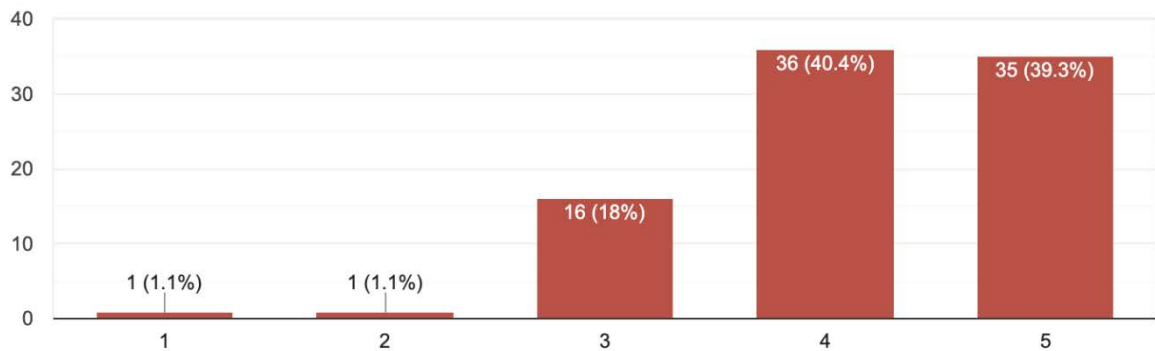
## Υγεία και φυσική κατάσταση

89 responses



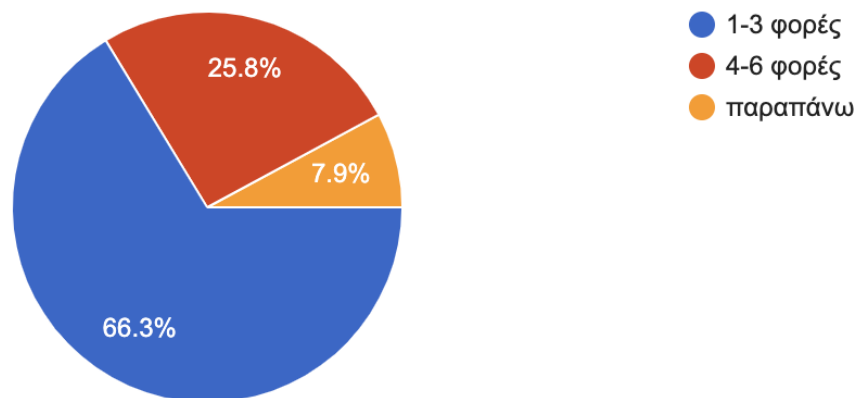
## Εξοικείωση με τεχνολογίες και κοινωνικά δίκτυα

89 responses



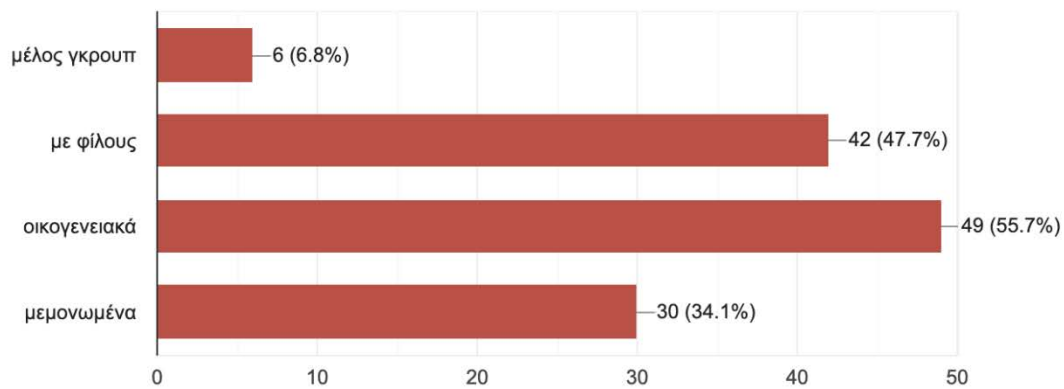
## Πόσο συχνά ταξιδεύετε κατά μέσο όρο ετησίως;

89 responses



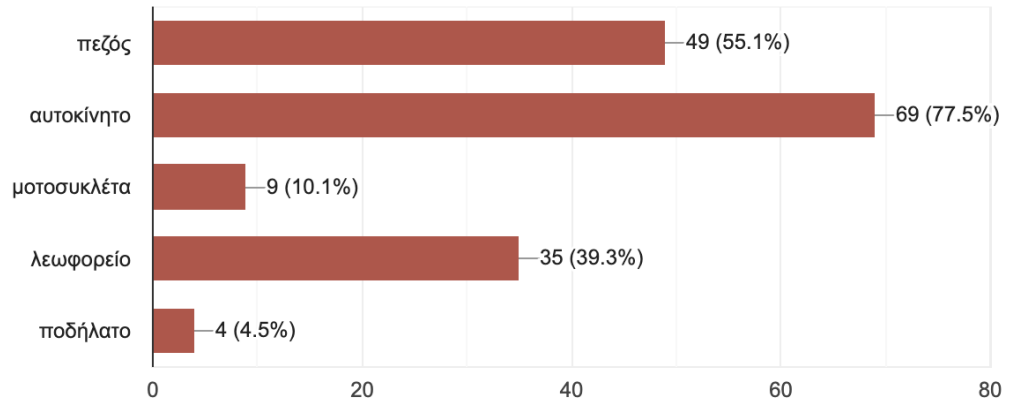
## Συνήθως ταξιδεύετε ως (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

88 responses



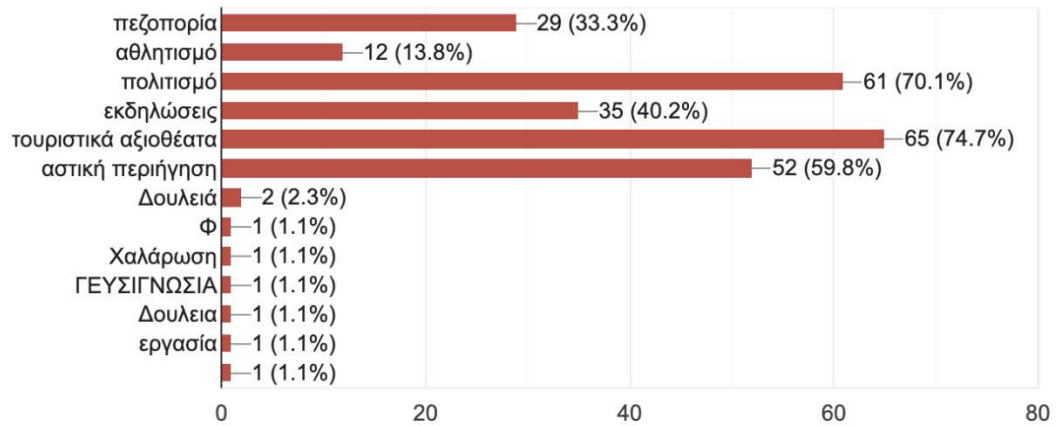
### Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού κινείστε με (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

89 responses



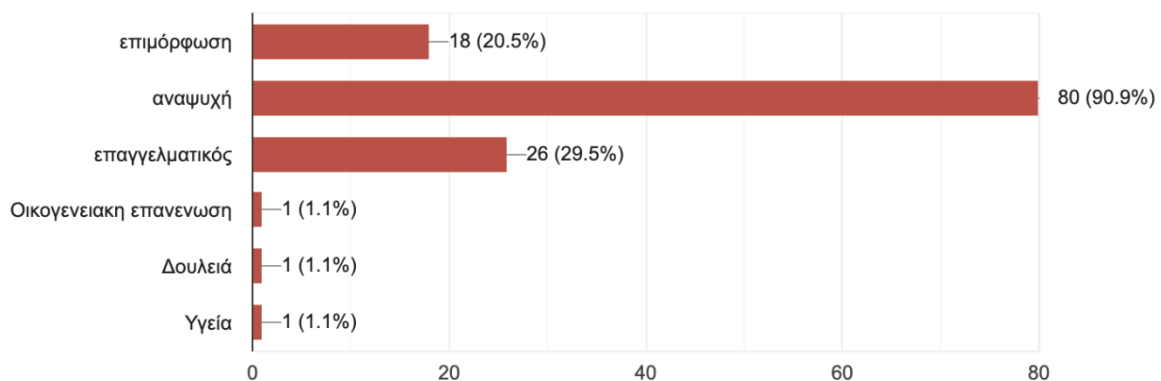
### Συνδυάζετε το ταξίδι με (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

87 responses



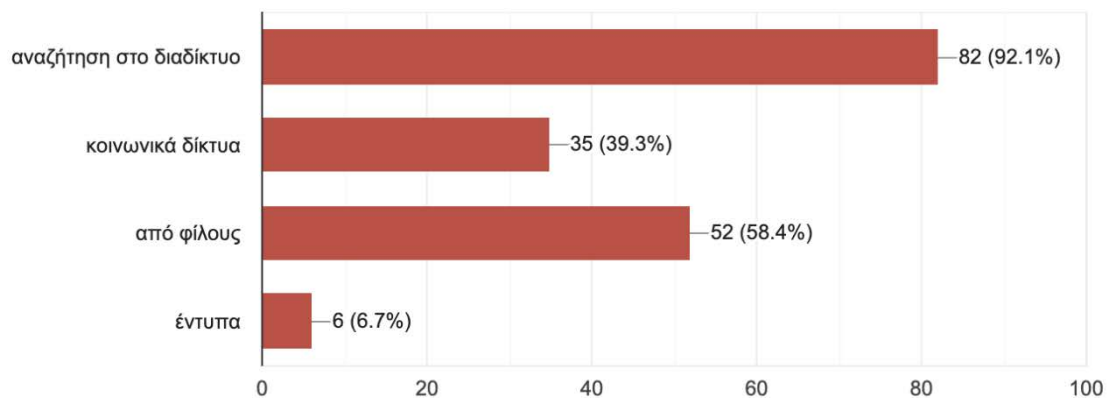
Ποιος είναι συνήθως ο σκοπός του ταξιδιού σας(επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε);

