



# Ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό

# 2016-2022

Μία πρωτοβουλία του Σωματείου «Διάζωμα»  
Με τη χορηγία του Ομίλου ΟΤΕ



# Περιεχόμενα

<b>Αντί προλόγου</b> .....	5
<b>1. Εισαγωγή</b> .....	7
1.1 Μεθοδολογία και όρια μελέτης .....	11
<b>2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής</b> .....	15
2.1 Σύνοψη .....	16
2.2 Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς.....	17
2.2.1 «Υλικοκεντρικό» μοντέλο.....	17
2.2.2 «Αξιοκεντρικό» μοντέλο .....	17
2.2.3 Μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» .....	18
2.3 «Το μνημείο στο κέντρο της ζωής» .....	19
2.3.1 Το μνημείο και ο άνθρωπος .....	19
2.3.2 Το μνημείο και η κοινωνία .....	20
2.3.3 Το μνημείο και η ανάπτυξη.....	20
2.3.4 Η συναισθηματική σχέση με το μνημείο .....	21
2.3.5 Η κατακόρυφη διάσταση της σχέσης με το μνημείο .....	22
2.3.6 Η οριζόντια διάσταση της σχέσης με το μνημείο.....	22
2.4 Η τεχνολογία αρωγός και αόρατος πρωταγωνιστής .....	23
<b>3. Η διεθνής πραγματικότητα</b> .....	25
3.1 Σύνοψη .....	26
3.2 Πολιτικές .....	27
3.2.1 Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό .....	28
3.2.2 Ψηφιακή Ενιαία Αγορά της Ευρώπης.....	30
3.2.3 Ψηφιακή πολιτισμική κληρονομιά.....	31
3.3 Οικονομία του Διαμοιρασμού – Συνεργατική Οικονομία .....	32
3.4 Ανοιχτές Τεχνολογίες και προστασία των Κοινών.....	33
3.5 Τεχνολογικές τάσεις και πεδία πολιτιστικής διαχείρισης.....	34
3.5.1 Τεχνολογικές Τάσεις.....	34
3.5.2 Τεχνολογικά πεδία πολιτιστικής διαχείρισης .....	42
<b>4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα</b> .....	47
4.1 Σύνοψη .....	48
4.2 Επισκόπηση του πεδίου .....	49
4.3 Εθνικές πολιτικές.....	54
4.4 Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας .....	56
4.5 Ψηφιακή Ελλάδα 2016-2021 .....	59
4.5.1 Ανοιχτά δεδομένα ( <i>Open data</i> ) .....	59
4.5.2 Διαλειτουργικότητα ( <i>Interoperability</i> ) .....	60
4.5.3 Έξυπνες εφαρμογές και υπηρεσίες ( <i>Smart applications and services</i> ) .....	60
4.5.4 Προσβασιμότητα ( <i>Access</i> ) .....	60
4.5.5 Επίτευξη κρίσιμης μάζας ( <i>Critical mass</i> ).....	60
4.5.6 Ψηφιακές Δεξιότητες ( <i>Digital skills</i> ) .....	61
4.5.7 IT διακυβέρνηση και αλλαγή .....	61
<b>5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό</b> .....	63
5.1 Σύνοψη .....	64
5.2 Βασικοί στόχοι της ψηφιακής στρατηγικής .....	65
5.3 Ψηφιακές προτεραιότητες .....	65
5.3.1 Υποδομές.....	66
5.3.2 Υπηρεσίες.....	70
5.4 Περιβάλλον Υλοποίησης .....	81
5.4.1 Μέτοχοι του εγχειρήματος .....	81
5.4.2 Επιχειρησιακά μοντέλα .....	84
<b>Αντί Συμπεράσματος: Στρατηγικές Έξυπνης Εξειδίκευσης</b> .....	91
Ενδεικτική Βιβλιογραφία .....	94
Συντελεστές .....	96



# Αντί προλόγου

Η παρούσα μελέτη επιδιώκει να εξυπηρετήσει με τα πιο σύγχρονα μέσα, δηλαδή τα ψηφιακά, τον στόχο της κοινωνικοποίησης των αρχαιολογικών χώρων και των μνημείων, της «**τοποθέτησής**» τους, δηλαδή, **στο κέντρο της ζωής μας**. Με άλλα λόγια, τον στόχο να «ανοίξουν» τα μνημεία και η γνώση που ενσωματώνουν, να «ανοίξει» στον απλό πολίτη ο Ελληνικός Πολιτισμός στο σύνολό του.

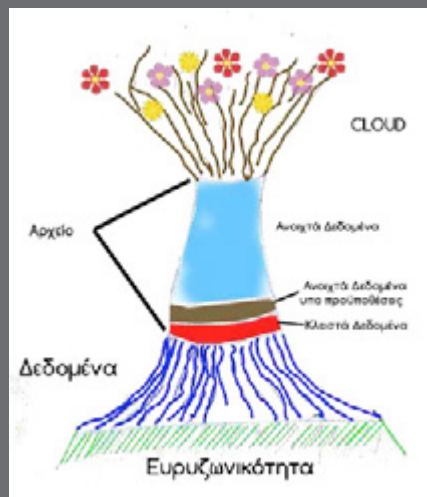
Η σημερινή επαφή και επικοινωνία του πολίτη με τα μνημεία και γενικά με τον Πολιτισμό μας είναι, για πολλούς λόγους, ανεπαρκής. Ένας, όμως, σημαντικός λόγος που κρατάει μακριά από τα μνημεία –τόσο τους νέους Έλληνες όσο και τα περίπου 25 εκ. τουρίστες της Χώρας μας– και που δεν επιτρέπει να τα πλησιάσουν ουσιαστικά και να τα γνωρίσουν, όσο θα έπρεπε, είναι η ανεπαρκής χρήση των νέων τεχνολογιών. Αυτό συμβαίνει σε όλο το φάσμα του Πολιτισμού, το οποίο οι τεχνολογίες αυτές θα μπορούσαν να καλύψουν: από την πληροφόρηση, γενική και εξειδικευμένη, μέχρι την έρευνα, την τηλε-αγορά εισιτηρίων, ενθυμίων και εποπτικών μέσων, την εκπαίδευση, την προσέγγιση των σχετικών μύθων, δοξασιών, εθίμων, αλλά και της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής και ζωής ή ακόμη και την ηλεκτρονική χρηματοδότηση πολιτιστικών δράσεων.

Αποτέλεσμα αυτής της αδυναμίας είναι ότι, παρά τα πολλά και σοβαρά επιτεύγματα του Υπουργείου Πολιτισμού σε ανασκαφές, αναστηλώσεις, προγράμματα ανάδειξης κ.λπ., τα μνημεία παραμένουν μακριά από την κοινωνία, ενώ παράλληλα χάνεται και άλλη μια μεγάλη ευκαιρία, η ευκαιρία να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ», που ανέθεσε τη μελέτη αυτή στην PostScriptum, με την ευγενική χορηγία του ομίλου ΟΤΕ, έχει τα τελευταία χρόνια εστιάσει τη δράση του –δράση υποστηρικτική

## Αντί προλόγου (συνέχεια)

της Πολιτείας– στη δημιουργία και καθιέρωση Πολιτιστικών Διαδρομών και Αρχαιολογικών Πάρκων, ως επώνυμων προϊόντων πολιτιστικού τουρισμού, που επιτυγχάνουν την προσέγγιση και εμπλοκή τόσο της κοινωνίας όσο και των ξένων επισκεπτών με τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία και εξασφαλίζουν άμεσα έσοδα στα ίδια τα μνημεία και έμμεσα στις τοπικές οικονομίες. **Η Μελέτη στοχεύει τελικά να προσφέρει στο Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, στις Περιφέρειες, στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης, αλλά και σε κάθε ενδιαφερόμενο φορέα**, τις ενδεδειγμένες, σύμφωνα και με τη διεθνή εμπειρία και τις βέλτιστες πρακτικές άλλων χωρών, κατευθύνσεις Ψηφιακής Στρατηγικής για τον Πολιτισμό. Στοχεύει να δημιουργήσει **έναν Οδικό Χάρτη για την εισαγωγή των πιο σύγχρονων ψηφιακών τεχνολογιών στον χώρο του Πολιτισμού, προς όφελος του ίδιου του Πολιτισμού, της Κοινωνίας και της Οικονομίας μας.**



*Το σκίτσο αριστερά εικονογραφεί ακριβώς τη συνδρομή της τεχνολογίας στη διάχυση και στην αξιοποίηση των δεδομένων που πηγάζουν από τα μνημεία. Σχεδιάστηκε από τον Πρόεδρο του «ΔΙΑΖΩΜΑΤΟΣ», κ. Σταύρο Μπένο, σε μία προσπάθεια δημιουργικής συμπύκνωσης του κυρίαρχου μηνύματος της Μελέτης.*



# 1. ■ Εισαγωγή



# 1. Εισαγωγή

Ένας συνδυασμός παραγόντων, όπως η παγκοσμιοποίηση, οι ευρύτερες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες, η τεχνολογική ανάπτυξη, η δικτύωση, οι νέες μορφές οικονομικής δράσης, το πολυπολιτισμικό περιβάλλον, οι έντονοι ρυθμοί, διαμορφώνει ένα νέο πλαίσιο στο οποίο το πολιτιστικό προϊόν και η κοινωνία βρίσκονται σε μια αέναη διαδικασία αναμόρφωσης και διαμόρφωσης, ενώ το φυσικό και το ψηφιακό περιβάλλον ενοποιούνται μέσα από δίκτυα, τεχνολογίες και δεδομένα.

“  
Η τεχνολογία επηρεάζει και επηρεάζεται από τον πολιτισμό, και στο πλαίσιο αυτό, ο μεταξύ τους διάλογος είναι περισσότερο από ποτέ επίκαιρος και επιβεβλημένος.  
”

Στον χώρο του πολιτισμού, το υπάρχον υλικό ψηφιοποιείται και διαδίδεται μέσα από νέες βάσεις δεδομένων ενώ ο πολιτισμός γίνεται προσβάσιμος με νέους τρόπους. Η ψηφιακή τεχνολογία γίνεται μέσο καλλιτεχνικής έκφρασης, και προηγμένες τεχνολογίες επικοινωνίας ανθρώπου-υπολογιστή και πρότυπες μέθοδοι διάδρασης αναπτύσσονται.

Η τεχνολογία επηρεάζει και επηρεάζεται από τον πολιτισμό, και στο πλαίσιο αυτό, ο μεταξύ τους διάλογος είναι περισσότερο από ποτέ επίκαιρος και επιβεβλημένος.

Η χάραξη και η υλοποίηση μιας στρατηγικής με ποιοτικά χαρακτηριστικά προβάλλεται, επομένως, ως κυρίαρχο στοιχείο της βιωσιμότητας του υλικού και άυλου πολιτισμού της χώρας, καθώς επίσης και όλων των βιομηχανιών (τουρισμού, εστίασης, ψυχαγωγίας κ.λπ.), επιχειρήσεων ή και ομάδων που δραστηριοποιούνται περί τα κινητά και ακίνητα μνημεία και είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την τοπική κοινωνία.

**Με άξονα τις σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες, η στρατηγική έχει ως στόχο να φέρει τα μνημεία στο κέντρο της ζωής, να τα επανασυνδέσει με την κοινωνία και την οικονομία και να τα καταστήσει κοινό κτήμα όλων ως ουσιαστικό μέσο για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, της ανθρώπινης ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος.**

Η μελέτη για τη στρατηγική μας αναγκάζει, επίσης, να θέσουμε πολύ βασικά ερωτήματα που σχετίζονται με τον τρόπο με τον



## 1. Εισαγωγή (συνέχεια)

οποίο προσλαμβάνουμε και θεσμοθετούμε την προστασία των μνημείων και της αφήγησης, εθνικής και κοινωνικής, που αυτά φέρουν μαζί τους. Μας αναγκάζει εν τέλει να (επανα)προσδιορίσουμε με ουσιαστικά διαφανή, συμμετοχικό και ανοιχτό τρόπο μια εθνική πολιτική για τη διατήρηση του μνημείου και την επαφή του με τον πολίτη και την ανάπτυξη.

Εάν ανατρέξουμε στο βασικό κείμενο πολιτικής για το μνημείο σήμερα, δηλαδή την αιτιολογική έκθεση του Ν. 3028/2002, θα δούμε ότι στην Ελλάδα εξακολουθούμε να προσεγγίζουμε την πολιτιστική διαχείριση του μνημείου μέσα από ένα κατά κύριο λόγο υλικοκεντρικό μοντέλο. Αυτό αντικατοπτρίζεται τόσο στον ίδιο τον βασικό μας νόμο για την προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς, δηλαδή τον Ν. 3028/2002, όσο και στις αρμοδιότητες και στην οργανωτική διάρθρωση του ίδιου του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού (εφεξής Υπουργείο). Μολονότι τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να διαφαίνεται μια τάση προς αναγνώριση ενός πιο αξιοκεντρικού μοντέλου, αυτό εμφανίζεται μόνο μέσα από την υιοθέτηση θεσμών όπως η άυλη πολιτισμική κληρονομιά και εξακολουθεί να μην έχει βρει πλήρη έκφραση στην αντιμετώπιση του μνημείου. Το μοντέλο της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς» είναι πολύ μακριά από την υπάρχουσα θέσμιση του πολιτισμού στην Ελλάδα.

Άρα, το ερώτημα για την ψηφιακή στρατηγική πρέπει να είναι πώς θα μπορέσει να κάνει χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών προκειμένου να υποστηρίξει το μοντέλο της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».

**Το ενθαρρυντικό στοιχείο είναι ότι πλέον έχουμε μια καθαρή κατανόηση της λειτουργίας του Υπουργείου σε σχέση με το μνημείο σε τρία επίπεδα:**

- ▶ της διοικητικής οργάνωσης της πρόσβασης σε αυτό,
- ▶ της επιστημονικής προσέγγισης του μνημείου, και
- ▶ της οργάνωσης της πρόσβασης της κοινωνίας σε αυτό, είτε σε σχέση με κοινωνικο-εκπαιδευτικές και πολιτιστικές δραστηριότητες είτε σε σχέση με τη ρύθμιση της οικονομικής δραστηριότητας γύρω από αυτό, ιδίως στη διάσταση του τουρισμού.

**Το αποθαρρυντικό είναι ότι οι μέχρι τώρα πολιτικές για την ψηφιακή ανάπτυξη στην Ελλάδα δεν έκαναν μια προσπά-**



## 1. Εισαγωγή (συνέχεια)



Η κατανόηση του ελληνικού συμφραζόμενου περιοριζόταν είτε σε μια φοβική αντιμετώπιση της πρόσβασης στην πληροφορία σε σχέση με το μνημείο είτε σε μια άκριτη υιοθέτηση ευρωπαϊκών πολιτικών χωρίς κατανόηση της συστηματικής τους τοποθέτησης στο ελληνικό θεσμικό «οικοσύστημα» και την εξέλιξη του τελευταίου.



**Θεα να αντιμετωπίσουν τις τρεις αυτές διαστάσεις του μνημείου συγκροτημένα** και με στόχο να επιτύχουν μια προσέγγιση βασισμένη στη ζώσα πολιτισμική κληρονομιά, αλλά συγκροτήθηκαν στη βάση αποσπασματικών και εμβολιαστικών ρυθμίσεων που είτε είχαν ως στόχο να αντιμετωπίσουν πυροσβεστικά ανάγκες είτε απλά κατευθύνονταν από τους όρους των χρηματοδοτικών προγραμμάτων και τις ευρωπαϊκές πολιτικές. Η κατανόηση του ελληνικού συμφραζόμενου περιοριζόταν είτε σε μια φοβική αντιμετώπιση της πρόσβασης στην πληροφορία σε σχέση με το μνημείο είτε σε μια άκριτη υιοθέτηση ευρωπαϊκών πολιτικών χωρίς κατανόηση της συστηματικής τους τοποθέτησης στο ελληνικό θεσμικό «οικοσύστημα» και την εξέλιξη του τελευταίου.

**Το παρόν στρατηγικό κείμενο, λαμβάνοντας υπ' όψιν τα ανωτέρω, μπορεί να αποτελέσει ένα εργαλείο εφαρμογής για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση βιώσιμων ψηφιακών δράσεων με στόχο την ανάπτυξη των μνημείων και των πολιτιστικών φορέων που τα διαχειρίζονται, καθώς και την ευρύτερη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών και κοινωνιών στις οποίες ανήκουν.** Άλλωστε, μόνο μια τέτοια ολιστική προσέγγιση είναι δυνατόν να ανταποκριθεί στις αυξανόμενες κοινωνικές και οικονομικές πιέσεις της εποχής μας, αλλά και να προσφέρει ένα ουσιαστικό όραμα για τον πολιτισμό στην ψηφιακή εποχή.





## 1. Εισαγωγή (συνέχεια)

Αναπτύσσεται, δε, σε τέσσερα (4) επιμέρους κεφάλαια που πραγματεύονται αντιστοίχως τις ακόλουθες θεματικές:

- ▶ την έννοια της πολιτισμικής κληρονομιάς και την αναφορά στα μοντέλα διαχείρισής της διεθνώς,
- ▶ την αποτύπωση του διεθνούς και κυρίως του ευρωπαϊκού ψηφιακού περιβάλλοντος,
- ▶ την επισκόπηση του ελληνικού ψηφιακού περιβάλλοντος, όπως αυτό διαμορφώθηκε μέσα από τις στρατηγικές που χάραξαν τα χρηματοδοτικά εργαλεία στις προηγούμενες προγραμματικές περιόδους αλλά και όπως διαμορφώνεται στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο, και
- ▶ τη σύντομη περιγραφή τεχνολογιών και υπηρεσιών που μπορούν να αξιοποιηθούν από τους φορείς διαχείρισης της κληρονομιάς, καθώς και οδικό χάρτη δράσεων που αναπτύσσεται με βάση όλα τα προηγούμενα και συνοδεύεται από ένα (1) παράρτημα με αναφορές σε βέλτιστες πρακτικές διεθνώς.

Σημειώνεται ότι το παρόν στρατηγικό κείμενο αποτελεί τη συμπύκνωση του διεξοδικού κειμένου της μελέτης.

### 1.1 Μεθοδολογία και όρια μελέτης

Η μελέτη αυτή αποτελεί ένα **συλλογικό εγχείρημα**, και για τον σκοπό αυτό επιστρατεύτηκαν επιστήμονες από τον χώρο της πολιτιστικής διαχείρισης, της πληροφορικής, της έρευνας, της δημόσιας διοίκησης, του τουρισμού και της διαχείρισης χρηματοδοτικών εργαλείων, οι οποίοι έχουν φροντίσει με τη σειρά τους να έρθουν σε διαβούλευση με σημαντικούς φορείς στον χώρο της πολιτιστικής διαχείρισης.

**Συνδυάζει, επομένως, την επινοητικότητα ποικίλων δυνάμεων του τόπου** («ειδικών», επιστημόνων και μελών των τοπικών κοινωνιών) **και επιδιώκει την ιεράρχηση αξιών και στόχων**, την κατάρτιση ενός στρατηγικού σχεδίου για τον ψηφιακό πολιτισμό και τη συστράτευση παραγωγικών δυνάμεων μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.



## 1. Εισαγωγή (συνέχεια)

Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη:

- ▶ καταγράφει το ευρύτερο ψηφιακό περιβάλλον στον Πολιτισμό μέσα από τον χώρο της έρευνας και της καινοτομίας, τόσο σε παγκόσμιο όσο και, κυρίως, ευρωπαϊκό επίπεδο, αλλά και σε επίπεδο αρχών και βέλτιστων πρακτικών,
- ▶ αξιολογεί τις προηγούμενες προσπάθειες υλοποίησης ψηφιακών δράσεων στον τομέα του πολιτισμού,
- ▶ αποτυπώνει την υπάρχουσα πραγματικότητα, τις τρέχουσες πολιτικές και αντίστοιχες χρηματοδοτικές και επενδυτικές ευκαιρίες για τους δημόσιους Πολιτιστικούς Φορείς και Οργανισμούς σε σχέση με τις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (εφεξής ΤΠΕ),
- ▶ αναδεικνύει τυχόν κανονιστικές, ρυθμιστικές, δομικές, οργανωτικές, διαχειριστικές και λειτουργικές αδυναμίες που πιθανώς εμποδίζουν την εφαρμογή αυτή και προτείνει τρόπους επίλυσης,
- ▶ εστιάζει σε τρέχουσες και μελλοντικές εφαρμογές των ΤΠΕ που σχετίζονται με τη διαχείριση, ανάδειξη και επαναχρησιμοποίηση του πολιτιστικού προϊόντος με σκοπό την αξιοποίησή του στην τοπική ανάπτυξη,
- ▶ προτείνει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο ψηφιακής πολιτιστικής ανάπτυξης μέσα από στρατηγικές προτεραιότητες ειδικά προσαρμοσμένες στο εθνικό πολιτιστικό προϊόν και στα «δυνατά σημεία» της χώρας μας.

Τα όρια της μελέτης εντάσσονται χρονικά στην τρέχουσα και στις αρχές της επόμενης προγραμματικής περιόδου (2014-2020), ενώ **ουσιαστικά καλύπτει την περίοδο 2016-2022**. Το περιεχόμενό της χρήζει επικαιροποίησης σε χρονικό ορίζοντα διετίας, επαναπροσδιορίζοντας πιθανές νέες προτεραιότητες και με βάση τις εξελίξεις από τον σχεδιασμό της προγραμματικής περιόδου 2021-2027.

Επισημαίνεται ότι:

- ▶ **Στο επίκεντρο της στρατηγικής βρίσκεται η πολιτισμική κληρονομιά της χώρας** με την έννοια της κλασικής Ελλάδας (από την αρχαιότητα έως την ίδρυση του νεότερου ελληνικού κράτους), ως ουσιαστικό μέσο για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, της ανθρώπινης ζωής και του



## 1. Εισαγωγή (συνέχεια)

φυσικού περιβάλλοντος. Ο σύγχρονος πολιτισμός, πολύτιμο μέρος της πολιτισμικής κληρονομιάς και της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής, χωρίς να αποκλείεται από τους στρατηγικούς άξονες και τις προτεραιότητες που διαμορφώνονται, χρήζει περαιτέρω εξειδίκευσης. Το εστιακό σημείο για την ανάπτυξη της ψηφιακής στρατηγικής είναι το ίδιο το πολιτιστικό αντικείμενο (μνημείο) και η σχέση του με τον πολίτη, την κοινωνία και την ανάπτυξη κατά τρόπο που να δημιουργείται ένας ενάρετος κύκλος παραγωγής αξίας για το σύνολο των εμπλεκόμενων μερών.

- ▶ Αναφορικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες, η παρούσα μελέτη δεν έχει ως στόχο να παρουσιάσει εξονυχιστικά όλες τις δυνατότητες που προσφέρει η σύγχρονη επιστήμη της πληροφορικής, αλλά εστιάζει σε συγκεκριμένες ΤΠΕ που υπηρετούν τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες των πολιτιστικών οργανισμών. Για τον σκοπό αυτό, **αναλύονται οι τάσεις και τεχνολογίες που σχετίζονται με τη διαχείριση, ανάδειξη και επαναχρησιμοποίηση του πολιτιστικού προϊόντος** με σκοπό την ανάπτυξη με μεσοπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα και παρουσιάζονται σχετικές καλές πρακτικές από όλο τον κόσμο.



# 2. ■ Το μνημείο στο κέντρο της ζωής



# Σύνοψη

## 2.1 Σύνοψη

Κεντρικό άξονα της πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα, όπως ευαγγελίζεται και το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ», αποτελεί η σχέση του μνημείου με τον πολίτη, την κοινωνία και την ανάπτυξη κατά τρόπο που να δημιουργείται ένας ενάρετος κύκλος παραγωγής αξίας για το σύνολο των εμπλεκόμενων μερών.

Η χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών και των δικτύων μπορεί να αυξήσει σημαντικά τη δημόσια αξία των συλλογών πολιτισμικής κληρονομιάς. Πιο συγκεκριμένα, το σύνολο των δράσεων ψηφιακής πολιτικής που σχετίζονται με το πολιτιστικό απόθεμα θα πρέπει να υποστηρίζουν την ύπαρξη και λειτουργία του ως «ζώντος» μνημείου και να προωθήσουν τη μετάβαση από το «υλικοκεντρικό» μοντέλο διαχείρισης της κληρονομιάς στο μοντέλο της «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς».



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής

### 2.2 Η διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς

Για την ανάπτυξη της ψηφιακής στρατηγικής, κρίνεται αναγκαία μια αναφορά στα μοντέλα διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς που εφαρμόζονται διεθνώς, με στόχο τον προσδιορισμό της επιχειρησιακής προσέγγισης που θα υιοθετηθεί στο πλαίσιο της μελέτης.

Ως διαχείριση της πολιτισμικής κληρονομιάς νοείται το σύνολο των πρακτικών και θεωρητικών προσεγγίσεων που συνδέονται με την αναγνώριση, την ερμηνεία, τη διατήρηση, την εξασφάλιση πρόσβασης και προστασίας της υλικής και άυλης πολιτισμικής κληρονομιάς.

Παρότι η δημιουργία ενιαίων συστημάτων και μοντέλων παρουσιάζει αρκετές δυσκολίες και συνεπάγεται γενικεύσεις, σύμφωνα με τον Ιωάννη Πούλιο, έχουν διατυπωθεί τρία μοντέλα που θα μπορούσαν να αναφερθούν ως κυρίαρχα στις μέρες μας:

#### 2.2.1 «Υλικοκεντρικό» μοντέλο»

**Το «υλικοκεντρικό» μοντέλο δίνει έμφαση στο υλικό και στην έννοια της αυθεντικότητας, στην προστασία και στην αποκατάσταση της φθοράς των υλικών** αλλά και στη διασφάλιση της αντιμετώπισης αυτής σε βάθος χρόνου. Το μοντέλο αυτό θεωρείται ότι ανήκει στον «δυτικό» τρόπο σκέψης και δεν καλύπτει τις ανάγκες διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς σε άλλες περιοχές του κόσμου.

#### 2.2.2 «Αξιοκεντρικό» μοντέλο»

**Το «αξιοκεντρικό» μοντέλο εστιάζει στις «αξίες» που αποδίδονται στην πολιτισμική κληρονομιά από διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων και εμπλεκομένων στη διαχείριση.** Η ανάπτυξη του μοντέλου αυτού συνδέεται και με τη στροφή προς την αναγνώριση της άυλης πολιτισμικής κληρονομιάς, καθώς λαμβάνει υπ' όψιν και άλλες ποιότητες (θρησκευτική, πνευματι-



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

κή, συμβολική κ.λπ.), πέραν αυτών του υλικού, ενώ η έννοια της «αυθεντικότητας» συνδέεται με τη διαχείριση αξιών και όχι μόνο με το υλικό.



Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς», ως το πλέον σύγχρονο, συνδέεται με την αντίληψη για την πολιτισμική κληρονομιά ως μία εν εξελίξει διαδικασία, που συντελείται καθημερινά από την αλληλεπίδραση ανθρώπων και άυλων όπως και υλικών πολιτισμικών στοιχείων



### 2.2.3 Μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς»

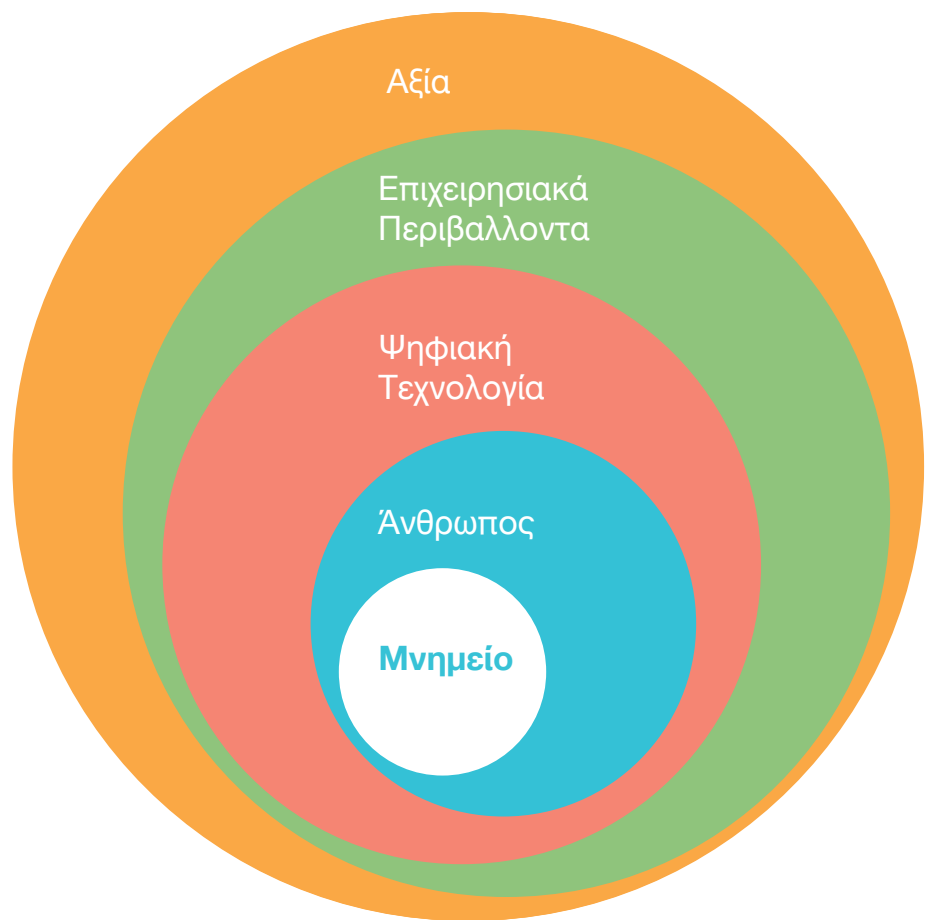
Το μοντέλο «ζώσας πολιτισμικής κληρονομιάς», ως το πλέον σύγχρονο, συνδέεται με την αντίληψη για την πολιτισμική κληρονομιά ως μία εν εξελίξει διαδικασία, που συντελείται καθημερινά από την αλληλεπίδραση ανθρώπων και άυλων όπως και υλικών πολιτισμικών στοιχείων (π.χ. όπως συμβαίνει σε ιστορικές πόλεις, παραδοσιακούς οικισμούς ή πολιτιστικά τοπία εν γένει). Στο επίκεντρο αυτής της προσέγγισης βρίσκεται η κοινότητα (ή οι κοινότητες) που βιώνει, δημιουργεί και εξελίσσει αυτή την κληρονομιά, ενώ οι ειδικοί καλούνται να παίξουν έναν επικουρικό ρόλο.



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

### 2.3 «Το μνημείο στο κέντρο της ζωής»

Η χρήση της εμβληματικής φράσης «Το μνημείο στο κέντρο της ζωής» αναλύεται ως εξής:



#### 2.3.1 Το μνημείο και ο άνθρωπος

**Σύνδεση του μνημείου με τον άνθρωπο:** το μνημείο θα πρέπει όχι μόνο να βρίσκεται σε μια τέτοια υλική κατάσταση που να επιτρέπει να είναι επισκέψιμο, αλλά και να συνοδεύεται από το γνωσιακό και πληροφοριακό εκείνο κεφάλαιο που θα επιτρέψει στον κάθε επισκέπτη να έρθει σε αμεσότερη και ουσιαστικότερη επικοινωνία με το μνημείο. Επιπλέον, θα πρέπει να υπάρχουν οι υποδομές εκείνες που να επιτρέπουν στον επισκέπτη να προσθέτει ή να διασυνδέει πληροφοριακό κεφάλαιο στο μνημείο





## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

και να εμβαθύνει περαιτέρω τη σχέση του με αυτό μέσα από μια διαδραστική και αλληλεπιδραστική σχέση. Η σχέση αυτή θα πρέπει να αφορά τόσο στον απλό επισκέπτη όσο και στον επιστήμονα που καταγίνεται με την κατεξοχήν γνωσιακή διάσταση του μνημείου.

### 2.3.2 Το μνημείο και η κοινωνία

**Σύνδεση του μνημείου με την κοινωνία:** το μνημείο θα πρέπει να λειτουργεί ως βασικός πόλος κοινωνικής δραστηριότητας και άρα να λειτουργεί συνεκτικά για τους επισκέπτες αυτού. Κάτι τέτοιο μπορεί να γίνει μέσα από τη διοργάνωση εκδηλώσεων και την ανάπτυξη κοινοτήτων ενδιαφέροντος γύρω από το μνημείο, αλλά και τη σύνδεση του μνημείου με δραστηριότητες τοπικών ή θεματικών κοινοτήτων και τη δημιουργία δικτύων με αφορμή τα ίδια τα μνημεία. Δεν θα πρέπει να αγνοούμε ότι τα μνημεία αποτελούν μεταξύ τους δίκτυα σημείων που μπορούν να ενισχύσουν περαιτέρω την κοινωνική τους διάσταση – και σε αυτό το επίπεδο καθίσταται απαραίτητο η σχέση της κοινωνίας με το μνημείο να είναι κατά το δυνατόν διαδραστική και αμφίδρομη.

### 2.3.3 Το μνημείο και η ανάπτυξη

**Αξιοποίηση του μνημείου ως πυρήνα για την αειφόρο ανάπτυξη:** το μνημείο πρέπει να είναι σε άμεση, διαρκή αλλά και υγιή σχέση με την ανάπτυξη που μπορεί να φέρει στις τοπικές κοινωνίες και με τις παραγωγικές δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτές. Η σχέση του μνημείου με την κοινωνία πρέπει να επιτρέπει την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων που παράγουν αξία –η οποία μπορεί να αποτιμηθεί σε ιδεατό οικονομικό επίπεδο– για τις κοινωνίες στις οποίες εντάσσεται. Η ψηφιακή στρατηγική που σχετίζεται με τα μνημεία θα πρέπει να είναι σε θέση να ενισχύει την παραγωγή αξίας και μάλιστα κατά τρόπο που να αφήνει πίσω της γνωσιακό και διανοητικό κεφάλαιο, διατηρώντας ένα ελάχιστο επίπεδο εγγυημένης ποιότητας και υπηρεσι-



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

ών που επιτρέπει μια ενιαία εμπειρία στα πρόσωπα και τις κοινωνίες που σχετίζονται με το μνημείο. Το γνωσιακό και διανοητικό αυτό κεφάλαιο θα έχει ως έκφανση συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες αλλά και θα προϋποθέτει την ύπαρξη διαδικασιών, τη διατήρηση και πιστοποίηση της ποιότητας, την ύπαρξη τεχνογνωσίας και τελικά την ύπαρξη διανοητικής ιδιοκτησίας που διασφαλίζει τόσο το επίπεδο ποιότητας της σχετικής υπηρεσίας ή του σχετικού προϊόντος όσο και την προστασία αυτών μέσα από την ανάπτυξη, κατοχύρωση και αξιοποίηση της αντίστοιχης διανοητικής ιδιοκτησίας. Η σχετική ψηφιακή πολιτική θα πρέπει να έχει ως στόχο τη δημιουργία εκείνων των συνθηκών που θα επιτρέπουν την αποτύπωση των σχετικών διαδικασιών, τον έλεγχο της ποιότητας με το ελάχιστο συναλλακτικό κόστος, την τεκμηρίωση και τελικά τη διαχείριση και αξιοποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών που βασίζονται σε προϊόντα διανοητικής ιδιοκτησίας.



### 2.3.4 Η συναισθηματική σχέση με το μνημείο

**Συναισθηματική σύνδεση με το μνημείο:** Ο στόχος αυτός μπορεί να επιτευχθεί ως επιστέγασμα όλων των ανωτέρω και ως αποτέλεσμα της κατανόησης του μνημείου ως πηγής πλούτου και αξίας για το πρόσωπο, την κοινωνία και την οικονομία.



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

Πρόκειται για το στάδιο στο οποίο το πρόσωπο ή οι κοινωνικές ομάδες που συνδέονται με το μνημείο είναι διατεθειμένοι όχι απλώς να ακολουθήσουν τις νόρμες ποιότητας που συνδέονται με αυτό, αλλά τις έχουν εσωτερικεύσει σε τέτοιο βαθμό ώστε να αντλούν, είτε μεμονωμένα είτε ως μέλη μιας κοινότητας, αυτοπραγμάτωση από τη σχέση τους με το μνημείο.

### 2.3.5 Η κατακόρυφη διάσταση της σχέσης με το μνημείο

**Η διάσταση αυτή εντοπίζεται στο κάθε μνημείο ξεχωριστά και καλύπτει την εμβάθυνση της σχέσης του ανθρώπου, της κοινωνίας και της οικονομίας με το μνημείο αυτό.** Η εμβάθυνση απαιτεί την ενίσχυση της πληροφοριακής και γνωσιακής διάστασης του μνημείου και την ενίσχυση του διανοητικού κεφαλαίου που αυτό το μνημείο φέρει. Για τους λόγους αυτούς, **η ψηφιακή ενίσχυση του μνημείου είναι αποφασιστικής σημασίας:** περιλαμβάνει την αποτύπωση με ψηφιακό, και άρα εύκολα διαχειρίσιμο, αξιοποιήσιμο και χρησιμοποιήσιμο τρόπο, της πληροφοριακής του διάστασης. Επιπλέον, επιτρέπει την καταγραφή και αξιοποίηση της γνωσιακής του διάστασης και την ενίσχυση της έξυπνης εξειδίκευσης γύρω από αυτό. Τέλος, επιτρέπει την αποτύπωση, τεκμηρίωση και αποτελεσματικότερη διαχείριση της διανοητικής ιδιοκτησίας που το περιβάλλει: από την πνευματική ιδιοκτησία των ερευνητών-αρχαιολόγων που εργάστηκαν στην αναστήλωσή του μέχρι τις εφαρμογές που παράγονται γύρω από αυτό, τις δημοσιεύσεις που γίνονται, το περιεχόμενο που παράγεται προκειμένου ο ερευνητής ή ο επισκέπτης να αποκτήσει πιο άμεση και πιο διαδραστική σχέση με το μνημείο.

### 2.3.6 Η οριζόντια διάσταση της σχέσης με το μνημείο

Η οριζόντια διάσταση του μνημείου είναι αυτή που το συνδέει με μία σειρά από άλλα στοιχεία –όπως άλλα μνημεία, τις υποδομές, τους τόπους παραγωγικής και εκπαιδευτικής δραστηριότητας



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

αλλά και συνολικά το φυσικό περιβάλλον που το περιβάλλει και τα οποία μπορεί να εκτείνονται στο σύνολο της Περιφέρειας στην οποία εντάσσεται. Η οριζόντια διάσταση του μνημείου το φέρνει σε επαφή με άλλους πυρήνες, είτε αυτοί είναι πυρήνες πολιτισμικής κληρονομιάς, είτε κοινωνικής δραστηριότητας, είτε παραγωγικού και οικονομικού χαρακτήρα, είτε γνωσιακά κέντρα, είτε το ίδιο το περιβάλλον και τα σημεία του τα οποία αποτελούν με τη σειρά τους μέρη ενός ευρύτερου δικτύου της φυσικής και πολιτισμικής μας κληρονομιάς. **Η οριζόντια διάσταση του μνημείου, ουσιαστικά, αποτελεί την κατανόησή του ως μέρος ενός ευρύτερου δικτύου που δομείται είτε γύρω από υπάρχουσες υποδομές είτε στη βάση σημασιολογικών και πολιτιστικών ενότητων, που πάντοτε όμως βρίσκονται σε συνάρτηση με τις υποδομές που επιτρέπουν την πρόσβαση σε αυτό το δίκτυο των μνημείων.** Ακριβώς επειδή η λειτουργία ενός δικτύου, όπως έχει αρχετυπικά αποδοθεί στην έννοια των πολιτιστικών διαδρομών, απαιτεί να υπάρχει σύνδεση μεταξύ των σημείων που τις απαρτίζουν, η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί και πάλι το συνδετικό στοιχείο που επιτρέπει την κατανόηση μιας πολιτιστικής διαδρομής, τη σύνδεση των διαφορετικών μνημείων και άλλων σημείων μεταξύ τους και τελικά την απελευθέρωση της κατακόρυφης διάστασης μέσα στον χώρο και τον χρόνο.

### 2.4 Η τεχνολογία αρωγός και αόρατος πρωταγωνιστής

Η ψηφιακή τεχνολογία και το Διαδίκτυο επαναδιαμορφώνουν τη σχέση του μνημείου με τον άνθρωπο και την κοινωνία. Η εκθετική τεχνολογική εξέλιξη προσφέρει διαρκώς υψηλότερη ταχύτητα και διαθεσιμότητα του Διαδικτύου, συνενώνοντας ολοένα και περισσότερο τον ψηφιακό με τον φυσικό κόσμο μέσα από ένα σύνολο διασυνδεδεμένων συσκευών, συμπεριλαμβανομένων κινητών τηλεφώνων, “tablets” και αισθητήρων, και προσφέρει νέες δυνατότητες για τη διατήρηση, την αρχειοθέτηση, την προβολή, την αξιοποίηση και την επανάχρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς μας.

Οι πολιτιστικοί οργανισμοί, παράλληλα, γίνονται κοινωνοί μιας



## 2. Το μνημείο στο κέντρο της ζωής (συνέχεια)

νέας, συχνότερης αλληλεπίδρασης με τους χρήστες και γίνονται αμφότεροι μέρος της ίδιας διαδικασίας, καθώς, για πρώτη φορά στην ιστορία, οι χρήστες και τα θεσμικά όργανα που διαχειρίζονται την πληροφορία μοιράζονται έναν κοινό χώρο πληροφοριών μέσα από το Διαδίκτυο. Αυτό συνεπάγεται για τους πολιτιστικούς οργανισμούς νέες ευκαιρίες για έρευνα, σύνδεση και αξιοποίηση της πολιτιστικής πληροφορίας στο παγκόσμιο διαδικτυακό κοινό. Η χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών και των δικτύων μπορεί να αυξήσει σημαντικά τη δημόσια αξία των συλλογών πολιτισμικής κληρονομιάς.

Η ψηφιακή χρήση των συλλογών ωστόσο θέτει νέα ερωτήματα αναφορικά με την αξιοπιστία του περιεχομένου, την πνευματική ιδιοκτησία, τη διεθνοποίηση και τις κοινότητες που δημιουργούνται. Οι υφιστάμενες σχέσεις μεταξύ των παρόχων και των χρηστών της πληροφορίας μετασχηματίζονται καθώς νέα επιχειρηματικά μοντέλα δημιουργούνται. Η κατανάλωση του περιεχομένου μέσα από το Διαδίκτυο είναι μια διαδραστική εμπειρία, και το ενδιαφέρον του κοινού για την πολιτισμική κληρονομιά και τους φορείς που τη διαχειρίζονται δεν θεωρείται πλέον δεδομένο. Στον ψηφιακό κόσμο, σημαντικότερη ακόμη και του περιεχομένου είναι η ποιότητα των σχετικών με αυτό υπηρεσιών.

**Σε αυτό το μεταβαλλόμενο περιβάλλον, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και εν γένει οι φορείς διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς καλούνται να διαμορφώσουν νέα μοντέλα αξιοποίησης των ψηφιακών ευκαιριών, τα οποία άπτονται των ιδιαιτεροτήτων και των προτεραιοτήτων τους.** Η δημόσια διασυνδεδεμένη ψηφιακή πληροφορία (δεδομένα) αποτελεί το μέσο προσέγγισης των χρηστών και δημιουργίας νέων προϊόντων, υπηρεσιών και αξίας σε πολλαπλά επίπεδα.



# 3. ■ Η διεθνής πραγματικότητα



# Σύνοψη

## 3.1 Σύνοψη

Η πολιτισμική κληρονομιά αποτελεί σήμερα αναγνωρισμένο στρατηγικό πόρο για μία βιώσιμη Ευρώπη. Οι πολιτικές σχετικά με αυτήν διατρέχουν οριζόντια τις πολιτικές για την περιφερειακή ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή, το περιβάλλον, τον τουρισμό, την εκπαίδευση, το ψηφιακό θεματολόγιο, την έρευνα και την καινοτομία.

Επιπλέον, είναι φανερό ότι ο βαθμός εξέλιξης, διάχυσης και ενσωμάτωσης της τεχνολογίας των ψηφιακών μέσων στα μουσειακά-πολιτιστικά περιβάλλοντα και στην πρακτική της πολιτιστικής διαχείρισης καθιστά πλέον τα όρια μεταξύ ψηφιακού και αναλογικού, ή «νέων» και παραδοσιακών τεχνολογιών, δυσδιάκριτα.

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη χάραξη της ψηφιακής στρατηγικής είναι η **κατανόηση των ευρύτερων πολιτικών και των τεχνολογικών εξελίξεων**. Στόχος του παρόντος κεφαλαίου, επομένως, είναι να γίνει μια συνοπτική αποτύπωση και αναφορά στις κυριότερες διεθνείς, ευρωπαϊκές και εθνικές προτεραιότητες και στις τεχνολογικές τάσεις σε θέματα ψηφιακής πολιτισμικής κληρονομιάς.



# 3. Η διεθνής πραγματικότητα

## 3.2 Πολιτικές

Τα τελευταία χρόνια, ένα νέο τοπίο έχει διαμορφωθεί στον χώρο του πολιτισμού σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (εφεξής Ε.Ε.) χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλομορφία πολιτισμικών ταυτοτήτων, ενώ, παράλληλα, η παγκοσμιοποίηση και τα πρωτοποριακά εργαλεία που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες καταργούν τα σύνορα και τα όποια εμπόδια (χωρικά και χρονικά) στη διάδοση και κυκλοφορία των καλλιτεχνικών και πολιτιστικών έργων και αγαθών και στην ανάπτυξη του πολιτισμού. Τα κεντρικά όργανα τα οποία καθορίζουν την Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πολιτική (Συμβούλιο της Ευρώπης, UNESCO, Ένωση των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων) εμφανίζουν αυξημένο ενδιαφέρον για τον πολιτισμό και αναγνωρίζουν τον ουσιώδη ρόλο που διαδραματίζει, παρόλο που η χρηματοδότησή του εξακολουθεί να είναι χαμηλή σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πολιτικές.

Η κοινή πολιτιστική πολιτική της Ε.Ε. σέβεται τον πλούτο της πολιτισμικής και γλωσσικής της ποικιλότητας, μεριμνά για την προστασία και ανάπτυξη της ευρωπαϊκής πολιτισμικής κληρονομιάς, συμβάλλει στην ανάπτυξη των πολιτισμών των κρατών-μελών και σέβεται την εθνική και περιφερειακή πολυμορφία τους, ενώ ταυτόχρονα προβάλλει την κοινή πολιτισμική κληρονομιά.

Η δράση της αποσκοπεί στην ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ κρατών-μελών και, αν αυτό είναι αναγκαίο, υποστηρίζει και συμπληρώνει τη δράση τους στους εξής τομείς:

- ▶ βελτίωση της γνώσης και της διάδοσης του πολιτισμού και της ιστορίας των ευρωπαϊκών λαών,
- ▶ διατήρηση και προστασία της πολιτισμικής κληρονομιάς ευρωπαϊκής σημασίας,
- ▶ μη εμπορικές πολιτιστικές ανταλλαγές,
- ▶ καλλιτεχνική και λογοτεχνική δημιουργία.