88 responses



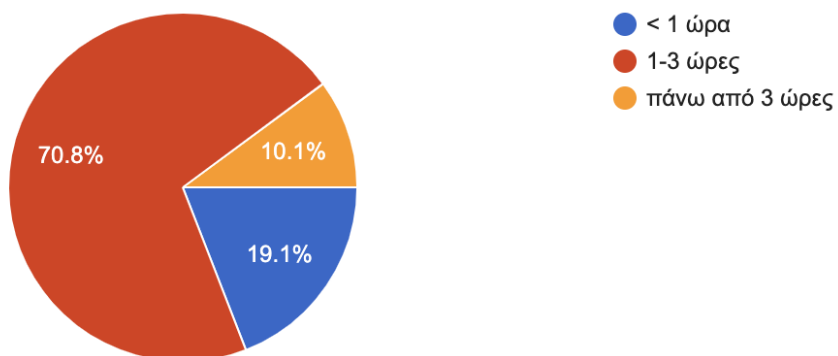
Πώς ενημερώνεστε συνήθως για τις δυνατότητες επίσκεψης σε μια περιοχή ή σε ένα χώρο πολιτισμού;

89 responses



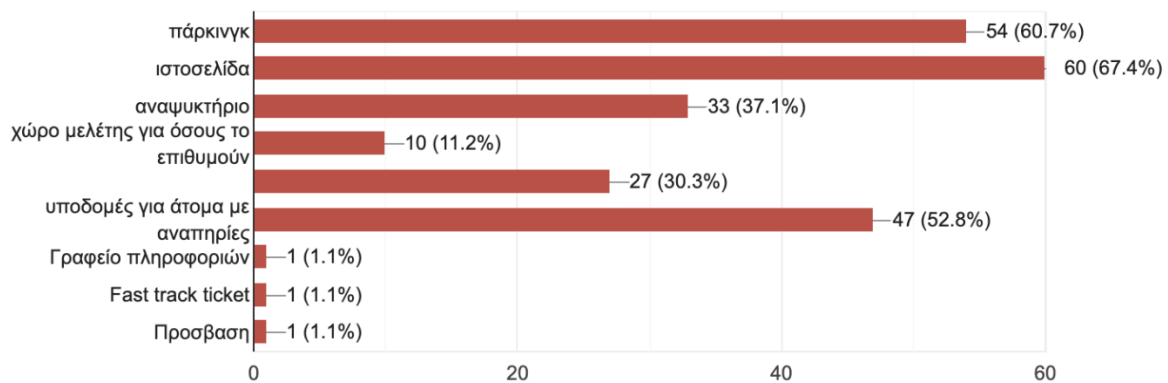
### Πόσο χρόνο διαθέτετε συνήθως για μια δραστηριότητα εντός της περιήγησης;

89 responses



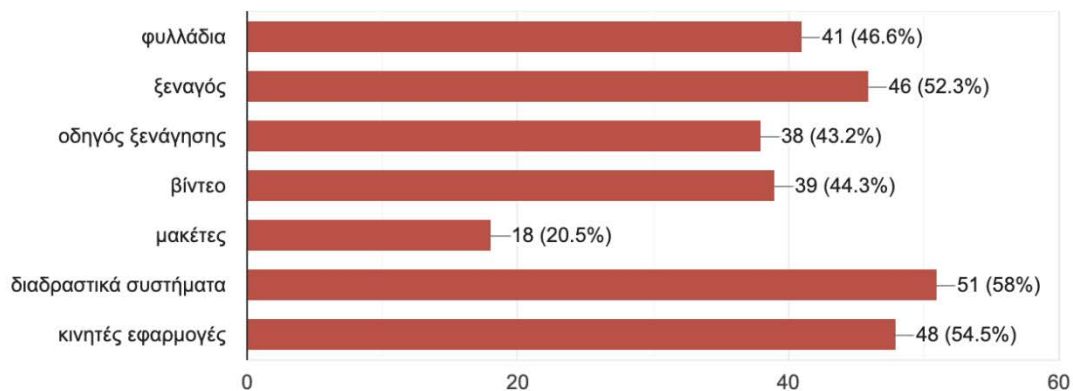
### Ποιές από τις παρακάτω υποδομές κρίνετε ως απαραίτητες σε μια περιοχή επίσκεψης;

89 responses



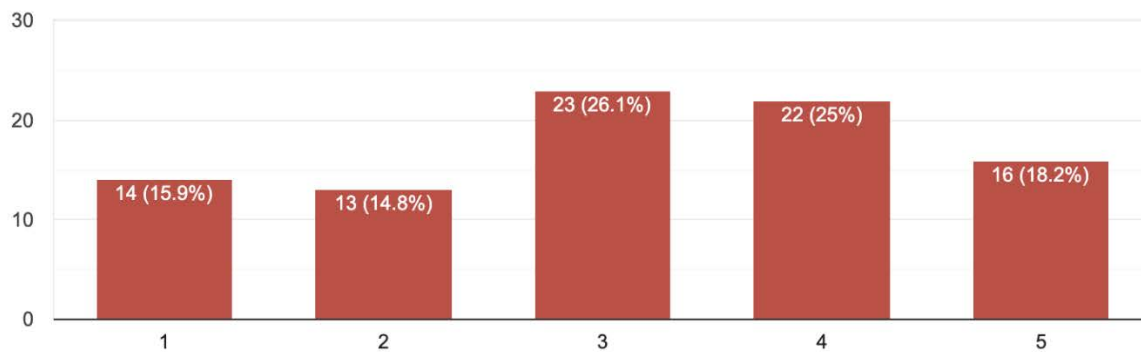
Ποια από τα παρακάτω εμπλουτίζουν καλύτερα την περιήγησή σας(επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε);

88 responses



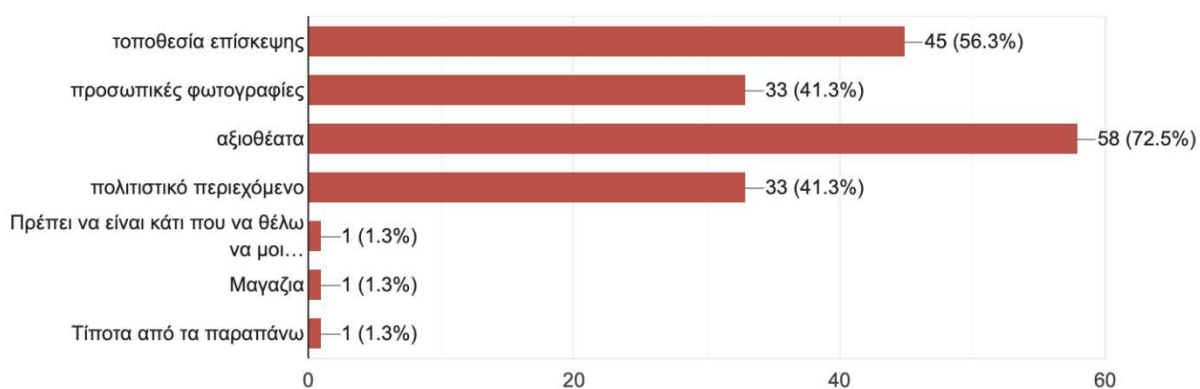
Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης κατά την επίσκεψή σας;

88 responses



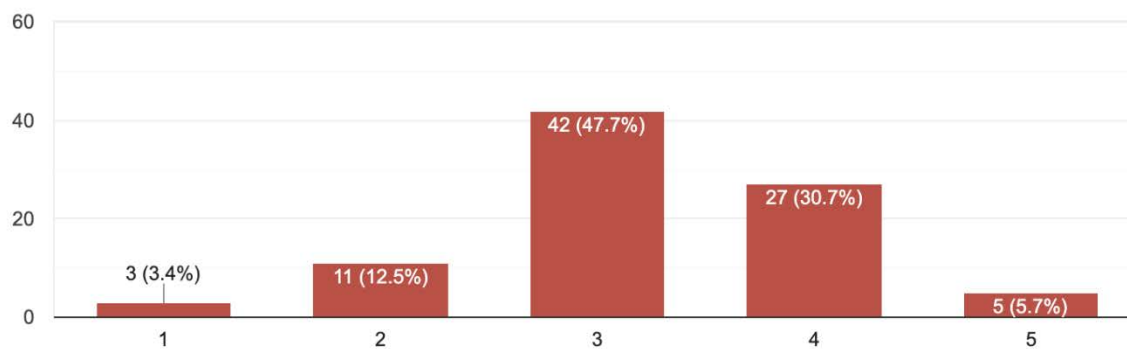
Αν ναι, ποιό είναι συνήθως το περιεχόμενο της ανάρτησης;

80 responses



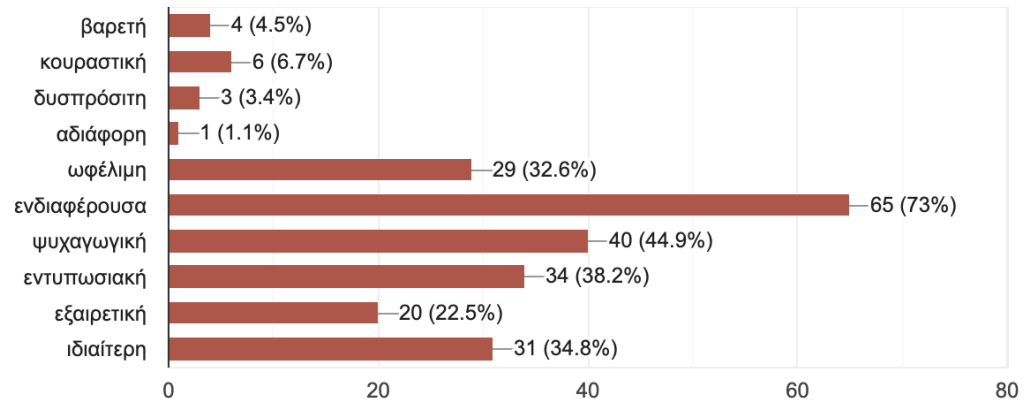
Μετά την επίσκεψη σας, αφιερώνετε χρόνο ώστε να αναβιώσετε/επεξεργαστείτε/εμβαθύνετε σε αυτήν;