Οι ακόλουθες διεθνείς πολιτικές συνδέονται με τον πολιτισμό:

- ▶ εκπαίδευση (συμπεριλαμβανομένης της εκμάθησης γλωσσών),
- ▶ επιστημονική έρευνα,





### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

- ▶ στήριξη των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών,
- ▶ κοινωνική πολιτική,
- ▶ περιφερειακή ανάπτυξη.

#### 3.2.1 Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό

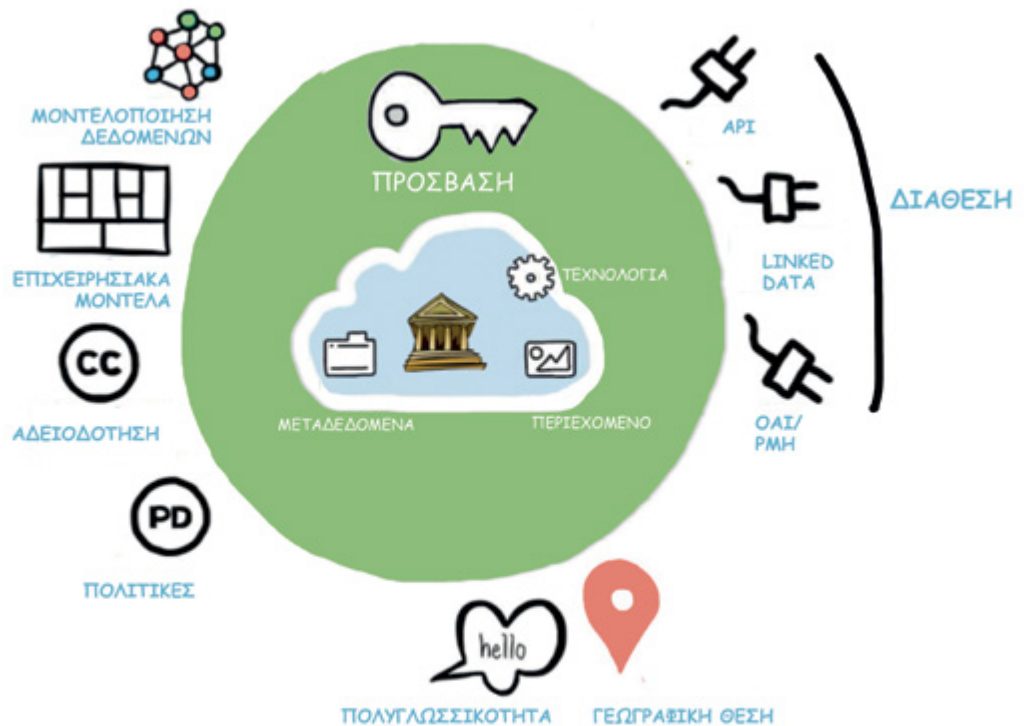
Η Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Πολιτική οφείλει να συνδυάσει το κοινό με το διαφορετικό, σε επίπεδο διαχείρισης του πολιτισμού και σχεδιασμού των στρατηγικών της στο κοινωνικό και πολιτικό πεδίο, προκειμένου να ανταποκριθεί στις νέες συνθήκες, **να συμβάλει στην ανάπτυξη των πολιτισμών των κρατών-μελών** (άρθρο 167 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση) και να προστατέψει τις εθνικές μειονότητες και τις πολιτισμικές ταυτότητες αυτών.

Προς αυτή την κατεύθυνση, συστήθηκε τον Μάιο του 2007 η «**Ευρωπαϊκή Ατζέντα για τον Πολιτισμό σ' έναν κόσμο παγκοσμιοποίησης**», η οποία είναι ακόμα σε ισχύ, και θέτει το ευρύτερο πολιτικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι βασικές προτεραιότητες είναι τρεις:

- ▶ **Πολιτισμική πολυμορφία και διαπολιτισμικός διάλογος**, ώστε να ευνοηθεί το ανοικτό πνεύμα και οι ανταλλαγές μεταξύ των πολιτισμών.
- ▶ **Ενδυνάμωση της δημιουργικότητας για την ανάπτυξη και την απασχόληση**, στο πλαίσιο του διαρκώς αυξανόμενου ανταγωνισμού και των σοβαρών παγκόσμιων προκλήσεων.
- ▶ **Ο πολιτισμός ως νευραλγικό στοιχείο των διεθνών σχέσεων**. Σχέδιο Εργασίας για τον Πολιτισμό (2015-2018).

Με το **Σχέδιο Εργασίας για τον Πολιτισμό (2015-2018)**, για πρώτη φορά, το συμβούλιο της Ε.Ε. υιοθέτησε απόφαση για την **πολιτισμική κληρονομιά ως στρατηγικό πόρο για μια βιώσιμη Ευρώπη**. Σε αυτό το πλαίσιο αντιμετωπίζει τις βασικές προκλήσεις που θέτουν οι φορείς διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και της δημιουργικής βιομηχανίας σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, στο πλαίσιο της δημιουργίας μιας παγκόσμιας ψηφιακής αγοράς πολιτισμού.

### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)



Το νέο πρόγραμμα εργασιών έχει διαρθρωθεί με κεντρικό άξονα τη στρατηγική Ευρώπη 2020 και εστιάζει σε θέματα που αναμένεται να φέρουν σαφή προστιθέμενη αξία στην Ε.Ε., ενώ ενθαρρύνει τις διατομεακές συνεργασίες, λαμβάνοντας υπ' όψιν τη διττή φύση –οικονομική και πολιτιστική– του πολιτισμού.

Οι τομεακές προτεραιότητες του νέου προγράμματος είναι:

- ▶ Προσβάσιμος και χωρίς αποκλεισμούς πολιτισμός.
- ▶ Πολιτισμική κληρονομιά.
- ▶ Κλάδοι του πολιτισμού και της δημιουργικότητας: δημιουργική οικονομία και καινοτομία.
- ▶ Προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας, του πολιτισμού στις εξωτερικές σχέσεις της Ε.Ε. και της κινητικότητας.

**Η ψηφιακή αειφορία** κατέχει εξέχουσα θέση μέσα από διακριτές δράσεις που εντάσσονται και στις τέσσερις τομεακές προτεραιότητες:



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

- ▶ Προώθηση της πρόσβασης στον πολιτισμό μέσω ψηφιακών μέσων: πολιτικές και στρατηγικές για την ανάπτυξη κοινού.
- ▶ Δεξιότητες, κατάρτιση και μετάδοση γνώσεων: παραδοσιακά και αναδυόμενα επαγγέλματα στον τομέα της πολιτισμικής κληρονομιάς.
- ▶ Πολιτιστικές και δημιουργικές διασταυρώσεις για την προώθηση της καινοτομίας, της οικονομικής βιωσιμότητας και της κοινωνικής ενσωμάτωσης.
- ▶ Προσδιορισμός των καινοτόμων μέτρων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και νέων επιχειρηματικών μοντέλων στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα.

#### 3.2.2 Ψηφιακή Ενιαία Αγορά της Ευρώπης

Η στρατηγική για την **Ψηφιακή Ενιαία Αγορά** [Digital Single Market, COM (2015) 192] αποτελεί το σχέδιο της Ε.Ε. για τη δημιουργία μιας ελεύθερης και ασφαλούς ψηφιακής ενιαίας αγοράς, στην οποία οι άνθρωποι θα μπορούν να πραγματοποιούν διασυνοριακές αγορές μέσω του Διαδικτύου και οι επιχειρήσεις θα μπορούν να πωλούν σε ολόκληρη την Ε.Ε., οπουδήποτε και αν βρίσκονται στο εσωτερικό της. Η εν λόγω στρατηγική επιδιώκει την επέκταση της ψηφιακής οικονομίας της Ε.Ε., ώστε να προσφέρονται στους καταναλωτές καλύτερες υπηρεσίες σε καλύτερες τιμές και να διευκολύνεται η ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Η στρατηγική, που δημοσιεύθηκε από την Επιτροπή στις 6 Μαΐου 2015, έχει τρεις στόχους:

- ▶ διευκόλυνση, για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις, της πρόσβασης σε διαδικτυακά προϊόντα και υπηρεσίες σε ολόκληρη την Ευρώπη,
- ▶ βελτίωση των συνθηκών για τα ψηφιακά δίκτυα και τις υπηρεσίες, ώστε να αναπτύσσονται και να ευδοκιμούν, και
- ▶ τόνωση της ανάπτυξης της ευρωπαϊκής ψηφιακής οικονομίας.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μια πλήρως λειτουργική ψηφιακή ενιαία αγορά θα μπορούσε να συνεισφέρει έως και 415 δισεκατομμύρια ευρώ στην οικονομία της Ε.Ε. ετησίως. Προκει-

### 3. Η διεθνής πραγματικότητα *(συνέχεια)*

μένου να αξιοποιηθούν αυτές οι δυνατότητες, η Ε.Ε. σχεδιάζει ριζικές μεταρρυθμίσεις που θα καλύπτουν από ένα νέο πλαίσιο για τη διανοητική ιδιοκτησία έως την παράδοση δεμάτων και τις τηλεπικοινωνίες.

Οι οριζόντιες πολιτικές της ψηφιακής ενιαίας αγοράς έχουν ιδιαίτερη σημασία για την ανάδειξη και την προσβασιμότητα στην ψηφιακή πολιτισμική κληρονομιά των κρατών-μελών καθώς και για την ανάπτυξη τηλεπικοινωνιακών υποδομών.



#### 3.2.3 Ψηφιακή πολιτισμική κληρονομιά

Η ψηφιοποίηση της ευρωπαϊκής πολιτισμικής κληρονομιάς –η οποία θα καθιστά το ψηφιακό περιεχόμενο προσιτό, προσβάσιμο και διατηρήσιμο για τις μελλοντικές γενιές– είναι μία από τις βασικές προκλήσεις της ψηφιακής ενιαίας αγοράς. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει τη συγκεκριμένη προτεραιότητα με ένα σύνολο πολιτικών και προτεραιοτήτων που βασίζονται στην Οδηγία 2011/711/Ε.Ε. και στην αναθεωρημένη οδηγία για τις πληροφορίες του δημόσιου τομέα (Revised PSI Directive).



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

Η Οδηγία της Επιτροπής για την ψηφιοποίηση και τη διαδικτυακή προσβασιμότητα και την ψηφιακή διαφύλαξη του πολιτιστικού υλικού, που εγκρίθηκε από το Συμβούλιο τον Μάιο 2012, ζήτησε από τα κράτη-μέλη να εντείνουν τις προσπάθειές τους, να συνενώσουν τους πόρους τους και να διευρύνουν τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα, προκειμένου να αυξηθεί η επιγραμμική προσβασιμότητα της ευρωπαϊκής πολιτισμικής κληρονομιάς και να τονωθεί η ανάπτυξη στις δημιουργικές βιομηχανίες της Ευρώπης. Το ψηφιοποιημένο περιεχόμενο καλείται να γίνει ευρύτερα διαθέσιμο μέσω της **Europeana** –της ψηφιακής βιβλιοθήκης, αρχείου και μουσείου της Ευρώπης–, η οποία και αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο υλοποίησης της συγκεκριμένης οδηγίας.

Οι εθνικές εκθέσεις προόδου σχετικά με την εφαρμογή της Οδηγίας κατά τη διάρκεια του 2013-2015 δίνουν μια πλήρη εικόνα της κατάστασης στα κράτη-μέλη, ενώ περιλαμβάνονται καλές πρακτικές, όπως το MINT του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου, η ολλανδική πύλη Open Cultuur Data και οι εθνικοί Συσσωρευτές (Aggregators) Cultura Italia, Culture Grid, Culture.fr και Hispana. Η ελληνική συμμετοχή με **618.000 ψηφιοποιημένα τεκμήρια (Ιαν. 2016) αντιστοιχεί σε μία συμβολή της τάξης του 1,3%** στη συνολική διαθέσιμη ψηφιακή πληροφορία της Ευρώπης, γεγονός το οποίο σηματοδοτεί σημαντικό περιθώριο βελτίωσης.

#### 3.3 Οικονομία του Διαμοιρασμού – Συνεργατική Οικονομία

Η χρήση Μεγάλων Δεδομένων και η εμφάνιση των διαδικτυακών μεγα-πλατφορμών, σε συνδυασμό με παράγοντες όπως η οικονομική κρίση και η οικολογική προσέγγιση των πραγμάτων, έχουν οδηγήσει στην ανάπτυξη της Οικονομίας του Διαμοιρασμού. Με τον όρο αυτό νοείται **το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται από παρόχους που δεν είναι απαραίτητα επαγγελματίες και βασίζονται στην τεχνολογική, κυρίως, δυνατότητα που τους παρέχεται για την αξιοποίηση πόρων που στο μεγαλύτερο μέρος του κύκλου ζωής τους παραμένουν ανενεργοί**. Κλασικά παραδείγματα είναι ο χώρος του τουρισμού (π.χ. AirBnB), των μεταφορών και συγκοινωνιών, της εστί-



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

ασης, των εργαλείων, των οχημάτων, των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών κ.λπ. Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, πόροι που δεν χρησιμοποιούνται από τους ιδιοκτήτες τους διατίθενται μέσω πλατφορμών σε τρίτους, δίνοντας τη δυνατότητα για δημιουργία νέων εμπειριών αλλά και αξίας για όλους τους συμμετέχοντες στις σχετικές πλατφόρμες. Η κατανόηση της λειτουργίας της οικονομίας του διαμοιρασμού είναι απαραίτητη για την κατάρτιση μιας ψηφιακής πολιτικής για τον πολιτισμό, ιδίως καθώς αυτή λειτουργεί πλέον αποτελεσματικά όπου υπάρχουν μεγάλες συγκεντρώσεις ανθρώπων, κάτι που συμβαίνει εξ ορισμού σε σχέση με τα μνημεία, είτε εντός του αστικού ιστού είτε σε σχέση με την οριζόντια διάσταση του μνημείου.

#### 3.4 Ανοιχτές Τεχνολογίες και προστασία των Κοινών

**Ως ανοιχτές τεχνολογίες ορίζεται το σύνολο εκείνο των τεχνολογιών, από τα πρότυπα και τα πρωτόκολλα μέχρι τα δεδομένα, το λογισμικό, το περιεχόμενο και το υλισμικό, όπου η πρόσβαση πραγματοποιείται χωρίς περιορισμούς και περιλαμβάνεται η δυνατότητα τροποποίησής τους.** Ο λόγος για τον οποίο η τάση αυτή είναι σημαντική στο πλαίσιο της ψηφιακής στρατηγικής για τον πολιτισμό συνίσταται στο γεγονός ότι η χρήση ανοιχτών τεχνολογιών συνεπάγεται μια πιο έντονη και ουσιαστική διάδραση με το πολιτιστικό περιεχόμενο. Για παράδειγμα, η χρήση της Wikipedia για την παρουσίαση διαφορετικών πλευρών ενός μνημείου και η οργάνωση και λειτουργία εργαστηρίων σε σχέση με τη μεταφορά της επιστημονικής πληροφορίας από το αρχικό τους επιστημονικό περιβάλλον στο περιβάλλον της Wikipedia συνεπάγεται μια πιο ενεργή σχέση με το γνωσιακό περιεχόμενο του μνημείου. Αντίστοιχα, η χρήση ανοιχτού λογισμικού για την υποστήριξη τόσο των ερευνητικών ενεργειών που σχετίζονται με ένα μνημείο όσο και των εφαρμογών για τη διαχείριση και αξιοποίηση των ψηφιακών υποκατάστατων και πόρων του μνημείου δημιουργεί κοινότητες γνώσης, οι οποίες, εφόσον υποστηριχθούν σωστά, είναι σε θέση να δημιουργήσουν έναν ιστό αξίας γύρω από τα μνημεία και στις δύο τους διαστάσεις (κατακόρυφη και οριζόντια).

### 3. Η διεθνής πραγματικότητα *(συνέχεια)*

## 3.5 Τεχνολογικές τάσεις και πεδία πολιτιστικής διαχείρισης

### 3.5.1 Τεχνολογικές Τάσεις

Η τάση ενσωμάτωσης του ψηφιακού στον κύριο κορμό του σχεδιασμού στην πολιτιστική διαχείριση είναι πλέον αντιληπτή τόσο σε επαγγελματικό και θεσμικό όσο και σε τεχνολογικό επίπεδο. Καθώς νέες τεχνικές ειδικότητες αναπτύσσονται και άλλες ατονούν, οι προτεραιότητες τόσο στο πεδίο των πολιτιστικών βιομηχανιών όσο και σ' αυτό της λεγόμενης ψηφιακής οικονομίας ή «οικονομίας της γνώσης» επαναπροσδιορίζονται, επηρεάζοντας





### 3. Η διεθνής πραγματικότητα *(συνέχεια)*

και τον προσανατολισμό των πολιτικών. Τις δυο τελευταίες δεκαετίες, στον θεσμικό χώρο της Ευρώπης αλλά και της Αμερικής, ο τομέας του ψηφιακού πολιτισμού, της ψηφιακής μνήμης ή πολιτισμικής κληρονομιάς αποτελεί εδραιωμένο άξονα σχεδιασμού, κάτι που αποδεικνύεται με μια σημαντική ροή χρηματοδότησης προς έργα ΤΠΕ στον πολιτισμό. Παράλληλα, σε διεθνές επίπεδο, αμφότερα τα επαγγελματικά πεδία και οι πρακτικές που συνδέονται άμεσα με τον χώρο του πολιτισμού διέρχονται μια περίοδο ωρίμανσης και κανονικοποίησης με την υιοθέτηση προτύπων, οδηγιών και κωδίκων δεοντολογίας και δικτύων συνεργασίας.

Η στροφή από τις ίδιες τις πολιτιστικές συλλογές στις ροές και υπηρεσίες δεδομένων, μέσα από διαφορετικές πλατφόρμες (κινητές, προσωποποιημένες), είναι σίγουρα μια από τις καθοριστικές εξελίξεις που θα διαμορφώσουν τις επόμενες δεκαετίες τον ψηφιακό πολιτισμό. Η εξέλιξη αυτή έχει να κάνει τόσο με την παραγωγή δεδομένων όσο και με τη χρήση τους και την πρόσβαση σε αυτά. Ο καθημερινός χρήστης, οπλισμένος ο ίδιος ως παραγωγός περιεχομένου, μέσω των δυνατοτήτων των φορητών συσκευών (ψηφιακή φωτογραφία και video, αισθητήρες, γεωγραφικό στίγμα), αναζητά την πρόσβαση στο πολιτιστικό περιεχόμενο όχι σε έναν συγκεκριμένο χώρο ή από μια μοναδική πηγή αλλά από έναν συνδυασμό μέσων και σε διαφορετικές μορφές. Ταυτόχρονα, ο παραγόμενος όγκος δεδομένων ανοίγει για πρώτη φορά τις δυνατότητες ανίχνευσης μοτίβων και εξόρυξης γνώσης σε πολιτιστικά σύνολα και ψηφιακές συλλογές μεγάλης κλίμακας. Η στροφή προς τις ροές και υπηρεσίες δεδομένων απελευθερώνει τα πολιτιστικά αντικείμενα από τον τόπο της συλλογής και τα διαχέει με διαφορετικά μέσα σε περιβάλλοντα γνώσης ή σε “information-space museums”, μουσεία εκτός και πέρα των τειχών που λειτουργούν ως κανάλια ροής πληροφοριών.

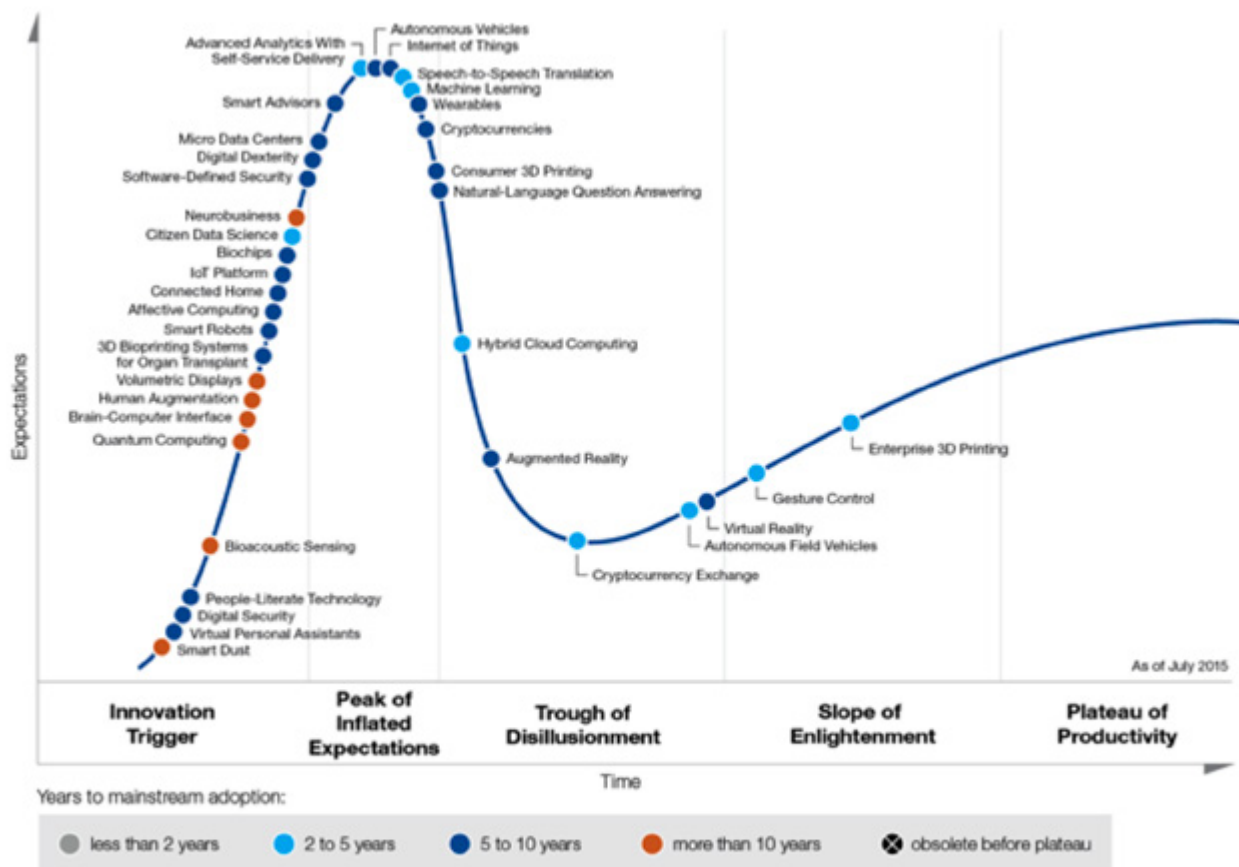
Η Εταιρεία έρευνας και συμβουλευτικής Gartner, με διεθνές κύρος σε θέματα τεχνολογίας και πληροφορικής, παρουσιάζει σε ετήσια βάση τις τεχνολογίες που πρόκειται να αποτελέσουν στρατηγικές τάσεις και οι οποίες θα έχουν σημαντική επιρροή στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς για τα επόμενα δέκα χρόνια. Η έκδοση του 2016 παρουσιάζεται συνοπτικά στο διάγραμμα που ακολουθεί και διαχωρίζει τις τεχνολογίες σε επίπεδο ωριμότητας ανάλογα με τον αναμενόμενο χρονικό ορίζοντα υιοθέτησης από το κοινό.





### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

## Emerging Technology Hype Cycle



[gartner.com/SmarterWithGartner](http://gartner.com/SmarterWithGartner)

© 2015 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Οι κυριότερες τεχνολογικές τάσεις που αφορούν στους φορείς του πολιτισμού στο πλαίσιο της μελέτης και θα αναλυθούν στη συνέχεια είναι οι εξής:

- Διαδίκτυο των Πραγμάτων / Internet of Things
- Εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα / Augmented & Virtual Reality
- Σύμμιξη φυσικού με το ψηφιακό / Phygital
- Ευρυζωνικότητα και Cloud



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

#### 3.5.1.1 Διαδίκτυο των πραγμάτων (Internet of Things, IoT)

Το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things) αφορά στη **διασύνδεση ατόμων, μηχανών, οικιακών συσκευών, απλών αντικειμένων και διαδικασιών**, γεγονός που δημιουργεί απεριόριστες δυνατότητες και προοπτικές για τις κυβερνήσεις, τις επιχειρήσεις, τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους πολίτες. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως η εξέλιξη σημαντικών τομέων της καθημερινότητας των ανθρώπων λαμβάνει μια άλλη διάσταση –για την ακρίβεια έχει ήδη αρχίσει–, καθώς σύντομα, τα αυτοκίνητά μας, τα σπίτια μας, οι μεγάλες συσκευές μας, ακόμη και οι δρόμοι των πόλεων, θα συνδέονται στο Διαδίκτυο, δημιουργώντας αυτό το δίκτυο αντικειμένων που ονομάζεται Internet of Things, αποτελούμενο από εκατομμύρια αισθητήρες και συσκευές που παράγουν συνεχείς ροές δεδομένων και τις ικανές συνθήκες για καινούργιες τεχνολογικές εφαρμογές. Υπολογίζεται ότι μέχρι το 2020 θα είναι συνδεδεμένες 50 δισεκατομμύρια συσκευές.

#### 3.5.1.2 Επαυξημένη και εικονική πραγματικότητα

Ο όρος «**επαυξημένη πραγματικότητα (augmented reality)**» αντιπροσωπεύει την προσθήκη εικονικής πληροφορίας, με χρήση κατάλληλων συσκευών, στο περιβάλλον που αντιλαμβάνεται ο άνθρωπος μέσω των αισθήσεων. Με αυτό τον τρόπο, συνδυάζει τον πραγματικό με τον εικονικό κόσμο, με κυρίαρχο τον πραγματικό, και επιτρέπει την αλληλεπίδραση σε πραγματικό χρόνο. Μέσω της κάμερας και του συστήματος GPS ενός smartphone παρέχονται πληροφορίες (κείμενα, εικόνες, ήχοι, βίντεο) για σημεία ενδιαφέροντος (Points of Interest - POI) στη γεωγραφική θέση που βρίσκεται ο χρήστης και στοχεύει με την κάμερα του ή μέσω αναγνώρισης των σημείων που περιλαμβάνονται στην εικόνα. Η θέαση των εικονικών δεδομένων είναι δυνατή είτε από τις οθόνες κινητών είτε από ειδικά γυαλιά προβολής. Η τεχνολογία Augmented Reality χρησιμοποιείται κυρίως στα έξυπνα κινητά τηλέφωνα (smartphones) αλλά και σε Infokiosk πληροφόρησης, παρουσιάσεων και events. Ενδεικτικά πεδία εφαρμογών της επαυξημένης πραγματικότητας είναι τα πεδία που συνδέονται με τις υπηρεσίες θέσης (Location Based Services), με σημείο αιχμής τον τουρισμό και τις μουσειακές ξεναγήσεις ή τις ξεναγήσεις σε μία πόλη. Η προσθήκη περιεχομένου στην εμπειρία του χρήστη καθιστά εφικτή την υλοποίηση πολλών εφαρμογών



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα *(συνέχεια)*

εμπορικής φύσης, όπως διαφήμιση ή εμπορικές αγορές, ενώ μπορεί ταυτόχρονα να υποστηρίξει αποτελεσματικά εκπαιδευτικές εφαρμογές.

Η «**εικονική πραγματικότητα (virtual reality)**» αντικαθιστά δημιουργεί μια νέα πραγματικότητα και αποτελεί πλέον μια ώριμη τεχνολογία που καθίσταται προσιτή μέσω πληθώρας κινητών συσκευών. Στοχεύει στη δημιουργία μιας προσομοίωσης του πραγματικού κόσμου και στην εμπύθιση του χρήστη σε αυτόν, ο οποίος πλέον δεν έχει επαφή με την πραγματικότητα.

Οι δύο τεχνολογίες αυτές, ολοένα και περισσότερο προσιτές μέσω headsets χαμηλού κόστους ή μέσω συσκευών που βασίζονται στο κινητό τηλέφωνο του χρήστη, αναμένονται να έχουν ιδιαίτερα υψηλή χρήση μέχρι το 2020 σύμφωνα με τις προβλέψεις της DigiCapital. Οι ψυχαγωγικές και εκπαιδευτικές εφαρμογές αναμένονται να αποτελέσουν τον κύριο πυλώνα εφαρμογών για τους πολιτιστικούς οργανισμούς.





### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

#### 3.5.1.3 Υβριδικός χώρος και σύμμιξη φυσικού με το ψηφιακό

Το κινητό τηλέφωνο «αντικείμενο της καθημερινότητας που δεν αποχωριζόμαστε», σύμβολο του σύγχρονου καταναλωτισμού και ορόσημο στην ιστορία των μέσων– δεν είναι πλέον μόνο ένα μέσο επικοινωνίας μεταξύ δύο ατόμων: έχει εξελιχθεί σε ένα πολυλειτουργικό «κέντρο επικοινωνιών», σε έναν μικρο-υπολογιστή με τον οποίο μπορούμε να συνομιλούμε προφορικά με άλλους, να ανταλλάσσουμε γραπτά μηνύματα, να αναζητούμε κάθε είδους πληροφορία, να καταναλώνουμε πολιτισμικά προϊόντα, να πλοηγούμαστε στον φυσικό χώρο και να δικτυωνόμαστε με τους άλλους στις διάφορες πλατφόρμες του Ιστού. **Με την ενσωμάτωσή του στις κινητές συσκευές, το Διαδίκτυο εξελίσσεται, γίνεται ένα Κινητό Μέσο, και ταυτόχρονα ο ίδιος ο ιστός της καθημερινής μας ζωής. Είναι εκεί ανά πάσα στιγμή, μονίμως και διαρκώς προσβάσιμο, 24 ώρες την**

**ημέρα, «ακολουθώντας» τον χρήστη στα διαφορετικά πλαίσια της καθημερινής του ζωής.** Εν κινήσει μπορούμε να αναζητήσουμε πληροφορίες στον Ιστό, να κοινοποιήσουμε μια φευγαλέα σκέψη ή μια φωτογραφία στο προσωπικό μας «προφίλ», να παίξουμε ένα παιχνίδι. Το Διαδίκτυο γίνεται πανταχού παρόν, διάχυτο μέσα στο φυσικό περιβάλλον, και στο συνεχές της καθημερινής μας ζωής· μια «αόρατη» τεχνολογία.

“  
Η κινητή συσκευή  
θα μπορούσε μάλιστα  
να θεωρηθεί από  
μόνη της ένας τόπος,  
ένα «φορητό σπίτι» στο  
οποίο «κατοικούμε»  
”

Η σύγκλιση όλων σχεδόν των γνωστών μέσων (τηλέφωνο, Διαδίκτυο, βίντεο, φιλμ, μουσική, επαφές, δίκτυα, ημερολόγια κ.λπ.) σε μια ενιαία και μοναδική επιφάνεια διεπαφής, αυτή της κινητής συσκευ-

ής, σημαίνει ότι τα άτομα μπορούν απρόσκοπτα και ταχύτατα να «μετακινούνται» μεταξύ διαφορετικών μέσων, πηγών, καναλιών πληροφορίας και επικοινωνίας. **Η κινητή συσκευή θα μπορούσε μάλιστα να θεωρηθεί από μόνη της ένας τόπος, ένα «φορητό σπίτι» στο οποίο «κατοικούμε», χρησιμοποιώντας την ψηφιακή του μνήμη για να αποθηκεύσουμε ένα μεγάλο κομμάτι της ζωής μας, των αναμνήσεων αλλά και της ίδιας της επικοινωνιακής δυνατότητας με τους οικείους μας.**



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

Τα όρια αυτά μοιάζουν να θολώνουν έτι περαιτέρω και ως αποτέλεσμα της ασταμάτητης τάσης προς την ανάπτυξη εφαρμογών επίγνωσης θέσης (location-awareness) και εντοπισμού θέσης (geopositioning, location awareness) για την «επισήμανση» (geotagging) και την πλοήγηση στον φυσικό χώρο – τεχνολογίες με τις οποίες οι άνθρωποι αποκτούν επίγνωση των χώρων, ενώ ταυτόχρονα και οι τοποθεσίες αποκτούν επίγνωση των ανθρώπων.

Οι αλλαγές αυτές σηματοδοτούν ξεκάθαρα μια θεμελιώδη αλλαγή στην οντολογική σχέση μεταξύ Ανθρώπου και Τεχνολογίας. Στο μακλουανικό μοντέλο για την τεχνολογία ως επέκταση του σώματος (McLuhan, 1967), η κινητή μας συσκευή γίνεται ένα επιπλέον όργανο του σώματός μας που το κουβαλάμε πάντα μαζί μας και το οποίο ενεργοποιείται ανά πάσα στιγμή και σε κάθε χώρο, προκειμένου να επεκτείνει το βεληνεκές των αισθήσεών μας. Η δυνατότητα της τεχνολογίας έχει γίνει αόρατη, διαφανής, δεδομένη. Το να στερούμαστε τις κινητές συσκευές μας βιώνεται ως μια κατάσταση αποκλεισμού από τις υπερσυνδεδεμένες πραγματικότητές μας, ένας μεταφορικός ακρωτηριασμός των ψηφιακά ενισχυμένων φυσικών σωμάτων μας και εγκεφάλων μας.

#### **Εφαρμογές στον χώρο του πολιτισμού**

Οι δυνητικές εφαρμογές στον χώρο του πολιτισμού, ακολουθώντας τις παραπάνω τάσεις, περιλαμβάνουν την αλληλεπίδραση του χρήστη με το μνημείο, τον χώρο ή το πολιτιστικό αντικείμενο μέσα από ένα ανεξάντλητο πλήθος συνδυασμών, οι οποίοι περιρίζονται μόνο από την ανθρώπινη δημιουργικότητα.

Ενδεικτικές εφαρμογές:

- ▶ Ψηφιακές ξεναγήσεις
- ▶ Διαδραστικά ερμηνευτικά μέσα / χώροι εμπύθισης (immersive worlds)
- ▶ Συλλογή δεδομένων ροής και ενδιαφέροντος επισκεπτών ενός χώρου ή μιας έκθεσης μέσω αισθητήρων
- ▶ Εκπαιδευτικές βιωματικές εφαρμογές
- ▶ "Wearable" συσκευές (που φοριούνται) μπορούν να βελτιώσουν, να αυτοματοποιήσουν ή να δημιουργήσουν νέες εμπειρίες κατά την περιήγηση σε έναν χώρο
- ▶ Εφαρμογές ασφαλείας για την παρακολούθηση του χώρου.



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

#### 3.5.1.4 Ευρυζωνικότητα και Cloud

Απαραίτητη προϋπόθεση για την αποτελεσματική υλοποίηση των εφαρμογών που αναφέρθηκαν είναι **ένα προηγμένο και καινοτόμο περιβάλλον, το οποίο αποτελείται από γρήγορες συνδέσεις με το Διαδίκτυο και κατάλληλες δικτυακές υποδομές για την ανάπτυξη νέων ευρυζωνικών υπηρεσιών και εφαρμογών. Αυτή είναι ακριβώς και η έννοια της «Ευρυζωνικότητας».**

Πιο συγκεκριμένα, εννοείται μία κατάλληλη δικτυακή υποδομή που δίνει τη δυνατότητα αδιάλειπτης σύνδεσης υψηλής ταχύτητας (10-100 φορές γρηγορότερα της συμβατικής), ικανοποιεί τις εκάστοτε ανάγκες σε εύρος ζώνης, αναδραστικότητα και διαθεσιμότητα, και είναι ικανή να αναβαθμίζεται συνεχώς και με μικρό επιπλέον κόστος, ώστε να εξακολουθεί να ικανοποιεί τις ανάγκες όπως αυτές αυξάνονται και μετεξελίσσονται με ρυθμό και κόστος που επιτάσσει η πρόοδος της πληροφορικής και της τεχνολογίας επικοινωνιών.

Από την άλλη, με τον όρο **“Cloud Computing”** εννοείται ένα μοντέλο παροχής υπηρεσιών τεχνολογίας που επιτρέπει την πρόσβαση μέσω Διαδικτύου σε κοινόχρηστους τεχνολογικούς «πόρους», όπως δίκτυα, servers, αποθηκευτικό χώρο, εφαρμογές, δίνοντας με αυτόν τον τρόπο τη δυνατότητα στους τελικούς χρήστες να τους αποκτήσουν και να τους χρησιμοποιήσουν γρήγορα και εύκολα.

Στη συνέχεια εξηγούνται τα διάφορα είδη ευρυζωνικών υπηρεσιών Cloud Computing που αποτελούν σημείο αφετηρίας για τον σχεδιασμό μιας ψηφιακής υπηρεσίας από την πλευρά του διαχειριστή (εν προκειμένω, του πολιτιστικού οργανισμού):

#### ■ Software as a Service (SaaS)

Οι εφαρμογές SaaS παρέχονται μέσω Διαδικτύου με διάφορα μοντέλα πληρωμών, είτε συνδρομητικό, είτε pay-as-you-go, είτε χωρίς χρέωση όταν το κόστος παροχής καλύπτεται για τον προμηθευτή με έμμεσα έσοδα διαφήμισης. Οι εφαρμογές φιλοξενούνται από τον πάροχό τους σε κοινόχρηστες τεχνολογικές υποδομές και πόρους, οι οποίοι κατανέμονται στους διάφορους χρήστες ανάλογα με τις κατά περίπτωση ανάγκες τους. Οι χρήστες δεν εμπλέκονται στις διαδικασίες αναβάθμισης των εφαρμογών σε νεότερες εκδόσεις ή διορθώσεών τους σε περιπτώ-



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)



σεις σφαλμάτων. Οι εφαρμογές διαθέτουν συνήθως ένα εύκολο σετ εντολών μέσω Διαδικτύου (API) το οποίο χρησιμοποιείται για την ενσωμάτωσή τους σε άλλες εφαρμογές.

#### ■ Platform as a Service (PaaS)

Τα εργαλεία PaaS επιτρέπουν τη δημιουργία διαδικτυακών εφαρμογών από τρίτους χρήστες χωρίς να απαιτείται επένδυση σε εξειδικευμένο λογισμικό προγραμματισμού και των αντίστοιχων υποδομών υποστήριξής του· παρέχονται και αυτές μέσω Διαδικτύου.

#### ■ Infrastructure as a Service (IaaS)

Οι υποδομές IaaS καλύπτουν τις υλικοτεχνικές ανάγκες των SaaS και PaaS μέσω της διάθεσης κοινόχρηστων πόρων server, λογισμικού, χώρου datacenter και εξοπλισμού δικτύου χωρίς την ανάγκη πάγιας αγοράς τους.

### 3.5.2 Τεχνολογικά πεδία πολιτιστικής διαχείρισης

Προσπαθώντας να δώσουμε μια όσο γίνεται απλή και συνοπτική εικόνα ενός σύνθετου χώρου, μπορούμε να ορίσουμε αδρά **τρία τεχνολογικά πεδία της πολιτιστικής διαχείρισης**:



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

- ▶ **τεχνολογίες πρόσβασης** που έχουν να κάνουν με τα μέσα και τις υποδομές διατήρησης, επιμέλειας και προσβασιμότητας του Ψηφιακού Πολιτιστικού Περιεχομένου (ΨΠΠ),
- ▶ **διαδραστικές τεχνολογίες** αναπαράστασης και σχεδιασμού εικονικών χώρων, και
- ▶ **συμμετοχικές τεχνολογίες** επικοινωνίας, δικτύωσης και μάθησης για χρήστες, επισκέπτες και άλλες ομάδες κοινού.

#### 3.5.2.1 Τεχνολογίες πρόσβασης: η διαχείριση του ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου

Ως τεχνολογίες πρόσβασης ορίζουμε τις εφαρμογές, μεθοδολογίες και υποδομές που έχουν ως στόχο την εξασφάλιση της διατήρησης, ορθής διαχείρισης και προσβασιμότητας του ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου. Οι πρακτικές και υποδομές πρόσβασης βρίσκονται εύλογα στην καρδιά των εργασιών των μουσείων, βιβλιοθηκών, αρχείων και άλλων πολιτιστικών ιδρυμάτων που καλούνται να εξασφαλίσουν ότι η πολιτιστική πληροφορία είναι ορθά δομημένη, πλήρως τεκμηριωμένη ως προς το ιστορικό και ερμηνευτικό της πλαίσιο, εύκολα προσβάσιμη και χρηστική ως προς τους τρόπους μετάδοσης και δημοσίευσής της. Με βάση τις πρακτικές που εφαρμόζουν διεθνώς τα πολιτιστικά ιδρύματα, αλλά λαμβάνοντας υπ' όψιν και τον ψηφιακό κύκλο ζωής της πολιτιστικής δημιουργίας από τη στιγμή της δημιουργίας έως τη δημοσίευση, μπορούμε να ξεχωρίσουμε τρεις φάσεις ή κατηγορίες τεχνολογιών και υποδομών πρόσβασης που έχουν να κάνουν με:

- ▶ την ψηφιακή διατήρηση του περιεχομένου,
- ▶ τη διαχείριση και τεκμηρίωση ψηφιακών συλλογών, και
- ▶ τη σημασιολογική επεκτασιμότητα, διαλειτουργικότητα και διασυνδεσιμότητα του περιεχομένου μέσω τεχνολογιών ιστού και γνώσης.

Η εξέλιξη των μουσειακών πληροφοριακών συστημάτων αλλά κυρίως η εμφάνιση του παγκόσμιου «σημασιολογικού ιστού» (semantic web) στα τέλη του 20ού αιώνα σήμαναν μια στροφή σε περισσότερο συστηματοποιημένα, επαγγελματικά και διαχειριστικά μοντέλα προσέγγισης, τα οποία ήταν πλέον προσανατολισμένα στην οργάνωση, δόμηση και διαχείριση των ψηφιακών δεδομέ-





### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

νων ως «διασυνδεδεμένων και ανοιχτών δεδομένων» (linked open data) που περιγράφουν τις πολιτιστικές και αρχαιολογικές συλλογές. Αυτός ο νέος επαγγελματισμός δίνει πλέον προτεραιότητα σε ένα μουσείο δομημένο και τεκμηριωμένο σύμφωνα με διεθνή τεχνικά πρότυπα και σε μεγάλο βαθμό αυτοματοποιημένες διαδικασίες.

#### 3.5.2.2 Διαδραστικές τεχνολογίες: αναπαράσταση και διαδραστικά περιβάλλοντα

Ιδιαίτερα σημαντικό και συνεχώς εξελισσόμενο είναι το τεχνολογικό πεδίο της γεωχωρικής αποτύπωσης, οπτικοποίησης και του **σχεδιασμού της πολιτιστικής πληροφορίας σε αφηγηματικά, διαδραστικά περιβάλλοντα**. Πρόκειται για έναν τομέα όπου η σύγκλιση ανεπτυγμένων εδώ και δεκαετιών τεχνολογιών όπως τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών (Geographical Information Systems - GIS) με αναδυόμενες τεχνολογίες, όπως οι εφαρμογές «εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας» (Virtual Reality & Augmented Reality) που προαναφέρθηκαν ή οι τεχνικές τρισδιάστατης σάρωσης και αναπαράστασης, σε συνδυασμό με έναν ολοένα και πιο προσβάσιμο τεχνικό εξοπλισμό όπως οι οθόνες αφής και υψηλής ανάλυσης, έχουν πολλαπλασιάσει θεαματικά τις δυνατότητες και τα πεδία εφαρμογής.

Αυτό το ευρύ πεδίο καλύπτει ένα τεράστιο φάσμα τεχνολογιών που έρχονται να δώσουν απαντήσεις σε διαφορετικές προβληματικές και επίπεδα δράσης, από τον στρατηγικό σχεδιασμό για τη διατήρηση και βιώσιμη διαχείριση μνημείων, αρχαιολογικών χώρων και ιστορικών συνόλων μέχρι τον δημιουργικό σχεδιασμό πλούσιων ψηφιακών μουσειακών εμπειριών.

#### 3.5.2.3 Συμμετοχικές τεχνολογίες: από τα κοινωνικά δίκτυα στις εκπαιδευτικές εφαρμογές

Οι θεωρίες και οι πολιτικές της πολιτιστικής διαχείρισης δίνουν σήμερα όλο και μεγαλύτερη έμφαση στον συμμετοχικό σχεδιασμό, τις δημόσιες και κοινωνικές δράσεις και την εμπλοκή διαφορετικών ομάδων κοινού, όχι μόνο σε σχέση με τη χρήση και ερμηνεία του πολιτισμικού κεφαλαίου αλλά και με την ίδια τη



### 3. Η διεθνής πραγματικότητα (συνέχεια)

συνδημιουργία και τη συνεργατική διαχείρισή του. Ανταποκρινόμενοι σε αυτήν την τάση, οι πολιτιστικοί οργανισμοί, **κατεβαίνοντας «από την Ακρόπολη στην Αγορά»**, όπως εύστοχα σημειώνει η Nancy Proctor, αναπτύσσουν εργαλειαθικές και περιβάλλοντα ενεργής συμμετοχής του κοινού στην ερμηνεία πολιτιστικών συλλογών, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε κοινωνικές και εκπαιδευτικές δράσεις.

Αν και το φάσμα των πολιτιστικών εφαρμογών και τεχνολογιών που θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε «συμμετοχικές» είναι εξαιρετικά πλούσιο και πλατύ, μπορούμε να ξεχωρίσουμε δύο κατηγορίες ως προς το είδος της συμμετοχής του χρήστη ή του επισκέπτη:

**Η πρώτη κατηγορία έχει να κάνει με εφαρμογές και τεχνολογίες παραγωγής, δημοσίευσης ή σχολιασμού ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου από τους ίδιους τους χρήστες.** Εδώ περιλαμβάνονται τόσο κοινωνικά δίκτυα και δημόσιες πλατφόρμες, η ενσωμάτωση των οποίων στην ψηφιακή παρουσία των πολιτιστικών οργανισμών θεωρείται πλέον δεδομένη, όσο και –κυρίως– εφαρμογές πληθοπορισμού (crowdsourcing), συνεργατικής συγγραφής και επισήμειωσης (collaborative tagging/authoring,) και αξιοποίησης περιεχομένου παραγόμενου από τους ίδιους τους χρήστες (user-generated content) που κινητοποιούν κοινότητες χρηστών με βάση θεματικούς άξονες ή προσωπικά ενδιαφέροντα.

**Μια δεύτερη κατηγορία είναι αυτή της δημιουργικής και μαθησιακής συμμετοχής του κοινού με τη χρήση εκπαιδευτικών μέσων και δημιουργικών εφαρμογών** όπως η προσαρμοσμένη διαδραστική πλοήγηση μέσω κινητών συσκευών, τα ηλεκτρονικά εκπαιδευτικά παιχνίδια (serious games) σε εικονικό και φυσικό χώρο ή ακόμη, πιο πρόσφατα, δράσεις που βασίζονται στις δυνατότητες της τρισδιάστατης εκτύπωσης. Αυτού του είδους οι εφαρμογές στοχεύουν στην ενεργή και πρακτική εμπλοκή στοχευμένων ομάδων επισκεπτών με το περιεχόμενο και τα υλικά των μουσείων, αρχείων και συλλογών μέσα από βιωματικές δράσεις που είναι σχεδιασμένες έχοντας κατά νου συγκεκριμένα μαθησιακά ή μουσειολογικά αποτελέσματα.