88 responses



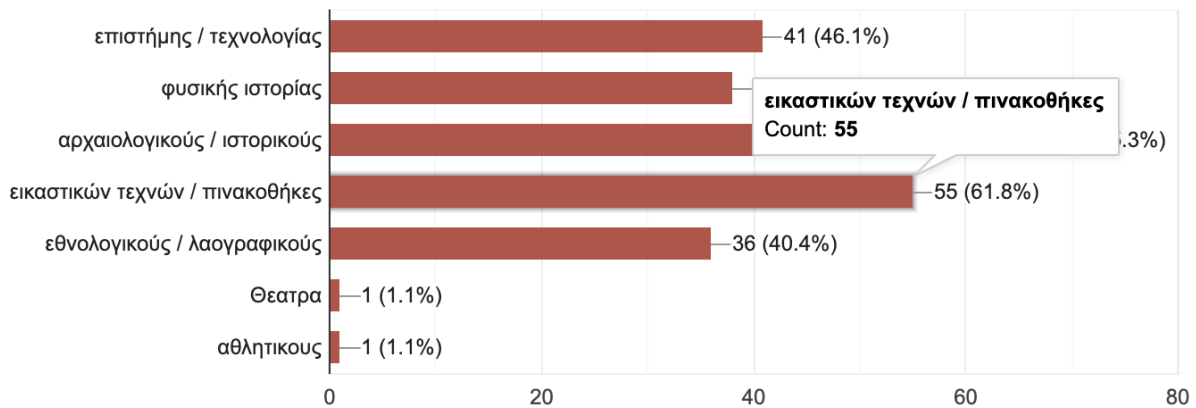
Πως θα χαρακτηρίζατε την εμπειρία σας κατά την τελευταία επίσκεψή σας σε έναν χώρο πολιτισμού; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

89 responses



Ποιους χώρους πολιτισμού σας ενδιαφέρει να επισκέπτεστε (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε);

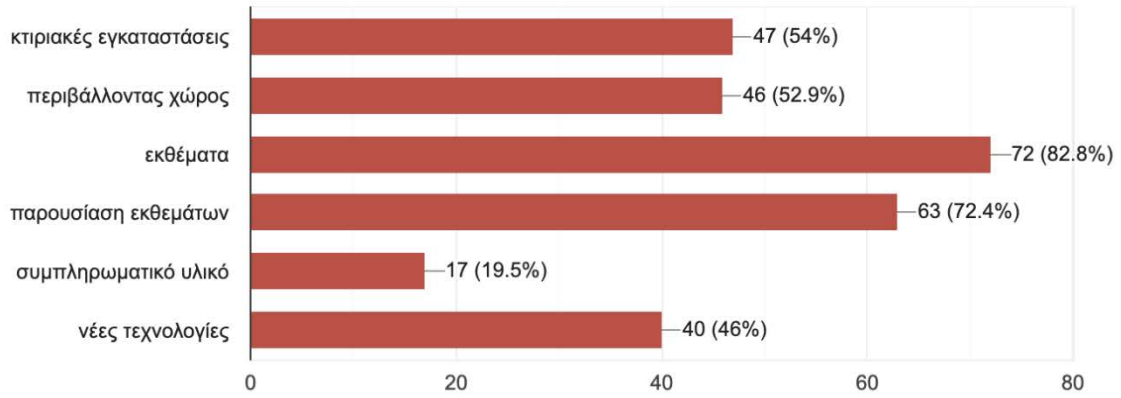
89 responses





Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε σημαντικά σε μια πολιτισμική περιήγηση (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε);

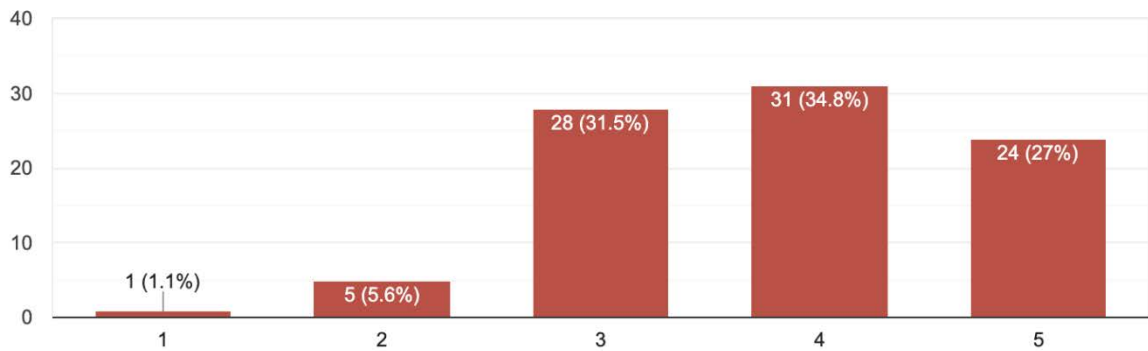
87 responses



Ενημερώνεστε για ένα χώρο πολιτισμού πριν τον επισκεφτείτε;

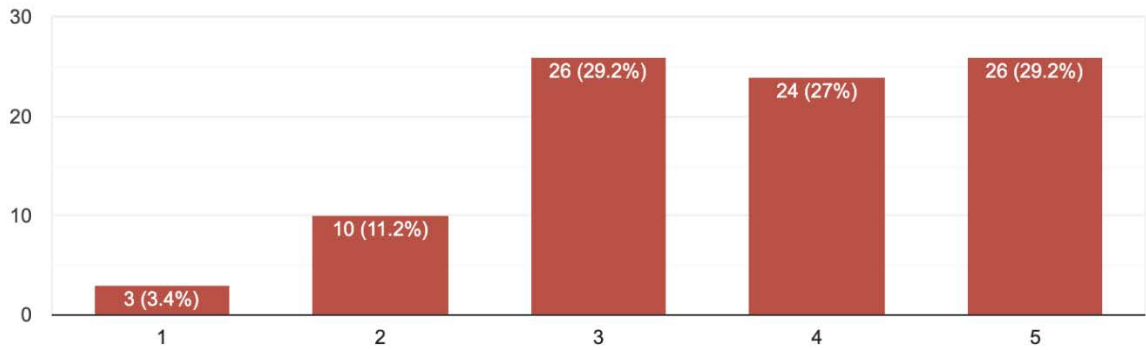


89 responses



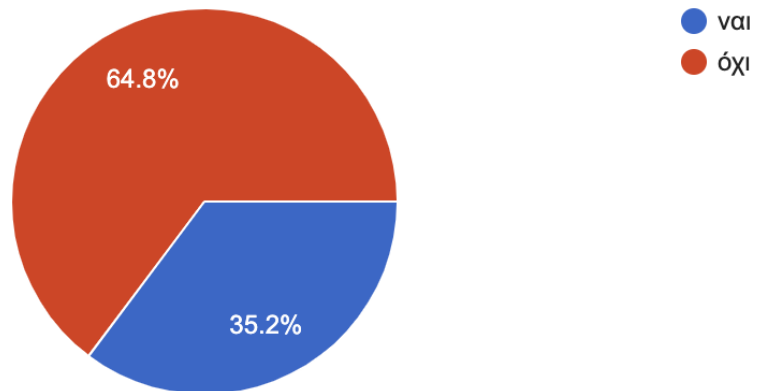
Όταν υπάρχουν διαθέσιμες ψηφιακές εφαρμογές τις χρησιμοποιείτε;

89 responses

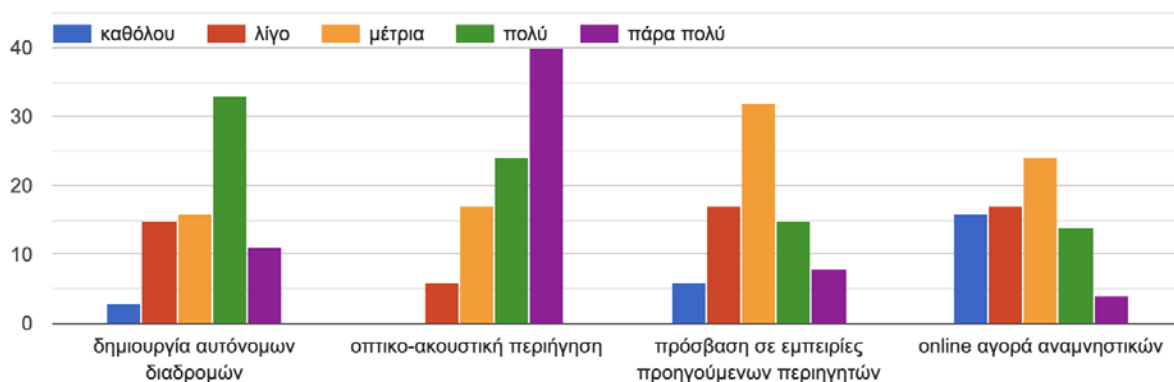


Θα ήσασταν διατεθειμένοι να πληρώσετε για μια τέτοια εφαρμογή

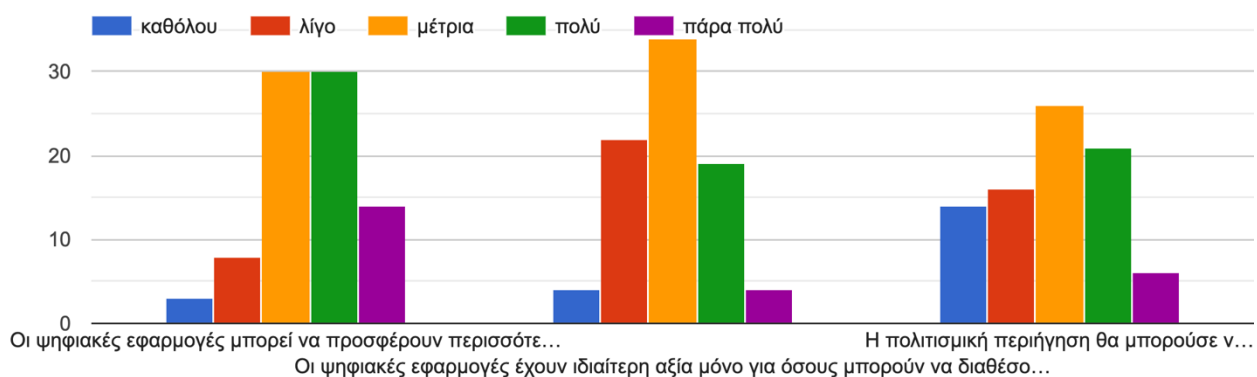
88 responses



Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε σημαντικά σε εφαρμογές που συμπληρώνουν μια πολιτισμική περιήγηση;



Κατά πόσο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις;



Μελετώντας το ερωτηματολόγιο τελικών χρηστών, στο οποίο λάβαμε και τις περισσότερες απαντήσεις (συνολικά 89 απαντήσεις, οι οποίες και μπορούμε να πούμε ότι αποτελούν μια τάση παρόλο που δεν είναι επαρκείς), διαπιστώνουμε εύκολα ότι το μορφωτικό επίπεδο όσων συμμετείχαν είναι υψηλό με το 82% να δηλώνει ότι προέρχεται από την τριτοβάθμια εκπαίδευση, γεγονός που το επιβεβαιώνει και το ηλικιακό αποτέλεσμα των ερωτηθέντων, όπου το 73% είναι μεταξύ 26-50, ηλικίες στις οποίες έχουν ολοκληρώσει οι περισσότεροι τις σπουδές τους.

Παράλληλα παρατηρούμε ότι το 74% περίπου είναι εργαζόμενοι και το 15% περίπου σπουδαστές, γεγονός που δικαιολογεί εν μέρει το μεγάλο ποσοστό φυσικής κατάστασης (76,4%) και της εξοικείωσης σε μεγάλο βαθμό με νέες τεχνολογίες (79,3% απάντησαν 4 και 5 με άριστα το 5).

Αμέσως ορατό είναι επίσης το γεγονός ότι η πλειοψηφία ταξιδεύει μέχρι και 3 φορές τον χρόνο, με φίλους ή οικογενειακά και χρησιμοποιεί κυρίως το αυτοκίνητο ως μεταφορικό μέσο ή τα λεωφορεία, ενώ επίσης ένα μεγάλο ποσοστό προτιμά το περπάτημα στις μετακινήσεις το διάστημα των διακοπών, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα σχεδιασμού δράσεων και εφαρμογών που θα ενισχύσουν την τουριστική και πολιτιστική εμπειρία, ειδικά από τη στιγμή που σκοπός των ταξιδιών είναι κυρίως τα τουριστικά αξιοθέατα, με τον πολιτισμό 2ο σε προτιμήσεις και τρίτη προτίμηση την αστική περιήγηση.

Η ιστοσελίδα και το πάρκινγκ αλλά και οι κατάλληλες υποδομές για ΑΜΕΑ, από την άλλη, είναι το πιο σημαντικό στοιχείο για τους σύγχρονους περιηγητές, ενώ η διαπίστωση ότι σε πολύ μεγάλο βαθμό οι επισκέπτες είναι πολύ εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες, ερμηνεύει και την επιθυμία των περισσότερων να υπάρχουν διαδραστικά συστήματα και εφαρμογές αλλά και τη βούληση να εμβαθύνουν πάνω σε ό,τι επισκέφτηκαν. Σε αυτό το πλαίσιο δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι σχεδόν όλοι ενημερώνονται για το ταξίδι ή κάποια επίσκεψη από το διαδίκτυο, επιθυμούν την ύπαρξη ψηφιακών εφαρμογών και εμπλουτισμένες εμπειρίες, παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία επιλέγει παραδοσιακούς χώρους πολιτισμού όπως τους αρχαιολογικούς και εικαστικές τέχνες / πινακοθήκες.

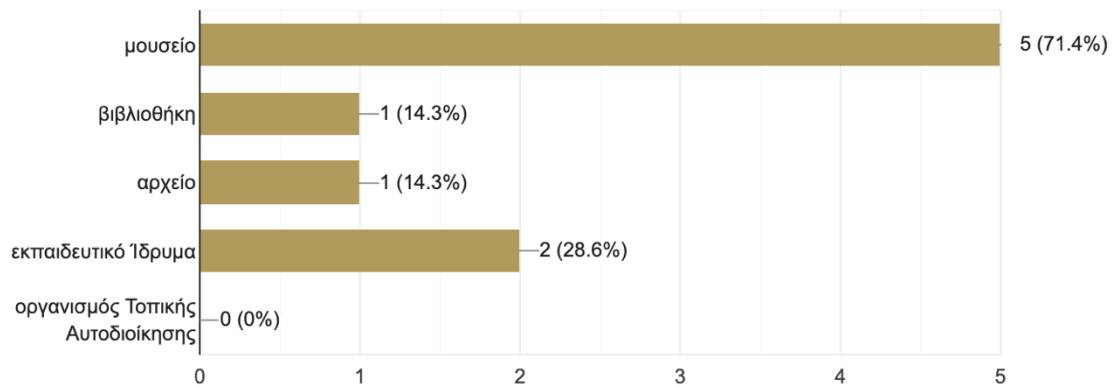
Παρ' όλα αυτά η πλειοψηφία (64,8%) δε θα πλήρωνε για να έχει στη διάθεσή της ψηφιακές εφαρμογές και βοηθούς, αν και είναι εξίσου γεγονός ότι το ποσοστό αυτών που θα πλήρωναν είναι αρκετά υψηλό (35,2%), κάτι που μπορεί ασφαλώς να ερμηνευτεί από τη μη εξοικείωση με την αγορά προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού, την οικονομική κρίση αλλά φυσικά αφήνει το περιθώριο για περαιτέρω ανάπτυξη που συμβαδίζει με παράλληλη ανάπτυξη στον χώρο της πληροφορικής και των ψηφιακών προϊόντων.

## 4.4 Αποτελέσματα στατιστικής επεξεργασίας ερωτηματολογίου πολιτιστικών φορέων

Με βάση τη συλλογή των ερωτηματολογίων και τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις κατηγορίες πολιτιστικών φορέων, παραθέτουμε την διαγραμματική απεικόνιση των αποτελεσμάτων, όπου στο τέλος της ενότητας υπάρχει και ο αντίστοιχος σχολιασμός ανά γράφημα:

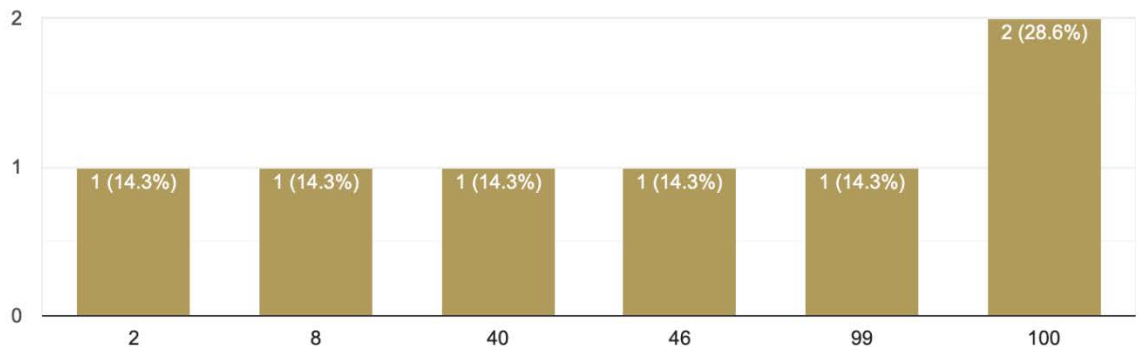
### Τύπος οργανισμού

7 responses



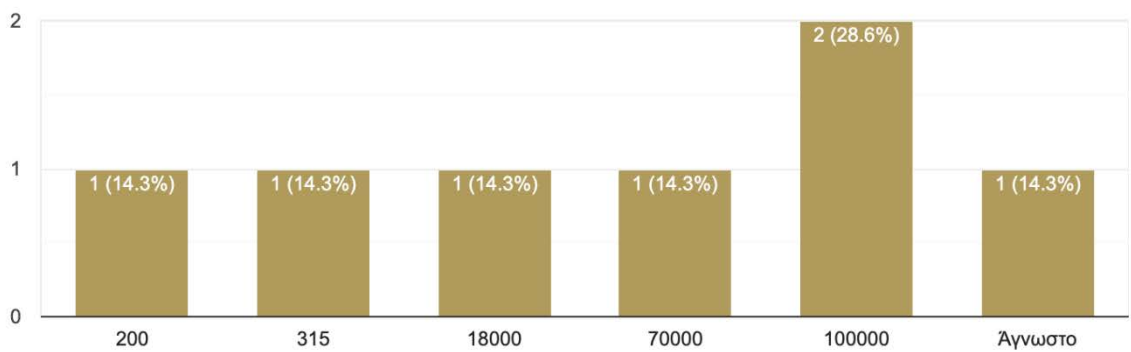
### Μέγεθος προσωπικού του οργανισμού

7 responses



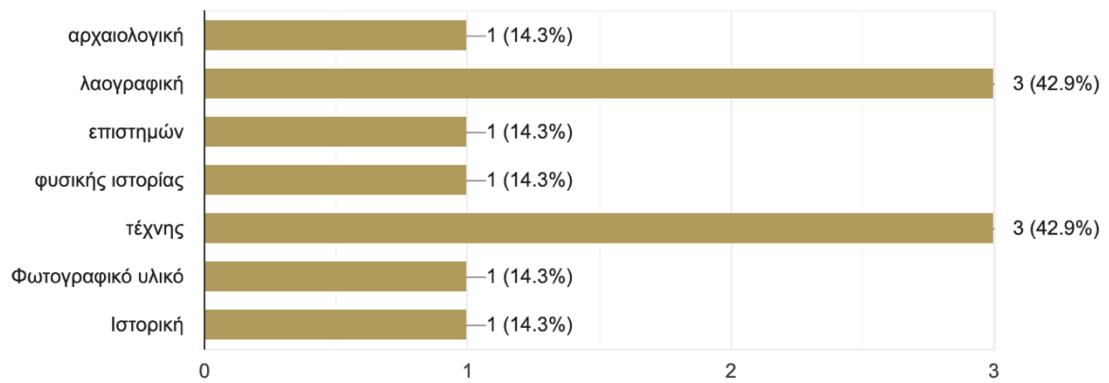
### Ποια είναι η ετήσια επισκεψιμότητα του οργανισμού;