# 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα



# Σύνοψη

## 4.1 Σύνοψη

Ποικίλα ψηφιακά έργα και σχετικές καινοτόμες πρωτοβουλίες, σε συνδυασμό με τα ερευνητικά κέντρα, τα συνέδρια και τα εκπαιδευτικά προγράμματα για την πολιτιστική διαχείριση, τις ψηφιακές τέχνες και τις ψηφιακές ανθρωπιστικές επιστήμες που έχουν καθιερωθεί τα τελευταία χρόνια, έχουν ενισχύσει τη θέση της Ελλάδας στον ευρωπαϊκό χάρτη του ψηφιακού πολιτισμού. Παράλληλα, δημιουργούν προοπτικές για την είσοδο νέων επιστημόνων και επαγγελματιών σε αυτό το ευρύ διεπιστημονικό πεδίο που εκτείνεται από την αρχαιολογία, τη μουσειολογία ή την αρχιτεκτονική έως τα πληροφοριακά συστήματα και τον διαδραστικό σχεδιασμό. Παρ' όλα αυτά, και όπως καταδεικνύουν οι δείκτες Ανταγωνιστικότητας και Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας για την **εξαιρετικά χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα της χώρας σε σχέση με τις υπόλοιπες της Ευρωπαϊκής Ένωσης**, πολλά βήματα μένουν ακόμη να γίνουν σε κάποιες βασικές κατευθύνσεις, απολύτως συναφείς με τους **στόχους της «Ψηφιακής Ελλάδας 2016-2021»** ως προς:

- ▶ τον **ευρύτερο συντονισμό μεταξύ των πολιτιστικών οργανισμών** για κοινά πρότυπα και καλές πρακτικές βιωσιμότητας, δημόσιας πρόσβασης και «ανοικτότητας» της πολιτιστικής πληροφορίας,
- ▶ την **ανάπτυξη κοινών υποδομών, προγραμμάτων, δικτύων και μεθοδολογιών** για την ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση επαγγελματιών της πολιτιστικής διαχείρισης που θα μπορούσαν να μειώσουν το κόστος υιοθέτησης νέων τεχνολογιών και να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητα σχετικών έργων κυρίως για πολιτιστικούς οργανισμούς μικρής ή μεσαίας κλίμακας,
- ▶ την **αμεσότερη σύνδεση και καλύτερη επικοινωνία της ακαδημαϊκής κοινότητας με το καθημερινό «πεδίο» της πρακτικής της πολιτιστικής διαχείρισης** σε σχέση με τις σύγχρονες ανάγκες και προκλήσεις.



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα

### 4.2 Επισκόπηση του πεδίου

Η ελληνική πραγματικότητα στο πεδίο του ψηφιακού πολιτισμού, παρά τα προβλήματα, τα κενά και τις όποιες καθυστερήσεις, έχει απορροφήσει σε σημαντικό βαθμό τη διεθνή εμπειρία και παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια έντονη δραστηριότητα. Οι ψηφιακές πολιτιστικές δράσεις στην Ελλάδα έχουν προσδιοριστεί σε μεγάλο βαθμό από τις χρηματοδοτικές δυνατότητες των ευρωπαϊκών προγραμμάτων, από τις προτεραιότητες και τις κατευθυντήριες γραμμές του Υπουργείου, μέσω του εποπτικού του ρόλου, αλλά και από σημαντικές πρωτοβουλίες μεγάλων πολιτιστικών και ερευνητικών ιδρυμάτων, όπως για παράδειγμα του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών, των Μουσείων Μπενάκη και Κυκλαδικής Τέχνης, της Εθνικής Πινακοθήκης, του Βυζαντινού και Χριστιανικού Μουσείου, του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού και του Πολιτιστικού Ιδρύματος Ομίλου Πειραιώς. Ταυτόχρονα, φορείς μικρής ή μεσαίας κλίμακας ή ανεξάρτητοι μη κυβερνητικοί οργανισμοί έχουν καταφέρει να αφήσουν το στίγμα τους και να πρωτοπορήσουν μέσω συνεργατικών δικτύων στην εφαρμογή τεχνολογιών για τη διαχείριση της γνώσης και της πολιτιστικής πληροφορίας.





## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

Στην **πρώιμη φάση της ελληνικής εμπειρίας κατά τη δεκαετία του 1990** σημαντικό ρόλο έπαιξαν κάποια πρώτα κέντρα εξειδίκευσης και έργα ηλεκτρονικής τεκμηρίωσης όπως το Κέντρο Πολιτισμικής Πληροφορικής στο Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας στην Κρήτη (ΙΤΕ), το πρώτο μουσειακό τμήμα τεκμηρίωσης στο Μουσείο Μπενάκη ή **η πρώτη απόπειρα για ένα εθνικό σύστημα τεκμηρίωσης και δημιουργίας ενός Εθνικού Αρχείου Μνημείων**. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 οι νέες τεχνολογίες στον πολιτισμό και στη διαχείρισή του εισάγονται σταδιακά ως αντικείμενο τόσο σε ερευνητικά προγράμματα όσο και σε νέα πανεπιστημιακά τμήματα και προγράμματα σπουδών. **Η χρηματοδοτική ώθηση ευρωπαϊκών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων όπως η Κοινωνία της Πληροφορίας και, σε δεύτερη φάση, η Ψηφιακή Σύγκλιση βοήθησαν στο να δοθεί προτεραιότητα σε έργα ψηφιοποίησης ιστορικών αρχείων και βιβλιοθηκών, συλλογών τέχνης και**

**αρχαιολογικών συλλογών.** Αρκετά από τα έργα που υλοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια αυτής της μικρής «έκρηξης» ψηφιοποίησης δημιούργησαν μια σειρά από συλλογές και αποθετήρια ψηφιακού περιεχομένου όπως ο Πανδέκτης του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης αρχικά και το searchculture.gr στη συνέχεια και άνοιξαν τις προοπτικές δημοσίευσης και ευρύτερης πρόσβασης στο ελληνικό πολιτιστικό περιεχόμενο και στα δεδομένα.

Παρά την αναμφισβήτητη σημασία που είχαν για τον χώρο του ψηφιακού πολιτισμού πρωτοβουλίες όπως οι ανωτέρω, **θεμελιώδη προβλήματα εξακολουθούν να υφίστανται.** Τα προβλήματα αυτά μπορούν να αναλυθούν στις εξής βασικές κατηγορίες:



Η συλλογή της πληροφορίας έγινε για τα συγκεκριμένα χρηματοδοτικά προγράμματα, αλλά ποτέ δεν συνδέθηκε με τις υπηρεσιακές και οργανωτικές δομές του Υπουργείου σε μόνιμη βάση



- ▶ Μολονότι υπήρξαν προσπάθειες καταγραφής, ψηφιοποίησης και τεκμηρίωσης του πολιτιστικού αποθέματος από πολύ νωρίς και αργότερα προσπάθειες δημοσίευσης της σχετικής πληροφορίας, οι προσπάθειες αυτές αντιμετώπισαν ουσιαστικά προβλήματα διαδικασίας, θεσμικού πλαισίου και συνέχειας. **Η συλλογή της πληροφορίας έγινε για τα συγκεκριμένα**



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

**κριμένα χρηματοδοτικά προγράμματα, αλλά ποτέ δεν συνδέθηκε με τις υπηρεσιακές και οργανωτικές δομές του Υπουργείου σε μόνιμη βάση.** Το ίδιο ίσχυσε και για τη δημοσίευση της πληροφορίας που αφορούσε σε ένα εξαιρετικά μικρό υποσύνολο του αρχικού υλικού που και το ίδιο αποτελούσε ήδη ένα υποσύνολο του αρχαιολογικού υλικού εν γένει.

- ▶ Η εργασία του αρχαιολόγου έχει τουλάχιστον δύο διαστάσεις, μία επιστημονική και μία δεύτερη διοικητική, που συχνά αγνοήθηκαν **από τα χρηματοδοτικά προγράμματα τα οποία έδωσαν έμφαση στη δημοσιοποίηση της πληροφορίας χωρίς να ασχολούνται με τη συλλογή και την τεκμηρίωσή της στην πηγή.** Η παθογένεια αυτή σε μεγάλο βαθμό υπαγορεύτηκε από την εξέλιξη των γενικών στόχων των χρηματοδοτικών προγραμμάτων που σταδιακά σταμάτησαν να χρηματοδοτούν υποδομές και έδωσαν έμφαση στην παροχή υπηρεσιών, αγνοώντας την πραγματικότητα ότι σε προηγούμενες προγραμματικές περιόδους δεν είχαν επιτευχθεί οι ουσιαστικοί στόχοι που είχαν τεθεί. Ταυτόχρονα, δόθηκε έμφαση στις υποδομές με τη μορφή κατακερματισμένων υπολογιστικών υποδομών (π.χ. εξυπηρετητές) ή ψηφιοποιήσεων σε μεγάλες ποσότητες αλλά χωρίς στρατηγική στόχευση (π.χ. πολλές φορές στόχος ήταν η ψηφιοποίηση με ποσοτικά και όχι απαραίτητα με ποιοτικά κριτήρια). Το αποτέλεσμα ήταν οι Προσκλήσεις που προκηρύχθηκαν στο πλαίσιο της προγραμματικής περιόδου 2007-2013 να θεωρούν δεδομένη την υλοποίηση υποδομών συλλογής, τεκμηρίωσης και διάθεσης βασικής πληροφορίας σε κεντρικό επίπεδο, ενώ τα έργα αυτά δεν είχαν ποτέ ολοκληρωθεί. Από την άλλη, και τα ολοκληρωμένα έργα, ελλείπει δομών συντήρησης, έχαναν διαρκώς την αξία τους.
- ▶ Τα χρηματοδοτικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την υλοποίηση των ως άνω προγραμμάτων χαρακτηρίζονται από **εξαιρετικά μεγάλους χρόνους επώασης, σχεδιασμού και υλοποίησης, με σοβαρά προβλήματα στις διαγωνιστικές διαδικασίες και δύσκολες σε τροποποίηση προδιαγραφές.** Το αποτέλεσμα είναι τα έργα να έχουν απαξιωθεί ήδη από το στάδιο της υλοποίησής τους (π.χ. η ανάλυση φωτογραφιών για τεκμηρίωση αρχαιολογικών έργων είναι χαμηλή κ.λπ.)
- ▶ Ακόμη και στην περίπτωση που δημιουργήθηκαν κεντρικές υποδομές με σύγχρονες και ευέλικτες προδιαγραφές, όπως στην περίπτωση της Πρόσκλησης 31 και του Εθνικού Κέντρου



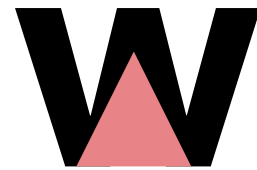
## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

Τεκμηρίωσης, τα τεκμήρια που τελικά συγκεντρώθηκαν δεν ήταν αρχαιολογικά τεκμήρια, αλλά περιφερειακά τεκμήρια από φορείς εκτός του Υπουργείου.



### δυνατά σημεία

- Πολιτιστικό περιεχόμενο υψηλής αξίας σε ποιότητα
- Υφιστάμενες υποδομές σε λειτουργία: Εθνικό Αρχείο Μνημείων, Αρχαιολογικό Κτηματολόγιο, Εθνικός Συσσωρευτής Περιεχομένου
- Ψηφιοποιημένο και τεκμηριωμένο πολιτιστικό περιεχόμενο από την Πρόσκληση 31
- Διαχρονικά υψηλό επίπεδο ζήτησης πολιτιστικού περιεχομένου και συνδυασμού του με τουριστικές υπηρεσίες
- Υψηλό ποσοστό συμμετοχής σε ευρωπαϊκά έργα και δίκτυα
- Διείδυση κινητής τηλεφωνίας και ευρυζωνικότητας
- Υψηλές επιδόσεις σε ακαδημαϊκό επίπεδο (μεγάλος αριθμός δημοσιεύσεων και συνεργασιών στο χώρο της ψηφιακής τεχνολογίας και του πολιτισμού)



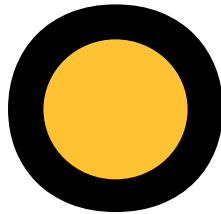
### αδύνατα σημεία

- Συνολικά περιορισμένο διαθέσιμο ψηφιακό πολιτιστικό περιεχόμενο
- Περίπλοκο θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο για τη διαχείριση του πολιτισμού και των χρηματοδοτήσεων
- Ελλιπείς τηλεπικοινωνιακές υποδομές σε χώρους πολιτισμού και καθυστερήσεις στη δημιουργία ταχέων ψηφιακών δικτύων
- Εγγενείς αδυναμίες τόσο στη δομή της αγοράς εργασίας και της οικονομικής ανάπτυξης, όσο και στο επιχειρηματικό περιβάλλον
- Περιορισμένη χρήση διαδικτύου για την ολοκλήρωση ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Περιορισμένες δομές ηλεκτρονικής διακυβέρνησης
- Περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό σε φορείς πολιτισμού με επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες και περιορισμοί σε νέες προσλήψεις
- Περιορισμένες επενδύσεις σε Έρευνα και Καινοτομία
- Περιορισμένη αξιοποίηση των αποτελεσμάτων ερευνητικών έργων





## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)



### ευκαιρίες

- Αξιοποίηση νέων δικτυακών τεχνολογιών και εργαλείων
- Επαναχρησιμοποίηση περιεχομένου με στόχο τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας (εμπορικής και πολιτιστικής)
- Αξιοποίηση υφιστάμενων υποδομών ανάδειξης του περιεχομένου (π.χ. Euroreana, Εθνικός Συσσωρευτής Περιεχομένου)
- Συνέργειες με ιδιωτική πρωτοβουλία στο πλαίσιο της ψηφιακής οικονομίας
- Ανάπτυξη της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας
- Αξιοποίηση του κοινού στο πλαίσιο της οικονομίας των κοινών
- Περαιτέρω αξιοποίηση ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών εργαλείων και αξιοποίησης αποτελεσμάτων
- Επενδύσεις σε έρευνα και καινοτομία
- Ενεργοποίηση τοπικών κοινοτήτων
- Συνδυασμός δράσεων πολιτισμού και τουρισμού στο πλαίσιο της περιφερειακής ανάπτυξης
- Ανοικτά δεδομένα, ανοικτή πρόσβαση, ανοικτή καινοτομία, ανοικτά πρότυπα
- Δυνατότητες αξιοποίησης ηλεκτρονικών μέσων για την ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων



### απειλές

- Πλαίσιο διαχείρισης και εκκαθάρισης πνευματικών δικαιωμάτων
- Πλαίσιο διαχείρισης συγχρηματοδοτούμενων έργων
- Περαιτέρω καθυστερήσεις έναρξης υλοποίησης έργων της νέας προγραμματικής περιόδου
- Μειωμένη ανταπόκριση τοπικής αγοράς σε νέα έργα λόγω περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων και κρίσης
- Μειωμένη εμπορική αξιοποίηση περιεχομένου
- Μειωμένο ενδιαφέρον πολιτιστικών φορέων για καινοτομία και δράσεις της οικονομίας των κοινών
- Περιορισμοί στην επαναχρησιμοποίηση του περιεχομένου και μειωμένη ανταπόκριση σε δράσεις ανοικτότητας



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

### 4.3 Εθνικές πολιτικές

Το σύνολο της ψηφιακής πολιτιστικής στρατηγικής θα πρέπει να ειδωθεί εντός του υπάρχοντος θεσμικού πλαισίου, καθώς και του εκπεφρασμένου πλαισίου πολιτικών τόσο για τον πολιτισμό όσο και για την έρευνα και τις ψηφιακές τεχνολογίες. Τα κείμενα πολιτικής, αναφορικά με τον πολιτισμό, θα πρέπει να αναζητηθούν σε σχέση κυρίως με τα χρηματοδοτικά και αναπτυξιακά προγράμματα αλλά και τους περιορισμούς που θέτει ο Ν. 3028/2002 για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Σε σχέση με τις ψηφιακές τεχνολογίες, τόσο η πολιτική όσο και η σχετική νομοθεσία είναι αρκετά διασπασμένες. Θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να εξετασθούν οι πολιτικές που έχουν διατυπωθεί σε κεντρικό επίπεδο από τη Γενική Γραμματεία Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων σε σχέση με την Εθνική Ψηφιακή Πολιτική, από το γραφείο του Πρωθυπουργού και τη νεοσύστατη Γενική Γραμματεία Ψηφιακής Πολιτικής σε σχέση με την εθνική ψηφιακή στρατηγική, από το Υπουργείο Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης (πρώην Διοικητικής Μεταρρύθμισης) σε σχέση με την ηλεκτρονική και ανοιχτή διακυβέρνηση, καθώς και τα προσίμια των Προσκλήσεων 65, 14 και ιδίως 31 που περιέχουν πολλαπλά στοιχεία για τις πιθανές κατευθύνσεις μια ψηφιακής πολιτικής για τον πολιτισμό.

Επιπλέον, σε επίπεδο νόμων θα πρέπει να εξετασθούν ιδίως οι Νόμοι 3861/2010 για τη Διαύγεια, 3882/2010 για τα ανοιχτά γεωχωρικά δεδομένα και 4305/2010 για τα ανοιχτά δεδομένα καθώς και ο πρόσφατος νόμος για τη Γενική Γραμματεία Ψηφιακής Πολιτικής με έμφαση στην αιτιολογική του έκθεση.

Σε επίπεδο ερευνητικής και περιφερειακής πολιτικής θα πρέπει να ειδωθούν ιδίως τα κείμενα σε σχέση με την έξυπνη εξειδίκευση, σε περιφερειακό και κεντρικό επίπεδο, καθώς και οι Νόμοι 4009/2011 και 4310/2011, όπως ισχύουν σε σχέση με τα ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα.

Στις αρχές του 2017 εκδόθηκε νέα έκδοση της εθνικής ψηφιακής πολιτικής, ιδίως μετά τη σύσταση της Γενικής Γραμματείας Ψηφιακής Πολιτικής και τον μετασχηματισμό της σε Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής.



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)



...υπάρχει πλέον ένα συμπαγές σώμα από νομοθετικά κείμενα και κείμενα πολιτικής που μας δίνουν μια εικόνα για μια ψηφιακή πολιτική που έχει ως στόχο την αύξηση της πρόσβασης στο ψηφιακό απόθεμα με τον πλέον συμφέροντα τρόπο για το ελληνικό δημόσιο και τον πολίτη.



**Παρά τη διασπορά τους, υπάρχει πλέον ένα συμπαγές σώμα από νομοθετικά κείμενα και κείμενα πολιτικής που μας δίνουν μια εικόνα για μια ψηφιακή πολιτική που έχει ως στόχο την αύξηση της πρόσβασης στο ψηφιακό απόθεμα με τον πλέον συμφέροντα τρόπο για το ελληνικό δημόσιο και τον πολίτη.** Παρά το γεγονός ότι οι νόμοι αυτοί αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου συνόλου πολιτικών που εντάσσονται άμεσα ή έμμεσα μέσα στο πλαίσιο των αντίστοιχων ευρωπαϊκών πολιτικών, έχει δοθεί έμφαση κυρίως στο κομμάτι που έχει να κάνει με την υποστήριξη των ψηφιακών υπηρεσιών προς τον πολίτη, παρά το γεγονός ότι, ειδικά στην πιο πρόσφατη προγραμματική περίοδο, το ενδιαφέρον έχει στραφεί προς την ενιαία αγορά και την ανάπτυξη ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στον ψηφιακό κόσμο.

Στα επόμενα χρόνια αναμένεται να δούμε πιο συγκεκριμένες νομοθετικές προτάσεις και προτάσεις πολιτικής στα ακόλουθα θέματα:

- ▶ νέα πολιτική για την έρευνα και την τεχνολογία, με μεγαλύτερη έμφαση τόσο στην ανάπτυξη διανοητικού κεφαλαίου και ιδιοκτησίας όσο και στην ανάπτυξη ψηφιακών υποδομών και στην έξυπνη εξειδίκευση,
- ▶ ολοκληρωμένη νομοθεσία για την ανοιχτή διακυβέρνηση, και
- ▶ έστω συγκεκριμένες ρυθμίσεις για την οικονομία του διαμοιρασμού.



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)



Ενώ διαμορφώνεται πλέον ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο πολιτικών για την ψηφιακή πληροφορία, εξακολουθεί να υπάρχει σοβαρό ζήτημα σε σχέση με τον τρόπο που λειτουργεί στην πράξη η αρχαιολογική νομοθεσία, η νομοθεσία για τα ανοιχτά δεδομένα και την ανοιχτή διακυβέρνηση και η εφαρμογή των πολιτικών για την έρευνα, καινοτομία και ανάπτυξη.



Ενώ διαμορφώνεται πλέον ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο πολιτικών για την ψηφιακή πληροφορία, εξακολουθεί να υπάρχει σοβαρό ζήτημα σε σχέση με τον τρόπο που λειτουργεί στην πράξη η αρχαιολογική νομοθεσία, η νομοθεσία για τα ανοιχτά δεδομένα και την ανοιχτή διακυβέρνηση και η εφαρμογή των πολιτικών για την έρευνα, καινοτομία και ανάπτυξη. Η επίλυση των προβλημάτων αυτών είναι δυνατόν να γίνει σε επίπεδο τόσο κανονιστικών πράξεων εφαρμοστικών της ως άνω νομοθεσίας όσο και με τη δημιουργία ενός συνεκτικού πλαισίου για την επαγγελματική και επιστημονική εξέλιξη των αρχαιολόγων σε συνάρτηση με τη δημόσια διάθεση της πληροφορίας.

### 4.4 Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας

Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας είναι ασθενής, κυρίως λόγω της επιδείνωσής της επί σειρά ετών. Η θέση της Ελλάδας στον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης σύμφωνα με το “The Europe 2020 Competitiveness Report” του World Economic Forum για το 2012 είναι απογοητευτική, καθώς



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

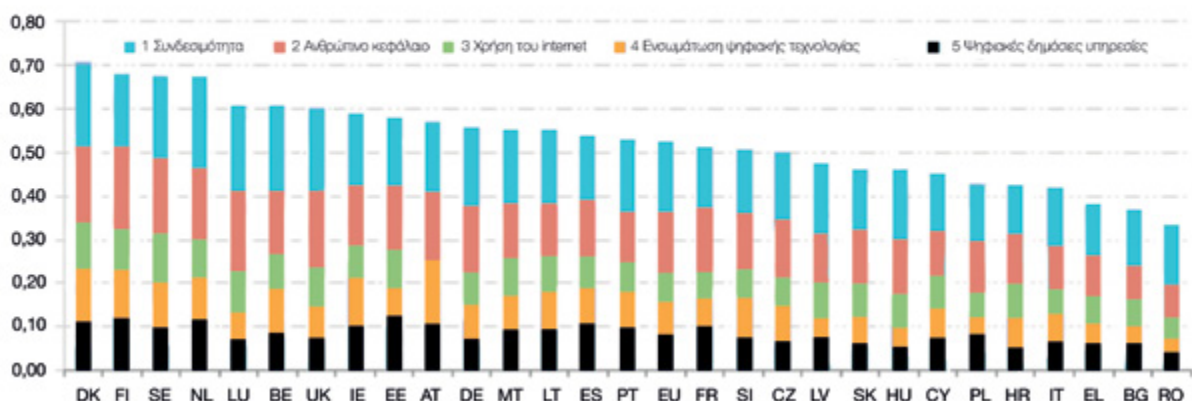
**η χώρα μας κατατάσσεται στην 25η θέση στο σύνολο των (τότε) 27 κρατών-μελών της Ε.Ε.**

Στους παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα και, συνεπώς, την οικονομική ευημερία και ανάπτυξη μιας χώρας περιλαμβάνονται (σε παρένθεση η θέση της Ελλάδας): το Επιχειρηματικό Περιβάλλον (27η), η Ψηφιακή Ατζέντα (25η), η Καινοτομία (23η), η Εκπαίδευση και Κατάρτιση (24η), η Αγορά Εργασίας και Απασχόληση (26η), η Κοινωνική Ένταξη (22η) και η Περιβαλλοντική Αειφορία (22η). Είναι προφανές ότι σε όλους αυτούς τους επιμέρους τομείς η Ελλάδα επιδεικνύει πολύ χαμηλές επιδόσεις.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Δείκτη Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας (DESI) για το 2016, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 26η θέση μεταξύ των 28 της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς παρουσιάζει εκτεταμένες εγγενείς αδυναμίες τόσο στη δομή της αγοράς εργασίας και της οικονομικής ανάπτυξης όσο και στη δυνατότητα ανάπτυξης των ψηφιακών μέτρων.