7 responses



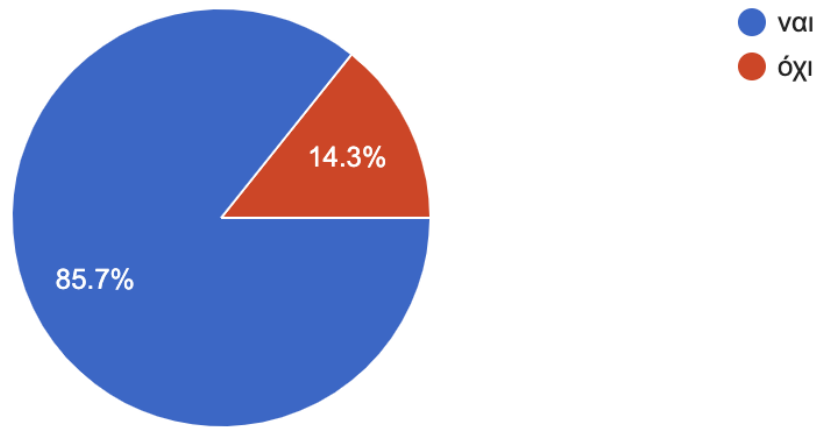
### Τι είδους συλλογές έχετε;

7 responses



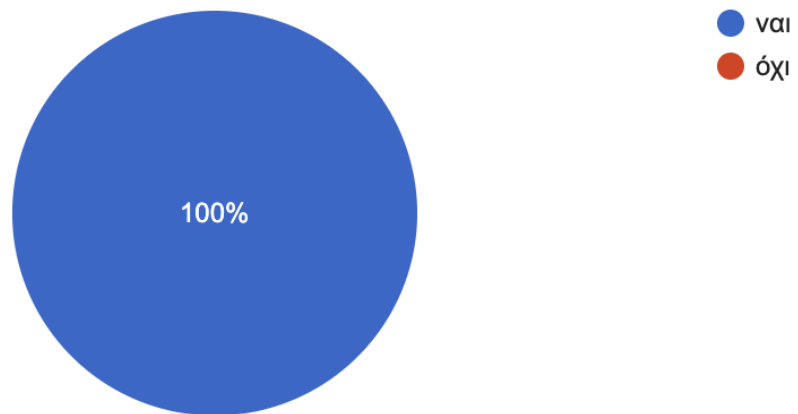
Διαθέτετε ψηφιοποιημένη συλλογή;

7 responses



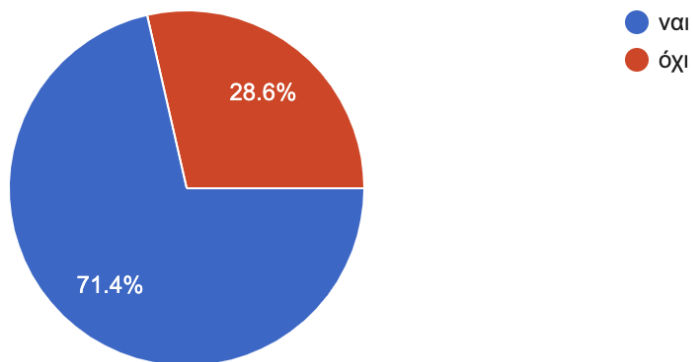
Εάν ναι, διαθέτετε σύστημα διαχείρισης συλλογών;

6 responses



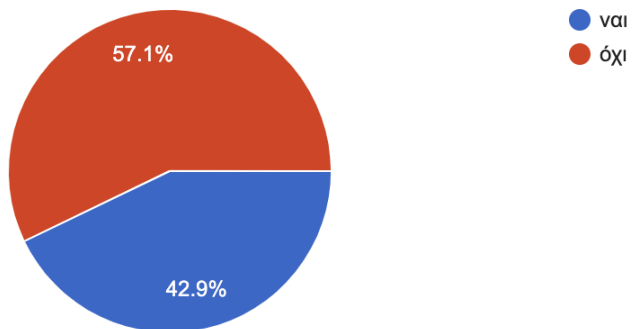
Η τεκμηρίωση της συλλογής περιλαμβάνει μεταδεδομένα ή άλλη μορφή δομημένης περιγραφής;

7 responses



Είναι συνδεδεμένη η ψηφιοποιημένη συλλογή σας με εξωτερικά και ανοιχτά αποθετήρια και ποια (π.χ. Europeana);

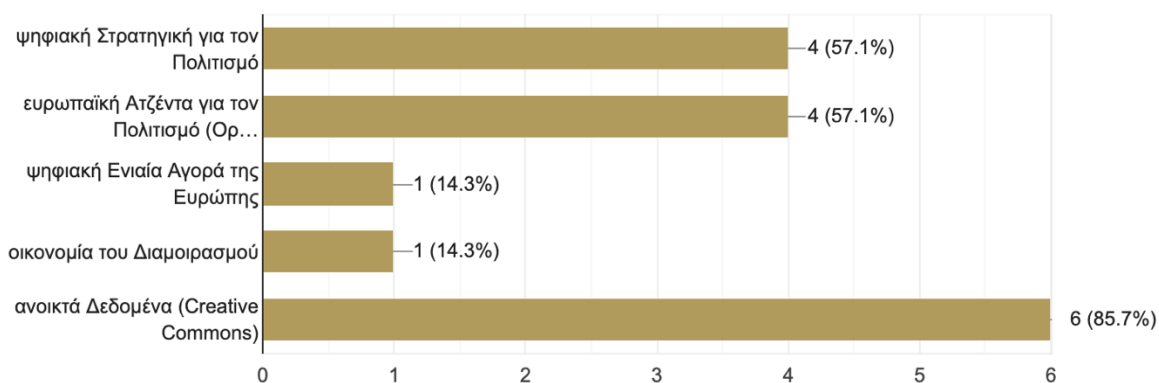
7 responses





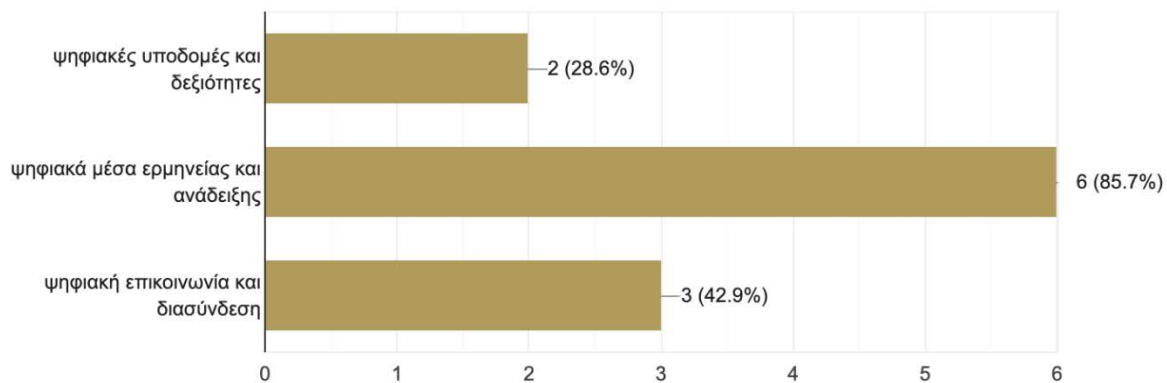
Ποιες από τις παρακάτω πολιτικές γνωρίζετε;

7 responses



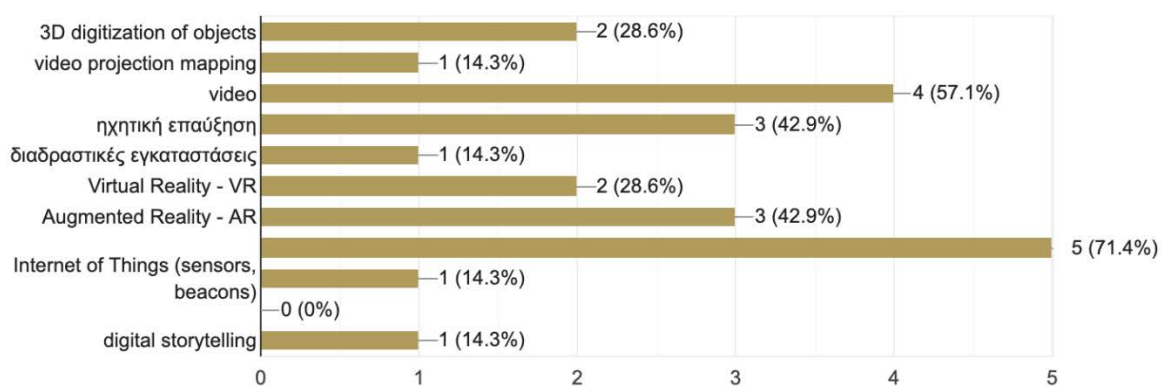
Σε ποιον από τους παρακάτω άξονες ψηφιακής ανάπτυξης θα θέλατε να δώσετε έμφαση στην επόμενη πενταετία;

7 responses



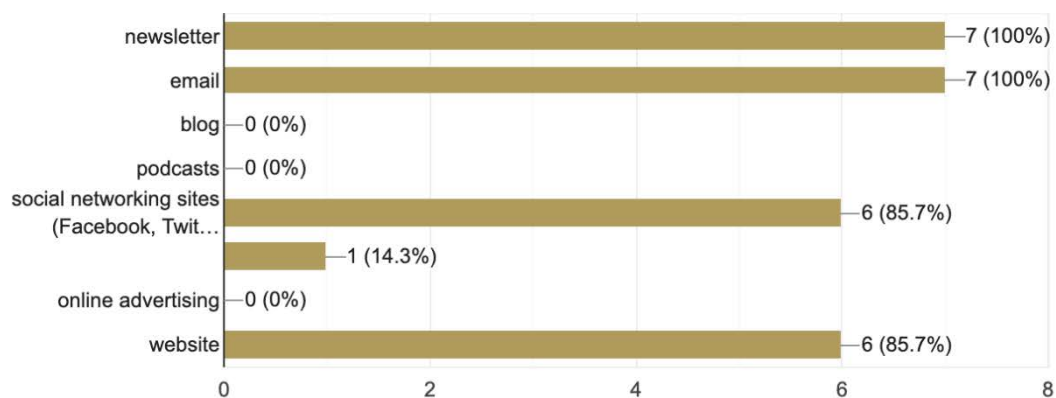
Χρησιμοποιείτε κάποια από τα παρακάτω ψηφιακά ερμηνευτικά μέσα;

7 responses



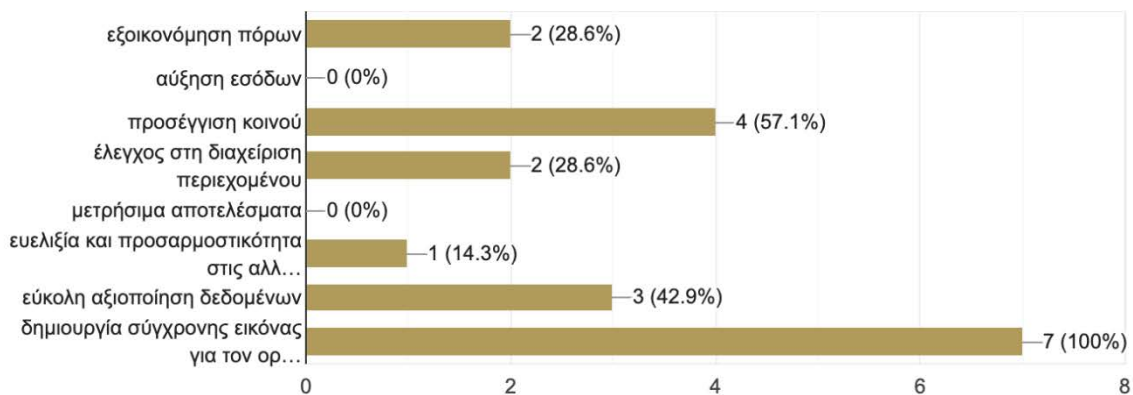
Ποια από τα παρακάτω ψηφιακά εργαλεία διάχυσης και επικοινωνίας χρησιμοποιείτε στον οργανισμό σας;

7 responses



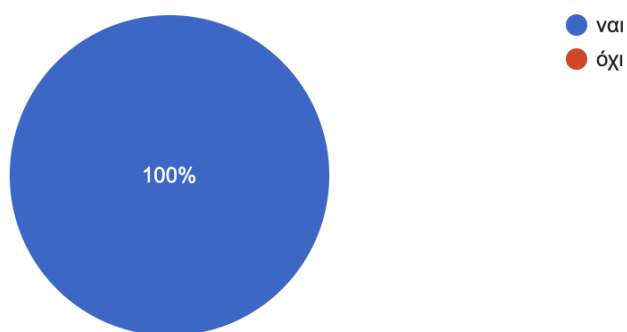
Ποια πιστεύετε ότι είναι τα δύο κυριότερα οφέλη για τον οργανισμό σας από τη χρήση ψηφιακών εργαλείων;

7 responses



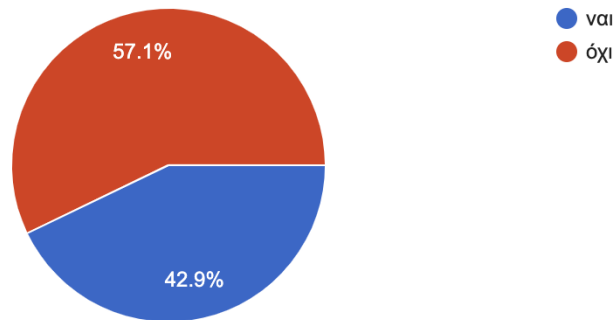
Θα θέλατε να έχετε ένα εργαλείο ψηφιακής ξενάγησης που θα σας δίνει τη δυνατότητα να σχεδιάζετε τις δικές σας διαδρομές;

7 responses



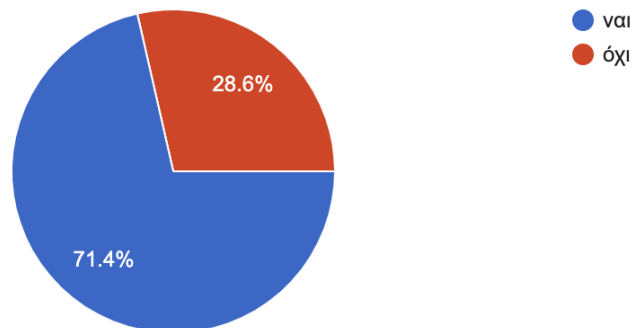
Έχετε την εμπειρία και την τεχνογνωσία να ανταποκριθείτε σε μια ολοκληρωμένη παραγωγή προϊόντων πολιτισμικής περιήγησης;

7 responses



Θα επιλέγατε, με κάποιο χρηματικό κόστος, την προμήθεια μιας ψηφιακής πλατφόρμας για την παραγωγή τέτοιων προϊόντων;

7 responses



Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο για φορείς του πολιτισμού η πλειοψηφία ανήκει στην κατηγορία μικρού ή μεσαίου μεγέθους αν και πολλές φορές ο αριθμός των επισκεπτών που προσελκύουν είναι αρκετά μεγάλος όπως π.χ. στις περιπτώσεις του Παντείου Πανεπιστημίου, του Μουσείου Βυζαντινού Πολιτισμού και του Εθνικού Ιστορικού Μουσείου. Τους περισσότερους, ωστόσο, με δυσκολία θα μπορούσαμε να τους κατατάξουμε στους ψηφιακά εγγράμματους ή ψηφιακά έτοιμους, καθώς τόσο οι ψηφιακές υποδομές που διαθέτουν όσο και το προσωπικό ή τα αντίστοιχα τμήματα μέσα σε κάθε φορέα είναι εξαιρετικά περιορισμένα. Αυτό ίσως εξηγεί και το γεγονός ότι παρόλο που οι συλλογές και το υλικό των περισσότερων είναι ψηφιοποιημένο και με κάποιο τρόπο ψηφιακά διαχειρίσιμο, εντούτοις μόνο οι μισοί φορείς είναι διασυνδεδεμένοι με μεγάλα

αποθετήρια που δίνουν τη δυνατότητα για μέγιστη προβολή και ανάδειξη. Αυτό εξηγείται ίσως και από την άγνοια των αρχών της ψηφιακής στρατηγικής, αν και όλοι θέτουν ως κύρια στρατηγική επιδίωξη τα ψηφιακά μέσα ερμηνείας και ανάδειξης του φορέα και του περιεχομένου του, σε συνδυασμό πιθανότατα με τον βασικό στρατηγικό στόχο όλων που είναι η βιωσιμότητα.

Συμπερασματικά, μπορεί κανείς να ισχυριστεί με βεβαιότητα, όπως προκύπτει και από τις απαντήσεις για τη χρήση ψηφιακών εργαλείων και τη βούληση για τη δημιουργία νέων, ότι το σύνολο των φορέων συνδέει πλέον την ανάπτυξη του, τόσο εσωτερικά ως απόκτηση τεχνογνωσίας όσο και σε επίπεδο προσέλκυσης κοινού, με την περαιτέρω χρήση των ψηφιακών εργαλείων. Συνεπώς, όλοι θεωρούν ότι οι νέες τεχνολογίες θα συμβάλουν αποφασιστικά τελικά και στην οικονομική ευημερία, είτε άμεσα μέσω αύξησης των πωλήσεων προϊόντων είτε έμμεσα μέσω της αύξησης της επισκεψιμότητας και για αυτό οι περισσότεροι είναι πρόθυμοι να επενδύσουν προς αυτή την κατεύθυνση.

## Κεφάλαιο 5

### 5.Επίλογος

#### 5.1 Συμπεράσματα

Σκοπός της μεταπτυχιακής διατριβής είναι να ανταποκριθεί τελικά σε ένα από τα ζητούμενα των σημερινών συνθηκών στη χώρα μας, σε μορφές τουρισμού που ικανοποιούν ειδικά κίνητρα. Εστιάζει έτσι σε μία από αυτές τις μορφές τουρισμού που παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική και προοπτικές ως προς την αναζωογόνηση του εθνικού τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και δεν είναι άλλη από τον πολιτιστικό τουρισμό. Ο σύγχρονος, άλλωστε, τουρίστας παρουσιάζεται, όπως φάνηκε και από τα αποτελέσματα της έρευνάς μας, με ποικιλία κινήτρων και ως εκ τούτου στους προορισμούς πρέπει να προσφέρονται

αναγκαστικά σύνθετες τουριστικές εμπειρίες, εμπλουτισμένες με εναλλακτικές δραστηριότητες που διαφοροποιούνται από το κλασικό μοντέλο του μαζικού τουρισμού.