Μεταξύ των βασικών προβλημάτων αναφέρονται:

**Δείκτης ψηφιακής και κοινωνικής κατάταξης (DESI) 2017**



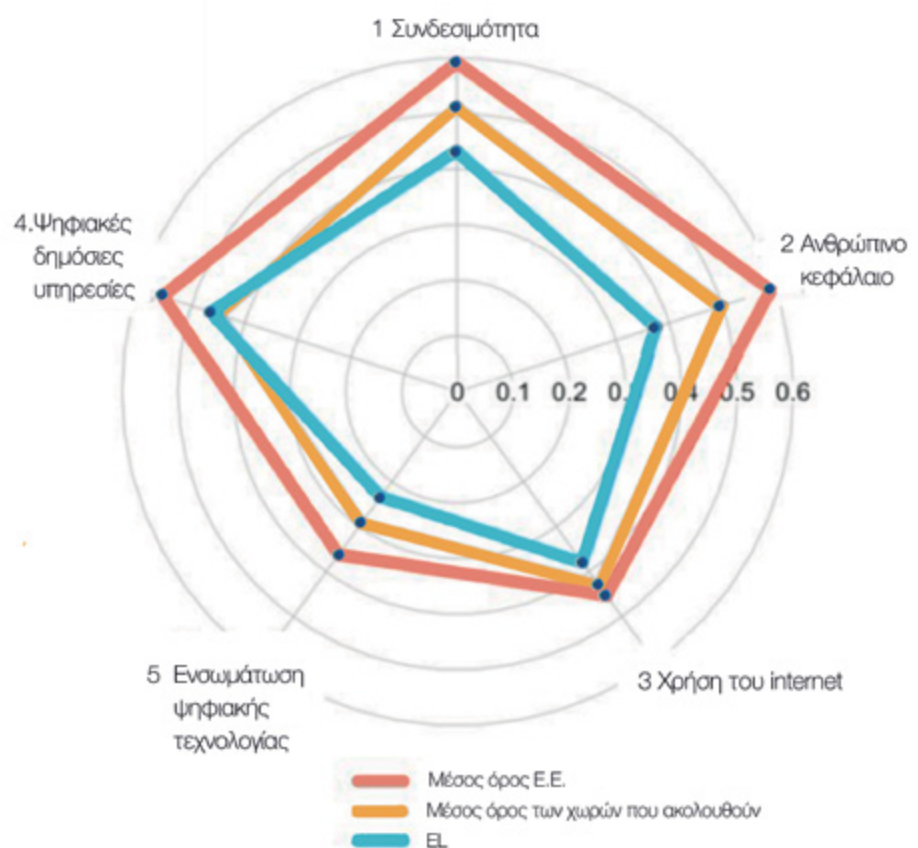
- η χαμηλή απόδοση στην ευρυζωνική διείσδυση,
- η περιορισμένη (συγκριτικά) συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου, ειδικά για θέματα ηλεκτρονικών συναλλαγών και ηλεκτρονικών προμηθειών, και



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

- ▶ οι **περιορισμένες, μέχρι στιγμής, δυνατότητες που υπάρχουν στη δημιουργία ταχέων ψηφιακών δικτύων**, τα οποία θα μπορούσαν να υποστηρίξουν κάθε δραστηριότητα της επιχειρηματικής και της ιδιωτικής ζωής.

Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία του Δείκτη, παρά το γεγονός ότι το 99% των ελληνικών νοικοκυριών έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε σταθερές ευρυζωνικές υπηρεσίες, το 34% δεν έχει ακόμη συνδρομή σε αυτές, κάτι που σημαίνει πως περίπου το 1/3 των εν δυνάμει ψηφιακών καταναλωτών παραμένει εκτός αγοράς. Το γεγονός αυτό **οφείλεται και στο χαμηλό επίπεδο ψηφιακών δεξιοτήτων** (το 30% των πολιτών δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ του το Διαδίκτυο) αλλά κυρίως στην έλλειψη καταναλωτικής εμπιστοσύνης προς τις παρεχόμενες ψηφιακές υπηρεσίες. Είναι χαρακτηριστικό, επίσης, ότι στον Δείκτη Ψηφιακής Ωριμότητας (Digital Density Index) της Accenture, ο οποίος παρουσιάστηκε για πρώτη φορά για τη χώρα μας πρόσφατα, η Ελλάδα είναι στην 17η θέση ανάμεσα στις 18 οικονομίες στον πλανήτη τις οποίες έχει αξιολογήσει μέχρι στιγμής η εταιρεία.





## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

### 4.5 Ψηφιακή Ελλάδα 2016-2021

Πρόσφατα ολοκληρώθηκε η Δημόσια Διαβούλευση της Στρατηγικής για την Ψηφιακή Ανάπτυξη «Ψηφιακή Ελλάδα 2016-2021» από το Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης.

Οι Στρατηγικοί Στόχοι, όπως παρουσιάζονται στο συγκεκριμένο κείμενο, προσεγγίζονται μέσω των κάτωθι επτά τομέων παρέμβασης, που αποτελούν και τους τομείς ανάπτυξης για τα επόμενα έτη:



#### 4.5.1 Ανοιχτά δεδομένα (Open data)

Διάθεση δημόσιων ανοικτών δεδομένων. Αφορά σε δεδομένα ή σύνολα δεδομένων που άπτονται του συλλογικού. Χρειάζεται μια συνεπής πολιτική η οποία θα επιτρέπει την ελεύθερη διάθεση και επαναχρησιμοποίησή τους.



## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

### 4.5.2 Διαλειτουργικότητα (Interoperability)

Η διαλειτουργικότητα συστημάτων και πληροφοριών αποκτά όλο και περισσότερη σημασία καθώς οι χρήστες απαιτούν την παροχή ολοκληρωμένων διαδικτυακών υπηρεσιών. Η διαλειτουργικότητα στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση γίνεται όλο και περισσότερο ζήτημα κρίσιμης σημασίας για τη βελτίωση του παραγωγικού μοντέλου της δημόσιας διοίκησης.

### 4.5.3 Έξυπνες εφαρμογές και υπηρεσίες (Smart applications and services)

Εφαρμογές και υπηρεσίες που με χρήση των ΤΠΕ θα μετασχηματίσουν δυνητικά κάθε τομέα της κοινωνικής και οικονομικής ζωής.

### 4.5.4 Προσβασιμότητα (Access)

Η ηλεκτρονική προσβασιμότητα καθορίζει τις πρωτοβουλίες με τις οποίες θα εξασφαλισθεί για όλους τους πολίτες πρόσβαση στις υπηρεσίες της Κοινωνίας των Πληροφοριών με την άρση των τεχνικών, νομικών, γεωγραφικών ή άλλων φραγμών στους οποίους συχνά προσκρούει η χρήση ψηφιακών και διαδικτυακών υπηρεσιών.

### 4.5.5 Επίτευξη κρίσιμης μάζας (Critical mass)

Αφορά στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην ψηφιακή οικονομία και στην εξωστρέφεια αυτής, με σκοπό την εξισορρόπηση της απαιτούμενης ζήτησης και της προσφοράς συστημάτων και υπηρεσιών ΤΠΕ. Ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και μέσω των ΤΠΕ.





## 4. Η ελληνική ιδιαιτερότητα (συνέχεια)

### 4.5.6 Ψηφιακές Δεξιότητες (Digital skills)

Εξοικείωση πληθυσμιακών ομάδων-στόχων (target groups) με δυνατότητες χρήσης ψηφιακών και διαδικτυακών προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και δημιουργία ζήτησης. Μείωση του ψηφιακού χάσματος, με έμφαση στις αδύναμες ομάδες του πληθυσμού. Δημιουργία «ψηφιακά ώριμης κοινωνίας», επενδύοντας στη δημιουργία ικανότητας των πολιτών να δρουν, να ζουν, να επιχειρούν, να προσδεύουν αξιοποιώντας στο έπακρο τα εργαλεία της ψηφιακής οικονομίας.

### 4.5.7 IT διακυβέρνηση και αλλαγή

Ο τομέας αφορά στην παρέμβαση στη μεθοδολογία υλοποίησης των έργων ανάλογα με το business case με σκοπό τις συνέργειες με συγκεκριμένες επιχειρησιακές αλλαγές και ενσωματωμένες αρχές σχεδιασμού σε έργα κάθε κλίμακας, ώστε να μην υπάρχουν αποσπασματικές νησίδες αλλά μία ολοκληρωμένη παρεμβατική τακτική.

“  
...γνήσια πρόσβαση σε  
προηγμένες ψηφιακές υποδομές,  
επιχειρηματικότητα ανταγωνιστική  
στο διεθνές ψηφιακό περιβάλλον,  
έξυπνη λειτουργία και διασύνδεση  
του κράτους, ψηφιακή συνοχή για  
τις κοινωνικές προκλήσεις...  
”

Όλα τα παραπάνω στοχεύουν στο να αποδώσουν γνήσια πρόσβαση σε προηγμένες ψηφιακές υποδομές, επιχειρηματικότητα ανταγωνιστική στο διεθνές ψηφιακό περιβάλλον, έξυπνη λειτουργία και διασύνδεση του κράτους, ψηφιακή συνοχή για τις κοινωνικές προκλήσεις, ένα έξυπνα βιώσιμο οικοσύστημα για καλύτερη ποιότητα ζωής.



# 5. ■ Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό



# Σύνοψη

## 5.1 Σύνοψη

Στο τρέχον κεφάλαιο αποτυπώνεται με επίκεντρο το «ζων μνημείο», όπως αυτό ορίζεται στο Κεφάλαιο 2 του παρόντος, το σύνολο των πόρων, των μετόχων, των τεχνολογιών και του επιχειρησιακού περιβάλλοντος που οδηγούν στην παραγωγή αξίας και στην ανάπτυξη και προτείνεται συγκροτημένη στρατηγική προσέγγιση για τη διαχείρισή τους με βάση τις εξής ψηφιακές προτεραιότητες:

### έμφαση στις ψηφιακές υποδομές:

- ▶ σύνδεση με οπτική ίνα όλων των μεγάλων μνημείων της χώρας,
- ▶ δημιουργία ενός εθνικού πολιτιστικού υπολογιστικού νέφους (national culture cloud),
- ▶ συγκρότηση μητρώων,
- ▶ άνοιγμα ή επαναχρησιμοποίηση των πολιτιστικών δεδομένων, τόσο σε διοικητικό όσο και σε επιστημονικό επίπεδο, και διερεύνηση των μοντέλων παραγωγής αξίας μέσα από αυτά για την κοινωνία και την οικονομία·

### ενίσχυση των ψηφιακών υπηρεσιών για:

- ▶ βέλτιστη ηλεκτρονική διακυβέρνηση,
- ▶ ψηφιακή διατήρηση, διαχείριση και ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς·

και τα εξής χαρακτηριστικά:

**δημιουργία δικτύων καινοτομίας με τη συμμετοχή του συνόλου των παραγόντων της τριπλής έλικας** (που θα συνταχθούν, ενδεχομένως, γύρω από σύμφωνα ποιότητας), δηλαδή:

- ▶ του δημόσιου τομέα και της τοπικής αυτοδιοίκησης,
- ▶ της ερευνητικής κοινότητας και της κοινωνίας των πολιτών,
- ▶ της ιδιωτικής πρωτοβουλίας·

### διευκόλυνση υλοποίησης με:

- ▶ σχεδιασμό δράσεων και διεύρυνση του θεσμικού πλαισίου για την ανάπτυξη νέων επιχειρησιακών μοντέλων από πλευράς Πολιτείας (Υπουργείο, Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής κ.λπ.),
- ▶ σχεδιασμό δράσεων σε επίπεδο Περιφερειών, ώστε να αναδειχθούν τα τοπικά και αναπτυξιακά στοιχεία του κάθε μνημείου και της ευρύτερης περιοχής και να ακουστούν οι φωνές της τοπικής κοινωνίας.



# 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό

## 5.2 Βασικοί στόχοι της ψηφιακής στρατηγικής

**Η ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό κινείται σε δύο διαστάσεις, την πολιτιστική και την ψηφιακή, και στη βάση αυτών χαράσσεται μια ενιαία επιχειρησιακή προσέγγιση. Εντοπίζεται σε εθνικό, τοπικό και περιφερειακό επίπεδο αλλά βρίσκεται και σε άμεση σχέση και συνάφεια με τις αντίστοιχες τάσεις πολιτικής σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι δύο αυτές διαστάσεις συμπληρώνονται εν συνεχεία από ένα τρίτο οριζόντιο επίπεδο που αφορά στη χάραξη πολιτικών για τη δημιουργία, διαχείριση και αξιοποίηση του διανοητικού και γνωσιακού κεφαλαίου της χώρας και σχετίζεται άμεσα με τις πολιτικές έρευνας, ανάπτυξης και καινοτομίας.**

**Οι τρεις (3) στόχοι της ψηφιακής στρατηγικής θέτουν το πλαίσιο για τη δημιουργία αξίας μέσα από την ψηφιακή πολιτισμική κληρονομιά της χώρας και βρίσκονται σε συνάφεια με τις πολιτικές για την έξυπνη εξειδίκευση, την καινοτομία, την εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση, το περιβάλλον, την έρευνα και την ανάπτυξη και εν γένει τους επτά (7) τομείς παρέμβασης της εθνικής Στρατηγικής για την Ψηφιακή Ανάπτυξη, όπως αναφέρονται στο Κεφάλαιο 3 του παρόντος.**

**Οι τρεις αυτοί στόχοι είναι:**

- ▶ η προστασία και ανάδειξη της πολιτισμικής κληρονομιάς και ταυτότητας μέσα από τα νέα ψηφιακά κανάλια,
- ▶ η δημιουργία προϋποθέσεων και υποδομών και η ανάπτυξη δεξιοτήτων για τη μελλοντική βιωσιμότητα του ψηφιακού πολιτισμού, και
- ▶ η βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από τη διασύνδεση του πολιτισμού με τις τοπικές κοινότητες, την επιχειρηματικότητα και τον τουρισμό.

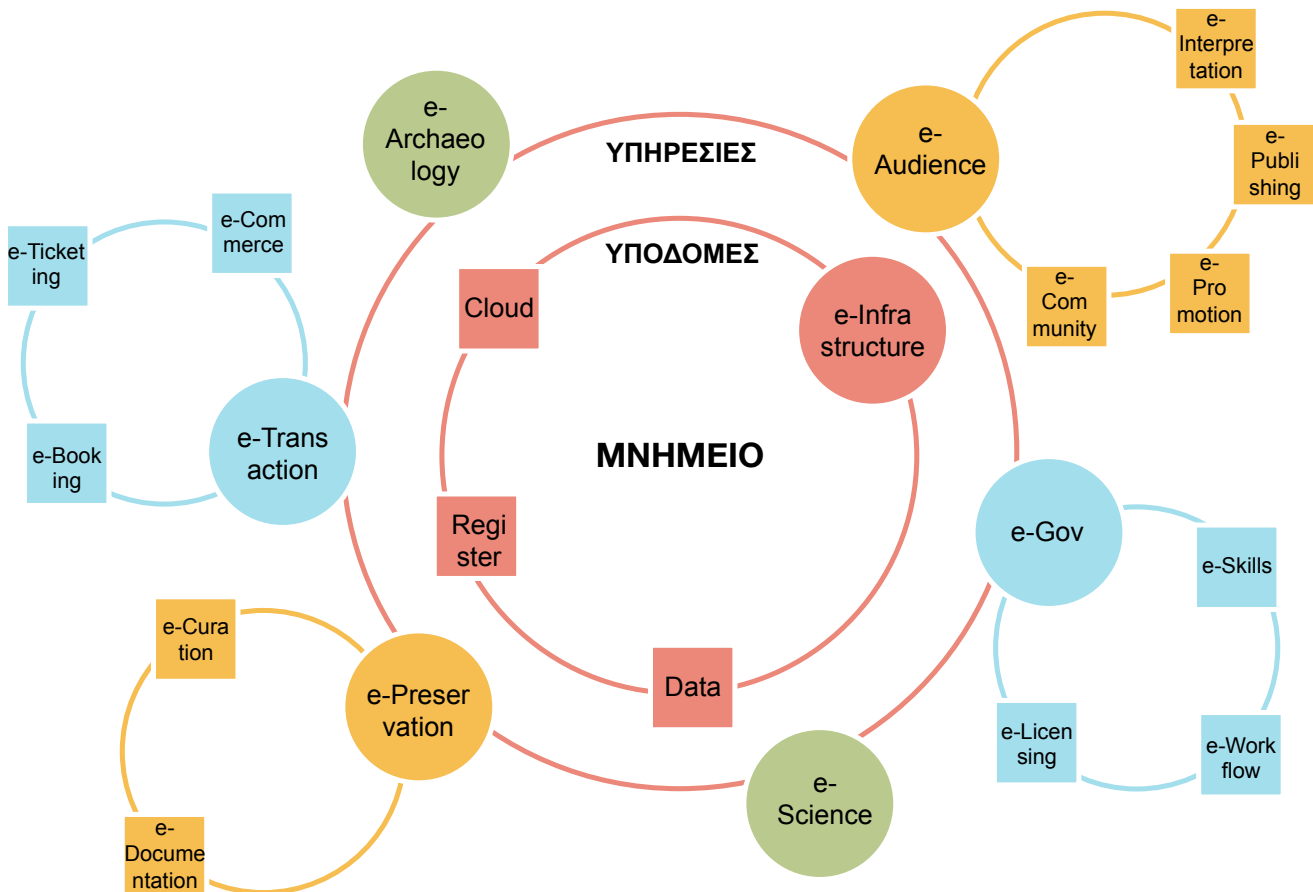
## 5.3 Ψηφιακές προτεραιότητες

Οι ΤΠΕ προσφέρουν μεγάλη ευχέρεια στην αξιοποίηση καινοτόμων και εξατομικευμένων λύσεων για την εφαρμογή ψηφιακής στρατηγικής από τους φορείς διαχείρισης της πολιτισμικής



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

κληρονομιάς. Η βιωσιμότητα της πληροφορίας, **η ανάπτυξη και αξιοποίηση εθνικών εγκαταστάσεων και υποδομών και η ανάπτυξη ποικίλων ψηφιακών υπηρεσιών** πρέπει, επομένως, να αποτελούν πρωταρχική προτεραιότητα μιας εθνικής στρατηγικής και ουσιαστικό υποστηρικτικό εργαλείο για τη βιώσιμη διαχείριση της ψηφιακής πολιτισμικής κληρονομιάς, καθώς και να προσφέρουν το πλαίσιο για την ανάπτυξη των μνημείων και εν γένει των πολιτιστικών οργανισμών.



### 5.3.1 Υποδομές

#### 5.3.1.1 Υποδομές ευρυζωνικότητας

Σε κάθε μνημείο είναι απαραίτητος ο προσδιορισμός, πέραν των φυσικών, των ψηφιακών υποδομών προσβασιμότητας. Οι υποδομές ευρυζωνικότητας αφορούν στη δικτυακή υποδομή που:



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

- ▶ επιτρέπει την κατανεμημένη ανάπτυξη υπαρχόντων και μελλοντικών δικτυακών εφαρμογών και πληροφοριακών υπηρεσιών,
- ▶ δίνει τη δυνατότητα αδιάλειπτης σύνδεσης των χρηστών σε αυτές,
- ▶ ικανοποιεί τις εκάστοτε ανάγκες των εφαρμογών σε εύρος ζώνης, την αναδραστικότητα και τη διαθεσιμότητα, και
- ▶ είναι ικανή να αναβαθμίζεται συνεχώς και με μικρό επιπλέον κόστος ώστε να εξακολουθεί να ικανοποιεί τις ανάγκες όπως αυτές αυξάνονται και μετεξελίσσονται με ρυθμό και κόστος που επιτάσσει η πρόοδος της πληροφορικής και της τεχνολογίας επικοινωνιών.

Εν όψει των δικτύων υψηλής ταχύτητας και χωρητικότητας 5G, οι υποδομές ασύρματης ευρυζωνικής πρόσβασης θεωρούνται απαραίτητη αναπτυξιακή προϋπόθεση, ενώ το κατάλληλο ρυθμιστικό πλαίσιο –αποτελούμενο από πολιτικές, μέτρα, πρωτοβουλίες, άμεσες και έμμεσες παρεμβάσεις, αναγκαίες για την ενδυνάμωση της καινοτομίας, την προστασία του ανταγωνισμού και την εγγύηση σοβαρής ισορροπημένης οικονομικής ανάπτυξης– θα συμβάλει προς αυτή την κατεύθυνση.

### 5.3.1.2 Υποδομές υπολογιστικού νέφους (cloud)

Οι υποδομές νέφους και οι πλατφόρμες αποτελούν συστήματα τεράστιας κλίμακας που ουσιαστικά έχουν μεταμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο παράγουμε και παρέχουμε υπηρεσίες πληροφορικής σήμερα: αντί να αναπτύσσουμε πληροφοριακά συστήματα για τα οποία οι οργανισμοί επωμίζονται τόσο το κόστος ανάπτυξης όσο και το κόστος επιχειρησιακής λειτουργίας και διατήρησής τους, με τις λύσεις της πλατφόρμας κινούμαστε σε ένα περιβάλλον όπου ουσιαστικά καλούμαστε να διαχειριστούμε υπηρεσίες με χαμηλό λειτουργικό κόστος οι οποίες λαμβάνονται από πολλαπλούς παρόχους. Ακόμη και στην περίπτωση που μέρος των συστημάτων μας βρίσκεται σε δικούς μας εξυπηρετητές ή άλλες δικές μας υποδομές, επειδή σχεδόν πάντοτε κάποιο μέρος των υπηρεσιών και της υποδομής μας θα βρίσκεται σε περιβάλλον διαδικτυακής πλατφόρμας, είμαστε αναγκασμένοι να απαντήσουμε (α) στο ερώτημα τι θα παραμείνει εντός του οργανισμού και τι όχι και (β) πώς θα πραγματοποιείται η διαχείριση



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

των συστημάτων, των δεδομένων και του κεφαλαίου που αναπτύσσεται σε αυτές τις υβριδικές υποδομές. Στο πολιτιστικό συμφραζόμενο, το ερώτημα γίνεται εξαιρετικά κρίσιμο όχι μόνο εξαιτίας του νομοθετικού πλαισίου ή της οργανωσιακής κουλτούρας των πολιτιστικών μας οργανισμών, που μπορεί να είναι αντίθετη στη χρήση πλατφορμών, αλλά και εξαιτίας ζητημάτων ασφαλείας, της **ανάγκης για οργανωσιακή αλλαγή, του τρόπου διαχείρισης των διαδικτυακών πλατφορμών** ή μεικτών υποδομών και της ανάγκης για κατάρτιση προτύπων πολιτικών διαχείρισης δεδομένων και γενικότερα γνωσιακού κεφαλαίου (διαδικασίες, έργα, δεδομένα, προϊόντα, υπηρεσίες), τα οποία καθώς καταγράφονται ψηφιακά γίνονται πιο διαχειρίσιμα και αποτελούν ταυτόχρονα πηγή δυναμικής αξίας για τους πολιτιστικούς οργανισμούς στους οποίους ανήκουν.