Οι επισκέπτες στο σύνολό τους επομένως επιθυμούν να ψυχαγωγηθούν αλλά, παράλληλα, επιθυμούν να έχουν μια μαθησιακή (ευρύτερα εκπαιδευτική) εμπειρία. Αυτή η προϋπόθεση επιβάλλει την ενίσχυση της ερμηνευτικής προοπτικής των πολιτιστικών εφαρμογών για τον τουρισμό στον πυρήνα των σχεδιαζόμενων δημόσιων και ιδιωτικών παρεμβάσεων.

Επιπροσθέτως, όπως φάνηκε από τις απαντήσεις των εμπλεκόμενων φορέων, ο πολιτιστικός τουρισμός γίνεται αντιληπτός με την ευρύτερη έννοια της τουριστικής βιομηχανίας συμπεριλαμβανομένων των μεθόδων και των τεχνολογιών που εξυπηρετούν αφενός, την αποδοχή και κατανόηση, την εμπειρία, τη διάχυση, την προστασία και τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και, αφετέρου, τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται στα διεθνή πρότυπα. Υπό αυτή την έννοια, βασικός στόχος του πολιτιστικού τουρισμού είναι να επιτρέψει σε κάθε περιηγητή να γίνει ένα είδος πολιτιστικού ανθρωπολόγου. Τέλος, τα γενικά συστατικά του πολιτιστικού τουρισμού, σύμφωνα και με τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων και των δύο κατηγοριών, μπορούν να οριστούν αφενός με βάση τον τουρισμό που διεξάγεται για πολιτιστικούς σκοπούς και αφετέρου ως τεχνολογία υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που συμμορφώνεται με τα διεθνή τουριστικά πρότυπα και με τη μεθοδολογία παρουσίασης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς στο κοινό.

Η πρωτογενής έρευνα που πραγματοποιήθηκε, σε συνδυασμό με την βιβλιογραφική επισκόπηση, κατέδειξε το γεγονός ότι ο πολιτιστικός και φυσικός πλούτος μιας περιοχής πλούσια σε πολιτιστικό απόθεμα, μπορεί να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα για την τροποποίηση του τουριστικού προϊόντος και την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού με εργαλείο τις πολιτιστικές διαδρομές. Η χρήση εργαλείων και εφαρμογών ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς αναμένεται να προσελκύσει επισκέπτες με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο της εκάστοτε περιοχής και επιφέροντας οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη αξιοποιώντας το ανθρώπινο δυναμικό και βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής της τοπικής κοινωνίας. Ταυτόχρονα, η ένταξη του πολιτιστικού αποθέματος στην σύγχρονη κοινωνική ζωή μέσα από την υλοποίηση και λειτουργία των πολιτιστικών διαδρομών, θα επιτρέψει την προστασία και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η ενθάρρυνση επομένως συνεργειών μεταξύ

φορέων του πολιτισμού και του τουρισμού αναμένεται να προσδώσει ώθηση και ανάπτυξη στην τοπική κοινωνία και οικονομία.

Προκειμένου, ωστόσο, να πραγματοποιηθεί αυτό το εγχείρημα θα πρέπει να ξεπεραστούν οι δυσκολίες και τα προβλήματα που είναι πιθανόν να προκύψουν, όπως η απουσία στρατηγικού σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης από αρκετούς τοπικούς φορείς, η συχνή έλλειψη ενδιαφέροντος από την τοπική κοινωνία για την αξιοποίηση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς σε συνδυασμό με την συχνή πάλι έλλειψη συνεργασίας μεταξύ της τοπικής κοινωνίας και των εκάστοτε αρχαιολογικών υπηρεσιών.

Εν κατακλείδι, η εφαρμογή αυτών των τεχνολογιών στην ανάπτυξη υποδομών αποδεικνύεται ότι είναι από τα κύρια ζητούμενα και χαρακτηριστικά του πολιτιστικού τουρισμού και μπορούμε έτσι να προχωρήσουμε στον σχεδιασμό περιηγήσεων που προωθούν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τον πολιτισμό και την αξία των μνημείων και συντελούν στη διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης η οποία θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης.

## **5.2 Περιορισμοί και προκλήσεις**

Ο σχεδιασμός επιτυχημένων πολιτιστικών διαδρομών και ειδικότερα διαδρομών που αναδεικνύουν την λογοτεχνική παράδοση και κληρονομιά μιας περιοχής εξαρτάται από πολλαπλές παραμέτρους, και, όπως προκύπτει και από τη σχετική βιβλιογραφία, υπάρχουν διάφορα ζητήματα που πρέπει να επιλυθούν. Ένα πρόβλημα που παρουσιάζουν αρκετές σύγχρονες εφαρμογές, ιδιαίτερα κρίσιμο στην περίπτωση μιας εφαρμογής πολιτιστικού-τουριστικού ενδιαφέροντος, είναι η έλλειψη διαπολιτισμικής σχεδίασης.

Μια εφαρμογή ψηφιακής ξενάγησης είναι αναπόφευκτο ότι θα χρησιμοποιηθεί από χρήστες ποικίλου πολιτισμικού υπόβαθρου, σε βαθμό μάλιστα που η διεπαφή της εφαρμογής μπορεί να φανεί δύσχρηστη ή ακόμα και δυσάρεστη σε συγκεκριμένες ομάδες χρηστών. Πέρα λοιπόν από την απαραίτητη επιλογή της κατάλληλης γλώσσας εμφάνισης της διεπαφής του χρήστη και των διαθέσιμων πληροφοριών και πολυμέσων που παρέχει η εφαρμογή, η γενικότερη φιλοσοφία σχεδίασης που διαπνέει το σύνολο της λειτουργικότητας της εφαρμογής θα πρέπει να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις των αντίστοιχων πολιτισμικών

ομάδων. Άλλα ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι η ψηφιοποίηση των διαθέσιμων πληροφοριών και των πηγών τους, και μάλιστα σε μορφή κατάλληλη για περαιτέρω επεξεργασία και προβολή με τη χρήση νέων τεχνολογιών.

Επιπλέον, το γνωστό “cold start problem”, δηλαδή η αδυναμία ενός συστήματος να παραγάγει αποτελεσματικά δεδομένα εξόδου λόγω μη επαρκών δεδομένων εισόδου, αποτελεί κρίσιμη παράμετρο στις λειτουργίες προσωποποιημένης παροχής πληροφορίας, δυσχεραίνοντας την άμεση και αποτελεσματική αναγνώριση των ενδιαφερόντων και του προφίλ χρήστη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι αντίστοιχες λειτουργίες να αποτυγχάνουν σε πρώτη φάση, ή να ζητάνε πολλές πληροφορίες από το χρήστη στην αρχή της ψηφιακής διαδρομής, κάτι το οποίο δεν είναι πάντα ευχάριστο για τον επισκέπτη που ανυπομονεί να ξεκινήσει την περιήγηση. Επίσης, παρόλο που σήμερα ο μέσος επισκέπτης ενός προορισμού έχει σημαντική εξοικείωση με τη χρήση νέων τεχνολογιών, μπορεί να υπάρξουν ομάδες χρηστών που δεν έχουν την κατάλληλη τεχνολογική κατάρτιση. Έτσι, μια ενδεικτική εκπαίδευση ή η παροχή λειτουργιών βοήθειας και επεξήγησης κατά τη λειτουργία της εφαρμογής είναι σε γενικές γραμμές απαραίτητα και χρήσιμα βοηθητικά εργαλεία.

Τέλος, εμπόδια στην ομαλή λειτουργία μιας ψηφιακής πολιτιστικής διαδρομής και κατ’ επέκταση στην γενικότερη εμπειρία χρήστη θα μπορούσαν να είναι και τεχνικά ζητήματα της ίδιας της συσκευής που χρησιμοποιεί ο επισκέπτης. Για παράδειγμα, μια μεγάλη διαδρομή με πλούσιο πολυμεσικό υλικό πιθανόν να έχει μεγάλες απαιτήσεις όσον αφορά στην κατανάλωση μπαταρίας ή στη συνδεσιμότητα της συσκευής.



# Παράρτημα Α

## A.1 Ερωτηματολόγιο χρηστών

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeGfZnGWZmFjcwC3VhGr7BvBwSfw4U03S6Ea\\_67SqP2lSWoxw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeGfZnGWZmFjcwC3VhGr7BvBwSfw4U03S6Ea_67SqP2lSWoxw/viewform)

## A.2 Ερωτηματολόγιο πολιτιστικών φορέων

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScl-LLrI7oSNjDWfiEdXtpZyvP\\_2UGpF1c6xBZd-l0jA\\_aA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScl-LLrI7oSNjDWfiEdXtpZyvP_2UGpF1c6xBZd-l0jA_aA/viewform)

# Βιβλιογραφία

Adams, G. D. (1995). Cultural tourism: The arrival of the intelligent traveler. *Museum News*, Vol.74(6), pp.32-37.

Attila, K., & Edit, B. (2012, September). Beyond reality: The possibilities of augmented reality in cultural and heritage tourism. In 2nd International Tourism and Sport Management Conference, Debrecen (Vol. 5, No. 6).