Οι τεχνολογίες υπολογιστικού νέφους και τα μοντέλα SaaS, PaaS, IaaS αλλά και DaaS (Data-as-a-Service) μπορούν να αξιοποιηθούν από τους πολιτιστικούς οργανισμούς στο πλαίσιο μιας βιώσιμης αναπτυξιακής στρατηγικής, εντός του οποίου οι υποδομές δεν συνδέονται με τη χρηματοδότηση, αλλά αποτελούν μέρος της λειτουργίας του οργανισμού και συνεισφέρουν στη δημιουργία αξίας.



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.3.1.3 Μητρώα

Η προτεραιότητα ανάπτυξης μητρώων αφορά στις **υποδομές καταγραφής, αποθήκευσης και τεκμηρίωσης του περιεχομένου**. Ιδιαίτερη μνεία γίνεται στα ηλεκτρονικά αποθετήρια και στις εθνικές υποδομές διασύνδεσης, στις υποδομές φιλοξενίας του περιεχομένου καθώς και στις υποδομές εθνικής χρήσης (Εθνικός Συσσωρευτής Περιεχομένου Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης, Αρχαιολογικό Κτηματολόγιο, Europeana), οι οποίες προσφέρουν διαλειτουργικότητα συστημάτων και σημασιολογική διασυνδεσιμότητα των δεδομένων. Με αυτό τον τρόπο, καθιστούν το ψηφιακό περιεχόμενο αναζητήσιμο, επαναχρησιμοποιήσιμο και αξιοποιήσιμο μέσω του Διαδικτύου από ολόκληρο τον κόσμο.

### 5.3.1.4 Δεδομένα

Πρόκειται για την κυρίαρχη ίσως τάση στην ψηφιακή τεχνολογία τα τελευταία χρόνια και **μπορεί να συνοψισθεί στη διαρκή και πανταχού παρούσα συλλογή δεδομένων για κάθε μορφή δραστηριότητας**, τα οποία στη συνέχεια υπόκεινται σε επεξεργασία προκειμένου να προσφέρουν καινοτόμα ή ακόμη και βασικά προϊόντα και υπηρεσίες. Η ανάπτυξη των τεχνολογιών μεγάλων δεδομένων είναι συνάρτηση (α) της αδιάκοπης συσσώρευσης των δεδομένων αυτών μέσα από κινητές συσκευές και έξυπνους αισθητήρες –συσσώρευση που έχει αυξηθεί με γεωμετρική πρόοδο τα τελευταία χρόνια– και μέσα από την ύπαρξη πλατφορμών ως βασικού μέσου για την παροχή υπηρεσιών πληροφορικής και (β) της **δυναμικής επέκτασης της Οικονομίας του Διαμοιρασμού που επιτρέπει την επεξεργασία των σχετικών στοιχείων αποκεντρωμένα και ταυτόχρονα από ανθρώπους και μηχανές σε παγκόσμιο επίπεδο**. Η ανάπτυξη των τεχνολογιών Μεγάλων Δεδομένων (Big Data) είναι εξαιρετικά σημαντική για την έννοια του μνημείου τόσο στην κατακόρυφη όσο και στην οριζόντια διάστασή του. Καθώς συλλέγονται στοιχεία για το μνημείο ή για ένα δίκτυο μνημείων και είμαστε πλέον σε θέση να τα επεξεργαζόμαστε, αυξάνουμε την κατανόησή μας για αυτά, ενισχύουμε τη διασύνδεσή μας με αυτά και καταλήγουμε τελικά σε μια εντονότερη και βαθύτερη σχέση μαζί τους. Η επιλογή των εφαρμογών που συνδέονται με το μνημείο, αλλά και ο τρόπος με τον οποίο συναρτάται μία διαδρομή γύρω από τις σχετικές πολιτιστικές, περιβαλλοντικές και παραγωγικές





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

εστίες, βρίσκεται σε άμεση σύνδεση με την παραγωγή δεδομένων και την περαιτέρω χρήση αυτών.

Για τον λόγο αυτό, στην παρούσα πρόταση δίδεται ιδιαίτερη έμφαση:

- ▶ στη **δημιουργία ενός δεδομενο-κεντρικού μοντέλου για τη διαχείριση του μνημείου** στην κατακόρυφη και οριζόντια διάστασή του, και
- ▶ στη **δημιουργία εκείνων των πληροφοριακών, γνωσιακών και κοινωνικών υποδομών** που θα καταστήσουν τη συλλογή και επεξεργασία των σχετικών δεδομένων ως την πλέον αποτελεσματική και αποδοτική για τους πολιτιστικούς στόχους της στρατηγικής.

### 5.3.2 Υπηρεσίες

Η τελευταία και πλέον σημαντική ψηφιακή προτεραιότητα είναι εκείνη που αφορά στη συνολική διαχείριση της **εμπειρίας του χρήστη αναφορικά με το πολιτιστικό περιεχόμενο μέσω προηγμένων υπηρεσιών.**

Η εμπειρία αυτή θα πρέπει να προσδιορίζεται ως προς τους βασικούς της άξονες από σύμφωνα ποιότητας, αλλά ως προς τους τρόπους με τους οποίους θα δίδεται στο κοινό μπορεί να ακολουθηθεί ένα μεικτό μοντέλο: ο πολιτιστικός οργανισμός ο οποίος διαθέτει το περιεχόμενο θέτει ποιοτικά κριτήρια και διατηρεί τον έλεγχο της διάθεσης του περιεχομένου, αλλά θα πρέπει να είναι η –κατά αυτόν τον τρόπο ρυθμισμένη- αγορά που θα προσφέρει τα κανάλια διάθεσης του περιεχομένου στο κοινό. Αυτό είναι κάτι που βλέπουμε ήδη με υπηρεσίες όπως το Google Arts & Culture, τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αλλά και μέσα από άλλες πλατφόρμες δημιουργίας ψηφιακών αφηγήσεων ή παιχνιδιών που ακριβώς κρατούν το συνολικό επίπεδο ποιότητας, αλλά έχουν την ελευθερία να δημιουργήσουν τις εφαρμογές και συνολικά το περιβάλλον που είναι το βέλτιστο για τον χρήστη. Στις υπηρεσίες που διαχειρίζονται την εμπειρία του χρήστη θα πρέπει να προστεθούν και όλα εκείνα τα συστήματα που αφορούν στη διαχείριση του φυσικού χώρου (από τις εγκαταστάσεις



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

υγιεινής μέχρι τα πωλητήρια αρχαιολογικών χώρων και μουσείων) καθώς και το σύνολο των εφαρμογών που συνδέουν είτε πολιτιστικούς χώρους μεταξύ τους είτε πολιτιστικούς χώρους με παρόχους προϊόντων και υπηρεσιών.



ο πολιτιστικός οργανισμός ο οποίος διαθέτει το περιεχόμενο θέτει ποιοτικά κριτήρια και διατηρεί τον έλεγχο της διάθεσης του περιεχομένου, αλλά θα πρέπει να είναι η –κατά αυτόν τον τρόπο ρυθμισμένη– αγορά που θα προσφέρει τα κανάλια διάθεσης του περιεχομένου στο κοινό



Οι δράσεις που υλοποιούνται στο πλαίσιο των «Υπηρεσιών», μπορούν να πούμε ότι εντάσσονται σε έξι (6) ενότητες, τις βασικές διαστάσεις του ψηφιακού πολιτισμού, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως συνιστώσες για τον σχεδιασμό κάθε νέου ψηφιακού έργου. Σημειώνεται εδώ ότι η επιλογή των όρων για τις εν λόγω ενότητες και η σχετική ομαδοποίηση που ακολουθούν είναι ένας μόνο από τους πολλούς τρόπους με τους οποίους αναφέρονται οι ψηφιακές υπηρεσίες και τα σύνολα δράσεων που αναπτύσσονται για να τις υποστηρίξουν στη διεθνή βιβλιογραφία. Οι ίδιες διαστάσεις συναντώνται με διαφορετική ορολογία και εντάσσονται ενδεχομένως σε άλλα, παραπλήσια, σύνολα.

### 5.3.2.1 Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση (e-Gov)

Η χρήση ψηφιακών υπηρεσιών ανοιχτής διακυβέρνησης είναι απαραίτητο στοιχείο μιας ολοκληρωμένης ψηφιακής στρατηγικής. Κάθε μνημείο έχει μια διοικητική διάσταση, η οποία, προκειμένου να μπορεί να διεκπεραιωθεί με τον πλέον αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο, είναι απαραίτητο να συνοδεύεται από



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

μια στρατηγική για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση. Ακολουθώντας την ίδια προσέγγιση που αναφέρθηκε παραπάνω, δηλαδή την προσπάθεια να αυξήσουμε τη διάδραση του πολίτη με το μνημείο, θα πρέπει ακόμη και τις διοικητικές πράξεις που αφορούν στο μνημείο να τις δούμε στο ευρύτερο πλαίσιο των δράσεων εκείνων του Υπουργείου που σχετίζονται με το εθνικό πλαίσιο ανοιχτής διακυβέρνησης και των αντίστοιχων δεσμεύσεων που έχει αναλάβει η χώρα στο πλαίσιο της συμμετοχής της σε διεθνή φόρα και οργανισμούς. Επιπλέον, θα πρέπει να εξετάσουμε τις επιπρόσθετες δράσεις που είναι δυνατόν να πραγματοποιηθούν στο πλαίσιο της ανοιχτής διακυβέρνησης προκειμένου να αυξηθεί η συμμετοχή του κοινού στις δύο διαστάσεις του μνημείου.

Ένα αποδοτικό σύστημα Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης για τον ψηφιακό πολιτισμό πρέπει να περιλαμβάνει τρία κυρίως πεδία:

- ▶ την ψηφιακή ροή εργασιών (e-Gov), τούτέστιν την ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ κεντρικής Υπηρεσίας-περιφερειακών υπηρεσιών και τη δημιουργία υπηρεσιών μιας στάσης για την αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση πολιτών και επιχειρήσεων,
- ▶ την ψηφιακή εκπαίδευση (digital skills), και
- ▶ την ψηφιακή εκκαθάριση (e-clearance).

Το σύστημα αυτό πρέπει να έχει μια κεντρική υπηρεσία σχεδιασμού που θα εφοδιάζεται και θα εφοδιάζει όλες τις αποκεντρωμένες υπηρεσίες του (Εφορείες κ.ο.κ.)

### 5.3.2.2 Ψηφιακή Αρχαιολογία (e-archaeology)

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη εφαρμογών που παρέχουν νέα ώθηση στην τεκμηρίωση των δεδομένων της ανασκαφικής έρευνας. Προς αυτή την κατεύθυνση, η **ψηφιακή αρχαιολογία** δίνει στην αρχαιολογική κοινότητα, στις Εφορείες και στους πολιτιστικούς οργανισμούς τη δυνατότητα να αντιμετωπίσουν συνολικά την ανασκαφική πράξη, από το πεδίο ως και την τελική δημοσίευση, μέσα από ένα λειτουργικό ψηφιακό πληροφοριακό σύστημα που είναι προσαρμοσμένο στις ιδιαίτερες απαιτήσεις της ανασκαφικής έρευνας. Κορμό της ερευνητικής προσέγγισης αποτελεί η τεχνολογία των Συστημάτων Γεωγραφικών Πληροφοριών, η οποία περιλαμβάνει μηχανισμούς αποθήκευσης χωρικής πληροφορίας και **ενσωματώνει πληθώρα**

## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

**εργαλείων εισαγωγής, επεξεργασίας, απεικόνισης και χωρικής ανάλυσης δεδομένων.** Ως αποτέλεσμα είναι δυνατή η υλοποίηση μιας ενιαίας ψηφιακής πλατφόρμας για τη διαχείριση του συνόλου της ανασκαφικής πληροφορίας και την εξυπηρέτηση περισσότερων αρχαιολογικών εργασιών.



### 5.3.2.3 Ψηφιακή Διατήρηση (e-preservation)

Η «ψηφιακή διατήρηση» (**digital preservation**) αναφέρεται στη διαφύλαξη και αποθήκευση του εξαρχής ψηφιακού ή ψηφιοποιημένου υλικού που στεγάζουν τα μουσεία, τα αρχεία και οι βιβλιοθήκες και εν γένει οι φορείς διαχείρισης της πολιτισμικής κληρονομιάς. Πολλοί φορείς χρησιμοποιούν πλέον –σε κάποιες περιπτώσεις σχεδόν αποκλειστικά– ψηφιακά μέσα για την παραγωγή και την αποθήκευση του όγκου της πληροφορίας που διαχειρίζονται. Επιπλέον, η ψηφιοποίηση θεωρείται ένας αρκετά αξιόπιστος τρόπος καταγραφής, τεκμηρίωσης και διατήρησης υλικών και άυλων στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς, ιδιαίτερα όταν αυτά είναι σπάνια, έχουν υποστεί φθορά ή απει-



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

λούνται άμεσα. Η παραγωγή πρωτότυπου ψηφιακού πολιτιστικού περιεχομένου και το διογκούμενο υλικό που προκύπτει μέσω των διαδικασιών ψηφιοποίησης έχουν σωρεύσει μια νέα «ψηφιακή κληρονομιά» (digital heritage) για την οποία αναπόφευκτα τίθεται το θέμα της διατήρησης.

Στο πλαίσιο της ψηφιακής διατήρησης μπορεί να αναφερθεί και η **ψηφιακή επιμέλεια (e-curation)**, που αφορά στην επιμέλεια του ψηφιακού περιεχομένου. Τα κριτήρια επιλογής πολιτιστικού περιεχομένου οφείλουν να λαμβάνουν υπ' όψιν τους στοιχεία τα οποία αποκτούν μεγαλύτερη σημασία στον ψηφιακό κόσμο, όπως τα πνευματικά δικαιώματα και το πλαίσιο αναφοράς του υλικού. Η κοινότητα που αναλαμβάνει την επιμέλεια έχει πρωτεύοντα ρόλο σε αυτή τη διαδικασία. Οι γενικοί κανόνες για την εκτίμηση και την επιλογή υλικού είναι μεν χρήσιμοι, οφείλουν δε να εξειδικεύονται ανάλογα με τις περιστάσεις και τις ειδικές κατηγορίες του υλικού. Σε ό,τι αφορά το πλαίσιο αναφοράς, σημασία έχει τόσο το πλαίσιο δημιουργίας του υλικού όσο και το πλαίσιο χρήσης του, τωρινής και μελλοντικής. Για παράδειγμα, η επιμέλεια του αρχειακού υλικού εξαρτάται τόσο από τον σκοπό του ιδρύματος που την αναλαμβάνει όσο και από τους επιχειρησιακούς-οικονομικούς στόχους που τίθενται ανά περίοδο λειτουργίας. Σε μία ιδιωτική συλλογή broadcast, η δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης (εμπορικής ή εκπαιδευτικής) είναι πρωταρχικής σημασίας. Ένας εθνικός ραδιοτηλεοπτικός φορέας έχει θεσμικές υποχρεώσεις που επηρεάζουν άμεσα τη διαδικασία επιμέλειας, σε αντίθεση με ένα ερευνητικό ινστιτούτο που θέτει εντελώς διαφορετικούς στόχους για το πολυμεσικό υλικό του.

Βασική πρόκληση είναι να υιοθετηθούν στρατηγικές και μεθοδολογίες κατάλληλες τόσο για το περιεχόμενο προς επιμέλεια όσο και για την κοινότητα υποψήφιας επιμελητών, ώστε να διασφαλιστεί η μακροχρόνια διαθεσιμότητα του πολιτιστικού περιεχομένου.

### 5.3.2.4 Ψηφιακή ανάπτυξη κοινοτήτων (e-audiences)

Η ψηφιακή ανάπτυξη κοινοτήτων βασίζεται στο σύνολο των ψηφιακών υπηρεσιών που αναπτύσσονται με στόχο την **ψηφιακή ερμηνεία, την ψηφιακή ενημέρωση, την ψηφιακή προώθηση και εν τέλει τη δικτύωση** γύρω από την πολιτισμική κληρονομιά.

## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

Ως προς την **ψηφιακή ερμηνεία (e-interpretation)**, η ψηφιακή τεχνολογία έχει διευρύνει και μεταμορφώσει κυριολεκτικά αφενός την εμπειρία του επισκέπτη σε χώρους πολιτισμού, αφετέρου τις δυνατότητες ερμηνείας εκ μέρους των φορέων. Οι κινητές και διάχυτες τεχνολογίες δίνουν νέα εργαλεία στους επαγγελματίες να δημιουργήσουν εμπειρίες που θα εμπλέξουν τους επισκέπτες με το πολιτιστικό περιεχόμενο και θα διαμορφώσουν νέες σχέσεις μεταξύ πολιτιστικού περιεχομένου και κοινού. Με αυτούς



τους στόχους, πολλοί πολιτιστικοί φορείς διεθνώς έχουν επενδύσει σημαντικά στην ανάπτυξη και διάδοση ψηφιακού περιεχομένου που μπορεί να χρησιμοποιηθεί είτε in situ είτε από απόσταση, εγκαινιάζοντας μια καινούργια εποχή τόσο σε ό,τι αφορά το πολιτιστικό περιεχόμενο όσο και σε ό,τι αφορά την «εξουσία» του πολιτιστικού φορέα. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν ανοικτά πολλά και διαφορετικά ζητήματα. Το σημαντικότερο εξ αυτών παραμένει –και συνδέεται με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις– το πώς μπορεί να γίνει η πολιτιστική εμπειρία πλήρης και συμμετοχική διαδικασία. Οι ψηφιακές τεχνολογίες, καθώς εξελίσσονται, αποκτούν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: γίνονται πιο



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

«ενσωματωμένες» στην καθημερινότητα, διάχυτες, βασισμένες στη δικτύωση, προσφέροντας ολοένα μεγαλύτερες δυνατότητες κοινωνικής διάδρασης, συνδεσιμότητας και πρόσβασης στην εξελισσόμενη πληροφορία. Οι πολιτιστικοί φορείς δεν αρκεί να σκεφτούν μόνον τι είδους τεχνολογίες θα εισάγουν στις δράσεις τους, αλλά χρειάζεται να προβληματιστούν σε πολλά επίπεδα: Ποια είναι η καλύτερη για τους στόχους τους τεχνολογία; Ποιος συνδυασμός απαιτείται για την επίτευξη των στόχων του φορέα; Πώς συνδέονται οι στόχοι των φορέων με συγκεκριμένες εφαρμογές, τεχνολογίες και δράσεις; Πώς μπορούν οι φορείς να διατηρήσουν τον ρόλο τους ως ιδρύματα εμπιστοσύνης και κύρους ενώ παράλληλα να διαδρούν με την κοινωνία που τα περιβάλλει; Πώς μπορούν να εμπλακούν σε έναν ενεργό διάλογο με το κοινωνικό σύνολο που θα επιτρέψει τη βελτίωση του φορέα και τον εμπλουτισμό των δράσεων του; Όλες αυτές οι προκλήσεις αντιπροσωπεύουν την αλλαγή από την επικοινωνία του πολιτιστικού φορέα με το κοινό ως μία μονόδρομη και μονοσήμαντη δραστηριότητα σε μία δραστηριότητα κατά την οποία πολλοί διαδρούν με πολλούς – οι πολιτιστικοί φορείς χρησιμοποιούν τη «φωνή» και το κύρος τους για να ενθαρρύνουν τη συμμετοχική επικοινωνία και τη δημιουργία περιεχομένου από και με τους επισκέπτες. Η αυξανόμενη έμφαση στη διαδραστική και άτυπη φύση της μάθησης στα μουσεία προσφέρει την τέλεια ευκαιρία για να αξιοποιηθούν οι ψηφιακές διαδραστικές τεχνολογίες ως σημαντικές πηγές εμπλοκής των επισκεπτών με τη διαδικασία δημιουργίας νοήματος και συνδιαμόρφωσης της εμπειρίας, που είναι άλλωστε και το τελικό ζητούμενο.

Η **ψηφιακή ενημέρωση (e-publishing)** αφορά στην ανοικτή πρόσβαση σε περιεχόμενο μέσα από ηλεκτρονικά ή φυσικά μέσα, περιοδικά, βιβλία, οδηγούς, επιστημονικές δημοσιεύσεις κ.λπ. Έχοντας ως στόχο την παροχή εκδοτικών υπηρεσιών τόσο στην εκδοτική όσο και στην επιστημονική κοινότητα της χώρας, οι υπηρεσίες e-publishing προβάλλουν περαιτέρω το μνημείο, ενισχύουν την έρευνα και την επιστημονική παραγωγή της χώρας και τις προσπάθειες για δημιουργία νέων μοντέλων ψηφιακής έρευνας (e-science), ενώ μπορεί να οδηγήσουν συνολικά σε νέα επιχειρηματικά μοντέλα εκδόσεων και στη δημιουργία νέων τρόπων δημιουργίας και διάθεσης γνώσης. Μεταξύ των λοιπών πλεονεκτημάτων τέτοιου είδους πρωτοβουλιών, σημειώνουμε ως αξιοποιήσιμα σε διαφορετικά επίπεδα τα εξής:



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

- ▶ Οργάνωση και διάθεση περιεχομένων με βάση διεθνή πρότυπα ποιότητας και λειτουργικότητας, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε παραγωγή νέας γνώσης αλλά και σε «έξυπνες» εφαρμογές, όπως αυτές που αναφέρονται αμέσως παραπάνω. Το θέμα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία, κατά κύριο λόγο, για φορείς που διαθέτουν σημαντικό περιεχόμενο όπως οι πολιτιστικοί οργανισμοί.
- ▶ Διεύρυνση κοινού: η ηλεκτρονική παροχή γνώσης έχει αποδειχτεί ότι προσελκύει περισσότερους επισκέπτες ή αναγνώστες του διαθέσιμου υλικού σε σχέση με τις παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας.
- ▶ Δυνατότητα διαδικτυακής διαχείρισης πνευματικών δικαιωμάτων: η σημασία των ζητημάτων αυτών είναι πολύ μεγάλη, και ο βασικός στόχος είναι η επίτευξη διαχείρισής τους με τρόπο άμεσο και αποτελεσματικό.
- ▶ Μακροχρόνια διατήρηση υλικού μέσα από τη δυνατότητα ψηφιοποιήσεων και παραγωγής ψηφιακού υλικού που εν δυνάμει και τηρουμένων των σωστών μέτρων μπορεί να διατηρηθεί και, κυρίως, να επαναχρησιμοποιηθεί πολλαπλώς στο μέλλον.
- ▶ Το κοινό έχει μεγαλύτερη, ανοικτή πρόσβαση σε πληθώρα υλικού, το οποίο μπορεί να ενεργοποιήσει περισσότερες δημιουργικές δυνάμεις, να πραγματοποιήσει εξειδικευμένες αναζητήσεις και να καλύψει ποικίλες ανάγκες (από διδακτικές ως επιχειρηματικές).