Aydin et al (2013), Extending Augmented Reality Mobile Application with Structured Knowledge from the LOD Cloud, 3rd International Workshop on Information Management in Mobile Applications (IMMoA), VLDB 2013, 2013, Riva del Garda, Trento, Italy. pp.21-27, 2013

Boer V. et al. (2012), Supporting Linked Data Production for Cultural Heritage Institutes: the Amsterdam Museum Case Study, ESW' 12 Proceedings of the 9th international conference on The Semantic Web: research and applications, Springer, pp 733-747

- Butchart, B. (2011). Augmented reality for smartphones. Technical report, JISC Observatory.
- Chang, Y. L., Hou, H. T., Pan, C. Y., Sung, Y. T., & Chang, K. E. (2015). Apply an augmented reality in a mobile guidance to increase sense of place for heritage places. *Educational Technology & Society*, 18(2), 166-178.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of tourism research*, Vol.15(3), pp.371-386.
- Chang, Y. L., Hou, H. T., Pan, C. Y., Sung, Y. T., & Chang, K. E. (2015). Apply an augmented reality in a mobile guidance to increase sense of place for heritage places. *Educational Technology & Society*, 18(2), 166-178.
- Chen, G.; Huang, S.S. Understanding Chinese cultural tourists: typology and profile. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2018, 35, 162–177. doi:10.1080/10548408.2017.1350253.
- Cranmer, E., Jung, T., tom Dieck, M. C., & Miller, A. (2016). Understanding the acceptance of augmented reality at an organisational level: the case of Geevor Tin Mine Museum. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2016* (pp. 637-650). Springer, Cham.
- Dieck, T., M. C., & Jung, T. (2018). A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(2), 154-174.
- Du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, Vol.3, pp.165–170.
- Feifer, M. (1985). *Going places. The ways of the tourist from Imperial Rome to the present day*. London: MacMillan.
- Felicetti A., Scarselli T., Mancinelli M. L., Niccolucci F. (2013), Mapping ICCD Archaeological Data to CIDOC CRM: the RA Schema, Practical Experiences with CIDOC CRM and its Extensions (CRMEX 2013) Workshop, 17th International Conference on Theory and Practice of Digital Libraries (TPDL 2013), Valetta, Malta, 26 September 2013, CEUR-WS.org/Vol-1117, pp 11-22.
- Fenu and F. Pitarello. 2018. Svevo tour: The design and experimentation of an augmented reality application for engaging visitors of a literary museum. *Int. J. Human-Computer Studies*, 1–16.

Garau, C., & Ilardi, E. (2014). The “Non-Places” meet the “Places:” Virtual tours on smartphones for the enhancement of cultural heritage. *Journal of Urban Technology*, 21(1), 79-91.

Guney C. (2014), Semantic Web GIS Services for Cultural Heritage Domain, SEMAPRO 2014: The Eighth International Conference on Advances in Semantic Processing.

Hall, C.M., and Zeppel, H. (1991). Cultural and heritage tourism: The new grand tour?, *Historic Environment*, Vol.7(3-4), pp.86-98.

Hammady, R., Ma, M., & Powell, A. (2018, June). User Experience of Markerless Augmented Reality Applications in Cultural Heritage Museums: ‘MuseumEye’ as a Case Study. In *International Conference on Augmented Reality, Virtual Reality and Computer Graphics* (pp. 349-369). Springer, Cham.

Hernández F., Rodrigo L., Contreras J., Carbone F. (2008), Building a Cultural Heritage Ontology for Cantabria, Annual Conference of CIDOC, 1-14

Hooper-Greenhill, E. (1999b). *The Educational Role of the Museum*, Routledge, London.

Holden, A. (2008). Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Μετάφραση - επιμέλεια Θ. Μαυροδόντης. Αθήνα: Παπαζήσης.

Hughes, H. L. (2002). Culture and tourism: a framework for further analysis. *Managing Leisure*, Vol.7(3), pp.164-175.

International Scientific Committee on Cultural Routes (CIIC) of ICOMOS. (2008). *The ICOMOS charter on Cultural Routes*.

Ioannidis, Y., El Raheb, K., Toli, E., Katifori, A., Boile, M., & Mazura, M. (2013, October). One object many stories: Introducing ICT in museums and collections through digital storytelling. In *2013 Digital Heritage International Congress (DigitalHeritage)* (Vol. 1, pp. 421-424). IEEE.

Koutsomitropoulos, D., Likiothanassis, S., & Kalnis, P. (2019). *Semantics in the Deep: Semantic Analytics for Big Data*.

Kim, H., Cheng, C.K., O’Leary, J. (2007). Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. *Tourism Management*, Vol.28(5), pp.1366-1371.

Lana et al (2016), Ontologies and the Cultural Heritage. The case of GO!, *Proceedings of the Second International Workshop on Semantic Web for Scientific Heritage co-located with 13th Extended Semantic Web Conference (ESWC 2016)*.

Loumos, G., Kargas, A., Varoutas, D. (2018). Augmented and Virtual Reality Technologies in Cultural Sector: Exploring their usefulness and the perceived ease of use. *Journal of Media Critiques*, Vol.4 (14), pp.292-306.

Lukosch, S., Billinghamurst, M., Alem, L., & Kiyokawa, K. (2015). Collaboration in augmented reality. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 24(6), 515-525.

Kantaken, T.; Tikannen, I. Advertising in low and high involvement cultural tourism attractions: Four cases. *Tour. Hosp. Res.* 2006, 6, 99–110.

McKercher, B. Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 2002, 4, 29–386. doi:10.1002/jtr.346.

McKercher, B.; Du Cros, H. Testing a Cultural Tourism Typology. *International Journal of Tourism Research*, 2003,5, 45–58. doi:0.1002/jtr.417.12.

Meyer, D. (2004), Routes and Gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism, background paper, output of the ODI project: Pro-poor Tourism Pilots in Southern Africa.

Nguyen, T.H.H.; Cheung, C. The classification of heritage tourists: a case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 2013, 9, 35–50. doi:10.1080/1743873X.2013.818677.

Niemczyk, A. Cultural tourists: “An attempt to classify them”. *Tourism Management Perspectives*, 2013, 5, 24–30. doi:10.1016/j.tmp.2012.09.006.

O'Leary, J., Morrison, A., Alzua, A. (1998). Cultural and heritage tourism: Identifying niches for international travelers. *Journal of Tourism Studies*, Vol.9(2), p.2-13.

Prentice, R. (1993). *Tourism and heritage attractions*. London: Routledge.

Reisinger, Y. (1994). Tourist—host contact as a part of cultural tourism. *World Leisure & Recreation*, Vol.36(2), pp.24-28.

Rese, A., Baier, D., Geyer-Schulz, A., & Schreiber, S. (2017). How augmented reality apps are accepted by consumers: A comparative analysis using scales and opinions. *Technological Forecasting and Social Change*, 124, 306-319.

Richards, G. (2002). Tourism attraction systems: Exploring cultural behavior. *Annals of Tourism Research*, Vol.29(4), pp. 1048-1064.

Richards, G. (ed.) (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Binghamton: Haworth Press.

- Richards, G. (1996b). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.23(2), pp.261-283.
- Richards, G. (1996a). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to serial reproduction of culture? *Tourism Management*, Vol.27(6), pp.1209-1223.
- Seaton, A. V. (2002). Tourism as metempsychosis and metensomatosis: The personae of eternal recurrence. In G. M. S. Dann (Ed.), *The tourist as a metaphor of the social world* (pp. 135–168). Wallingford: CABI.
- Sylaiou, Stella, et al. (2020). Avatars as storytellers: affective narratives in virtual museums. *Personal and Ubiquitous Computing*, 1-13.
- UNWTO and Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB). (2015). *Global Report on Cultural Routes and Itineraries. Affiliate Members Report: Volume twelve*.
- Vasiliadis, Labros, et al. "Cultural tourism revisited: The case of Thessaly." *Tourism and culture in the age of innovation*. Springer, Cham, 2016. 69-78.
- Vlahakis, V., Ioannidis, M., Karigiannis, J., Tsotros, M., Gounaris, M., Stricker, D. & Almeida, L. (2002). Archeoguide: an augmented reality guide for archaeological sites. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 22(5), 52-60.
- Vong, F. Application of cultural tourist typology in a gaming destination–Macao. *Current Issues in Tourism*, 2013, 19, 949–965. doi:10.1080/13683500.2013.842543.
- World Tourism Organisation (1985). *The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development*. Madrid: WTO.
- Yale, P. (1997). *From tourist attraction to heritage tourism* (2nd ed.). Huntingdon: ELM Publications.
- Zaccarini, M., Iannucci, A., Orlandi, M., Vandini, M., & Zambruno, S. (2013, October). A multi-disciplinary approach to the preservation of cultural heritage: a case study on the piazzetta degli ariani, ravenna. In *Digital Heritage International Congress (Digital Heritage)*, 2013 (Vol. 2, pp. 337-340). IEEE.
- Βαγιονής, Ν. & Σκούλτσος, Σ. (2016). Ο πολιτισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός ως συνιστώσες του εθνικού τουριστικού προϊόντος (77), Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.

- Γαλανή-Μουτάφη, Β. (2002). Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο – Μια ανθρωπολογική προσέγγιση. Αθήνα: Προπομπός.
- Γκαντούνα, Ε. και Παπαγεωργίου, Μ. (2012). Πολιτιστικός Τουρισμός και πολιτιστικές διαδρομές : Κατευθύνσεις σχεδιασμού σε τοπική κλίμακα μέσα από την περίπτωση του Δήμου Ελασσόνας. Ανάκτηση 09 07, 2017, από [citybranding.gr](http://citybranding.gr):
- Ζηρίνη Γ., Σοφικίτου Μ., Χατζηνικολάου Μ. (χ.χ), Κείμενο ενημερωτικό για πολιτιστικές διαδρομές. Για μια πολιτιστική διαδρομή., Αθήνα: «ΔΙΑΖΩΜΑ» (28/10/2015).
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Κόνσολα, Ν. (1990). Πολιτιστική δραστηριότητα και κρατική πολιτική στην Ελλάδα. Ιδιωτική Έκδοση.
- Λαγός, Δ. (2005). Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Κριτική. Τσάρτας, Π. (1995). «Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στα χαρακτηριστικά και τις αναζητήσεις των σύγχρονων τουριστών». Σύγχρονα θέματα 55, σ.σ. 40-47.
- Σιδεράς, Ε., & Sideris, E. (2013). Προστασία και βιώσιμη ανάπτυξη ιστορικών πόλεων: το παράδειγμα της Γρανάδας
- Τσάρτας, Π., (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: Εξάντας.