Ένα μνημείο και η προώθησή του βρίσκονται σε μια σχέση αλληλεπίδρασης. Ο πολιτισμός δίνει το πλεονέκτημα της ιστορικής συνέχειας και της συλλογικής αντιπροσώπευσης και αντιμετωπίζεται ως σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα ενός τόπου. Η **ψηφιακή προώθηση (e-promotion)** συντηρεί την εικόνα, την ταυτότητα και τη φήμη ενός μνημείου ή ενός πολιτιστικού οργανισμού, επηρεάζοντας σε μεγάλο βαθμό την αναγνωρισιμότητα και επισκεψιμότητά του. Η προσέλκυση επισκεπτών αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες βιωσιμότητας ενός μνημείου ή ενός πολιτιστικού οργανισμού. Οι άνθρωποι που επιλέγουν να επισκεφτούν έναν πολιτιστικό προορισμό το κάνουν στον ελεύθερο χρόνο τους, επιλέγοντας τόσο ανάμεσα σε άλλες ψυχαγωγικές (κινηματογράφο, θέατρο, μουσική) και κοινωνικές δραστηριότητες (εμπορικά κέντρα, κοινωνικά δείπνα) όσο και μεταξύ άλλων πολιτιστικών προορισμών. Για τον λόγο αυτό, κάθε μνημείο ή οργα-





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

νισμός θα πρέπει να γνωρίζει σε ποιους απευθύνεται, ποιο είναι δηλαδή το κοινό στο οποίο στοχεύει, και να εφαρμόσει στρατηγικές προσέλκυσης και διεύρυνσής του, ώστε να μεγιστοποιήσει τα οφέλη μέσα από πρόσθετες υπηρεσίες. Τέτοιες δράσεις μπορούν να περιλαμβάνουν τη δημιουργία διαδρομών πολιτιστικού ενδιαφέροντος, τη σύνδεση αρχαιολογικών χώρων και μνημείων με βάση την τοπογραφική τους εγγύτητα, την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων σε συνάφεια με την πολιτισμική κληρονομιά, την ανάπτυξη νέων δράσεων τουριστικής ανάδειξης σε κατάλληλα δικτυακά μέσα, εφαρμογές ηλεκτρονικών οδηγιών, τον σχεδιασμό και τη διαμόρφωση μιας σειράς από «ξεχωριστές εμπειρίες» – π.χ. δραστηριότητες που επικεντρώνονται στην ικανοποίηση των επιθυμιών απαιτητικών τουριστών (συμμετοχή σε ανασκαφές και αρχαιολογικές δραστηριότητες αποκατάστασης μνημείων) κ.ά. Στο πλαίσιο του e-promotion, οι οργανισμοί καλούνται να δημιουργήσουν ή να χρησιμοποιήσουν επικοινωνιακά εργαλεία μέσω του Διαδικτύου προκειμένου να προβάλουν το προϊόν και τις υπηρεσίες τους, να προσελκύσουν επισκέπτες, να δημιουργήσουν νέες κοινότητες και να εξασφαλίσουν την οικονομική τους βιωσιμότητα. Η στρατηγική μάρκετινγκ/“branding” πρέπει να αντλεί στοιχεία από διαφορετικές επιστημονικές προσεγγίσεις, να λαμβάνει υπ’ όψιν τις ιδιαιτερότητες των ομάδων στόχων του φορέα, τις οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες μιας περιοχής και όλα τα ηλεκτρονικά κανάλια διάχυσης.

Τέλος, όσον αφορά στην **ψηφιακή δικτύωση (e-community)**, κάθε φορέας διαχείρισης της κληρονομιάς καλείται να τοποθετηθεί στρατηγικά στο νέο περιβάλλον, όπου η τοπική κοινότητα έχει αντικατασταθεί με την παγκόσμια δικτυακή, επιλέγοντας τα κοινά στα οποία απευθύνεται κατά κύριο λόγο και με τα οποία ευελπιστεί να διατηρήσει διαρκή σχέση αλληλεπίδρασης. Άλλωστε οι κοινότητες διαδραματίζουν κομβικό ρόλο σε όλα τα στάδια της διαφύλαξης της κληρονομιάς, καθώς η αλληλεπίδραση με αυτές αποτελεί και βασικό συστατικό της. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν ουσιαστικό υποστηρικτικό εργαλείο, ενώ ο βαθμός ενασχόλησης των φορέων διαχείρισης με αυτά φαίνεται να είναι ο πλέον καθοριστικός παράγοντας στο πόσο αποτελεσματική θα είναι η σχέση τους με το κοινό. Σε έναν πολιτιστικό οργανισμό, ο κύριος σκοπός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι να διατηρήσουν/αυξήσουν το κύρος του και να εξυπηρετήσουν/ενημερώσουν κοινό που δεν έχει την δυνατότητα

## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)



φυσικής πρόσβασης σε αυτόν, κάτι που για πρώτη φορά είναι εφικτό χάρη στην τεχνολογία. Τα πλεονεκτήματα που παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πολλαπλά: ο πολιτιστικός οργανισμός είναι σε θέση να γνωρίζει καλύτερα τι έχει μεγαλύτερη απήχηση στον κόσμο, με συνέπεια να έχει έναν οδηγό στο τι πρέπει να κάνει για να παραμένει επίκαιρος και ενήμερος. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, ενώ οι συνεχείς ανανεώσεις στις αναρτήσεις της σελίδας του προσδίδουν φιλικότερο χαρακτήρα και κάνουν τους χρήστες να νιώθουν ότι ανήκουν σε μία «ομάδα» με κοινά ενδιαφέροντα. Άνθρωποι από όλον τον κόσμο μπορούν πλέον σήμερα να έχουν εικονική πρόσβαση σε μία συλλογή, να συζητούν και να μαθαίνουν με διασκεδαστικό τρόπο, να συνεισφέρουν σε διαλόγους υποκινημένους από τον ίδιο τον οργανισμό και, τέλος, να βοηθούν και οι ίδιοι στην εξάπλωση της γνώσης.

Μια παράμετρος που πρέπει να συνυπολογιστεί κατά τον σχεδιασμό μιας δράσης για έναν πολιτιστικό οργανισμό είναι η **ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων** για το προσωπικό του πολιτιστικού οργανισμού στο πλαίσιο διαχείρισης κοινοτήτων και μέσω κοινωνικής δικτύωσης.



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.3.2.5 Ψηφιακή Επιστήμη (e-Science)

Αντίστοιχα με τα προηγούμενα σημεία, η ανοιχτή ψηφιακή επιστήμη αποτελεί μία ακόμη συνιστώσα της διαχείρισης του μνημείου που ενισχύει κυρίως την κατακόρυφη αλλά και την οριζόντια διάστασή του. Η ανοιχτή ψηφιακή επιστήμη αποτελεί την κυρίαρχη ευρωπαϊκή πολιτική στον τομέα των επιστημών σήμερα. Περιλαμβάνει την πραγματοποίηση της έρευνας με τη χρήση προηγμένων ψηφιακών υποδομών και εργαλείων, τα οποία διατίθενται, στο μέτρο του δυνατού, ως ανοιχτές τεχνολογίες, ενώ το σύνολο των δεδομένων και των δημοσιεύσεων που πραγματοποιούνται γίνονται με όρους ανοιχτής πρόσβασης, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η δυνατότητα πρόσβασης στο περιεχόμενο αυτό. Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, έτσι κι εδώ, η **χρήση ανοικτών τεχνολογιών και η διάθεση του περιεχομένου με ανοιχτές άδειες** συμβάλλει ουσιαστικά στη διασύνδεση του μνημείου με το άτομο και την κοινωνία και συνεισφέρει στην αειφόρο ανάπτυξη.

### 5.3.2.6 Ηλεκτρονική Συναλλαγή (e-transaction)

Το στάδιο ηλεκτρονικής συναλλαγής αφορά στη διαχείριση μέσω του Διαδικτύου των εγχρήματων συναλλαγών, **δηλαδή ηλεκτρονικά πωλητήρια, ηλεκτρονικές κρατήσεις πάσης φύσεως, ηλεκτρονική αγορά πνευματικών δικαιωμάτων για ποικίλες χρήσεις και ηλεκτρονική έκδοση εισιτηρίων**. Τα οφέλη των ψηφιακών συναλλαγών είναι πλέον σαφώς ορισμένα και κατανοητά, με τις συναλλαγές να είναι ταχύτερες, ευκολότερες, με μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας, πιο ακριβείς, πιο ασφαλείς και με μεγαλύτερη δυνατότητα ελέγχου συγκριτικά με τις αναλογικές μεθόδους οι οποίες εμπεριέχουν έγγραφα και ακολουθούν πιο επισφαλείς διαδικασίες. Η επιλογή των ηλεκτρονικών συναλλαγών πρέπει να υποστηρίζει συγκεκριμένες προδιαγραφές και πρότυπα, ώστε να είναι εφικτή η ολοκλήρωσή τους μέσα από όλα τα εναλλακτικά κανάλια. Σε αυτό το σημείο, ο καθορισμός των προδιαγραφών των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί κρίσιμη παράμετρο επιτυχίας και μελλοντικής βιωσιμότητας ενός σχετικού συστήματος.

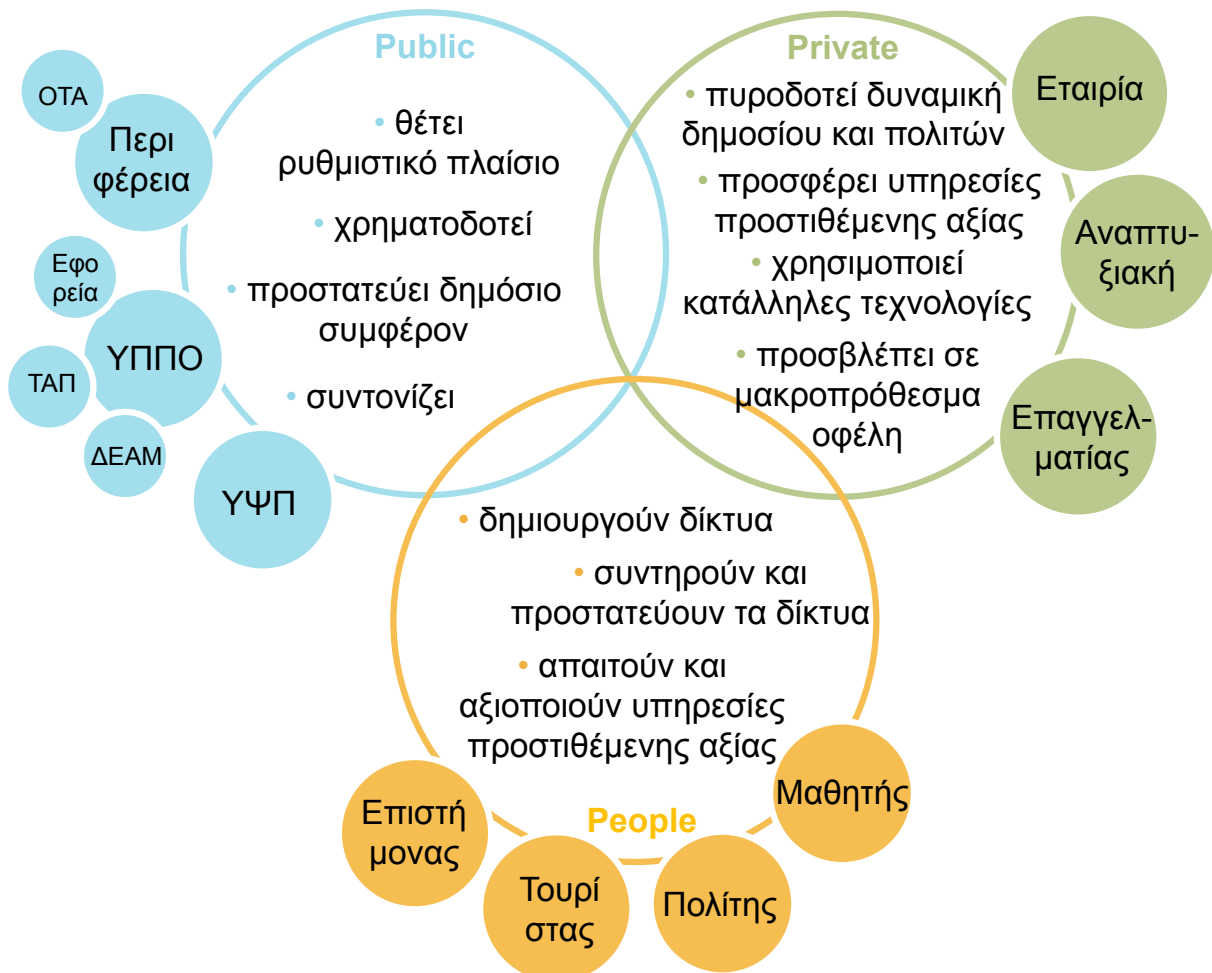


## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.4 Περιβάλλον Υλοποίησης

#### 5.4.1 Μέτοχοι του εγχειρήματος

Οι εμπλεκόμενοι σε διαχειριστικά ζητήματα της πολιτισμικής κληρονομιάς, ή αλλιώς οι μέτοχοι του εγχειρήματος της διαχείρισης, μπορεί να οργανωθούν σε πολλές και διαφορετικές κατηγορίες, ανάλογα με την οπτική: τον τύπο του φορέα, το θεσμικό καθεστώς του, τις πηγές χρηματοδότησής τους, το καθεστώς λειτουργίας τους, τον αριθμό και την ιδιότητα των εμπλεκομένων κ.ο.κ.





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.4.1.1 Υπουργείο Πολιτισμού

Βασικός είναι ο ρόλος του κράτους και των κρατικών φορέων. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει το Υπουργείο Πολιτισμού και όλες οι υπηρεσίες που συνδέονται με αυτό (Εφορείες Αρχαιοτήτων, Πολιτιστικοί Οργανισμοί, Μουσεία, εποπτευόμενοι φορείς). Η ψηφιακή στρατηγική πρέπει πρώτα απ' όλα να προσφέρει όλα τα εργαλεία και όλες τις δυνατότητες στο Υπουργείο Πολιτισμού, προκειμένου να διευκολύνεται η Διοίκηση και η Διαχείριση ενός πολιτιστικού πόρου. Το Υπουργείο Πολιτισμού έχει επίσης και κατ' εξοχήν την **ευθύνη του σχεδιασμού για την υλοποίηση κεντρικής ψηφιακής στρατηγικής.**

Οι Εφορείες Αρχαιοτήτων, τα Δημόσια Μουσεία, άλλες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού, Ν.Π. Δημοσίου και Ιδιωτικού Δικαίου, εποπτευόμενα από το Υπουργείο, που υλοποιούν έργα έχουν την ευθύνη της αποτελεσματικής συντήρησης, λειτουργίας και επικαιροποίησης του περιεχομένου των έργων. Η Διεύθυνση Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης του Υπουργείου Πολιτισμού θα πρέπει να συνδράμει τους φορείς λειτουργίας στην προσπάθεια συντήρησης και αναβάθμισης του εξοπλισμού και του λογισμικού εφαρμογών των έργων.

Καθώς οι ιδέες και οι τεχνολογίες εξελίσσονται συνεχώς, χρειάζεται μια διαρκής, διπλή επικαιροποίηση: α) της επιστημονικής πληροφορίας, και β) της τεχνολογικής εξέλιξης. Το Υπουργείο Πολιτισμού, ως κρατική δομή, είναι αδύνατο να επιτύχει την αυτόματη αυτή διπλή επικαιροποίηση. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να τεθούν οι κατάλληλες προδιαγραφές και η εξωτερική ανάθεση των σχετικών εργασιών επικαιροποίησης σε εξειδικευμένους φορείς, που θα προσφέρουν ευελιξία και τεχνογνωσία.

Ιδιαίτερη συνδρομή σε αυτή την κατηγορία εμπλεκομένων μπορούν να έχουν τα ψηφιακά και ηλεκτρονικά εργαλεία για τη διεκπεραίωση μιας σειράς σημαντικών ενεργειών όπως είναι η ψηφιοποίηση, η τεκμηρίωση, η συντήρηση, η επιμέλεια, ο εμπλουτισμός και η ομογενοποίηση πληροφοριών, η αρχαιολογική ερμηνεία, η υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, η δημιουργία τουριστικών ξεναγών, η ψηφιακή αφήγηση της ιστορίας ενός αρχαιολογικού χώρου ή μνημείου, η δημιουργία εικονικών χώρων, τρισδιάστατων μοντέλων και ψηφιακών μουσείων και πολλές άλλες.



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.4.1.2 Τοπική Αυτοδιοίκηση

Τα νέα προγράμματα ΕΣΠΑ είναι προσαρμοσμένα στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι Περιφέρειες, προκειμένου να καλυφθούν οι τοπικές ανάγκες και να αναπτυχθούν τουριστικά.

Οι Περιφέρειες μπορεί, επομένως, να συμβάλουν καταλυτικά στον σχεδιασμό και στην υλοποίηση δράσεων στο πλαίσιο της ψηφιακής στρατηγικής, σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς και την κοινωνία, με στόχο την ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων αλλά και την αξιοποίηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων μιας περιοχής με βάση το πολιτιστικό της προϊόν.

### 5.4.1.3 Κοινωνία των πολιτών

Η ψηφιακή στρατηγική, φυσικά, πέραν των κυρίων μετόχων στη διαχείριση του πολιτισμού, στοχεύει στην ενεργοποίηση των τελικών ωφελουμένων και στη διεύρυνση των κοινοτήτων χρηστών, οι οποίες περιλαμβάνουν τους πολίτες, τους μαθητές, τους φοιτητές, την ερευνητική και ακαδημαϊκή κοινότητα καθώς επίσης (και κατά κύριο λόγο) τους επισκέπτες. Με αυτό τον τρόπο υποστηρίζει και αναπτύσσει την ευρύτερη τοπική κοινωνία και οικονομία, αναδεικνύοντας τον πολιτισμό σε μοχλό ανάπτυξης για τη δημιουργική και την τουριστική βιομηχανία και ωθώντας την παραγωγική και δημιουργική ανάπτυξη.

Ιδιαίτερο ρόλο διαδραματίζουν ιδιωτικοί πολιτιστικοί οργανισμοί (ιδιωτικά μουσεία, πολιτιστικά ιδρύματα κ.λπ.), καθώς αποτελούν πόλους πολιτιστικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Επιπλέον, μετέχοντες σε θέματα πολιτικής αλλά και διαχείρισης είναι και άτομα ή ομάδες που έχουν οικονομικά ή άλλα δικαιώματα σε μία περιοχή, ομάδες πολιτών που είτε έχουν επίσημη οργάνωση (π.χ. σύλλογοι, ΜΚΟ κ.λπ.) είτε όχι.

Ένα ιδιαίτερο παράδειγμα της ενεργού συμμετοχής των κοινοτήτων χρηστών και της αλληλεπίδρασης με το μνημείο είναι οι δράσεις πληθοπορισμού (crowdsourcing), δηλαδή δράσεις συμμετοχικής δημιουργίας, συγγραφής, ανάδειξης ενός μνημείου και δημιουργίας ψηφιακών πόρων.

## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.4.1.4 Επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένες περιοχές (π.χ. τουριστικές επιχειρήσεις, δημιουργικές βιομηχανίες, καινοτόμες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας) αποτελούν την τρίτη κατηγορία εμπλεκομένων. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι σε θέση να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία, νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, οι οποίες θα στηρίζονται στο ψηφιακό πολιτιστικό απόθεμα της χώρας μας και θα συνεισφέρουν σε μια βιώσιμη ανάπτυξη. Σε αυτό το πλαίσιο, ιδιαίτερη μνεία αξίζει να γίνει στις νεοφυείς επιχειρήσεις (start-ups) και στους συνεργατικούς σχηματισμούς (clusters).

### 5.4.2 Επιχειρησιακά μοντέλα

Η οικονομική κρίση που εκδηλώθηκε στη χώρα μας ως απόρροια των γενικότερων οικονομικών ανακατατάξεων σε παγκόσμιο επίπεδο και είχε ως συνέπεια την υπαγωγή της Ελλάδας σε διεθνή οικονομικό έλεγχο, θέτει ασφυκτικούς περιορισμούς





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

στις δημόσιες δαπάνες για τον πολιτισμό, με αποτέλεσμα η στενότητα χρηματοοικονομικών πόρων να αποτελεί συνθήκη εργασίας. Δεδομένης μάλιστα της φύσης του ισχύοντος μοντέλου πολιτιστικής πολιτικής, που βασίζεται στη συνεργασία μεταξύ Υπουργείου και περιφερειακών και τοπικών οργανισμών, είναι εύλογη η οικονομική δυστοκία να επιδρά σε όλο το πεδίο της πολιτιστικής πολιτικής. Οι συνέπειές της έχουν γίνει αισθητές, ιδιαίτερα σε χώρες όπου κύρια πηγή χρηματοδότησης του πολιτισμού είναι το κράτος: η περικοπή των δημόσιων επιχορηγήσεων, ο περιορισμός της γενναιοδωρίας των ιδιωτών δωρητών και χορηγών και η μείωση της κατανάλωσης πολιτισμικών αγαθών και υπηρεσιών έχουν οδηγήσει πολλούς πολιτιστικούς οργανισμούς σε συρρίκνωση του προσωπικού και των δράσεών τους ή ακόμη και στο κλείσιμό τους. **Τα γεγονότα καθιστούν επιτακτική την αλλαγή του ρόλου του κράτους στον πολιτιστικό τομέα.** Επί δεκαετίες έπαιξε τον ρόλο του αποκλειστικού παραγωγού, του θεματοφύλακα της παράδοσης, του αυθεντικού εκφραστή της εθνικής ταυτότητας και της εθνικής συνείδησης. **Τώρα πλέον καλείται να μεταβάλει τον ρόλο του από προνοιακό και παρεμβατικό παράγοντα σε εποπτικό και ρυθμιστικό.** Σε αυτό το πλαίσιο, ο τομέας του πολιτισμού παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (οι οποίες πρέπει να ενισχυθούν και με τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών) αλλά και συνεργειών, επενδύοντας για τον σκοπό αυτό κυρίως στη νέα τεχνολογία. Ιδιαίτερης αξίας είναι οι συνέργειες που δρομολογούνται με τις δημιουργικές βιομηχανίες, τον τουρισμό, την τοπική ανάπτυξη, καθώς και η δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων που μπορούν να συμβάλουν στην περαιτέρω βιωσιμότητα των πολιτιστικών οργανισμών.

### 5.4.2.1 Συγχρηματοδοτούμενα έργα

Το σύστημα σχεδιασμού, συντονισμού και υλοποίησης των δράσεων είναι κάτι που αποτελεί ακόμη ζητούμενο για το Υπουργείο Πολιτισμού. Στο πλαίσιο των δύο προηγούμενων προγραμματικών περιόδων, **δοκιμάστηκαν δύο διαφορετικά και, εν πολλοίς, αντιθετικά συστήματα: το «συγκεντρωτικό» και το «αποκεντρωτικό».** Λαμβάνοντας υπ' όψιν ότι και τα δύο δοκιμασμένα συστήματα εμφανίζουν μειονεκτήματα, αλλά και πλεονεκτήματα, η πλέον σωστή μέθοδος για τη δημιουργία συ-





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

στήματος σχεδιασμού, συντονισμού και υλοποίησης των δράσεων ψηφιακού πολιτισμού στην τρέχουσα Προγραμματική Περίοδο είναι η **εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των δύο συστημάτων, με τη δημιουργική τους ενσωμάτωση σε ένα «μικτό» σύστημα, το οποίο θα στηρίζεται σε μία ενιαία ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό.**

Σε αυτό το σημείο, ιδιαίτερα σημαντικές είναι η ωρίμανση και η ψηφιακή στρατηγική του ίδιου του φορέα και η πρότερη εκπόνηση σχετικής ψηφιακής μελέτης υλοποίησης και βιωσιμότητας των ψηφιακών δράσεων, κάτι που θα τις καθιστά αυτόνομες, αυτοχρηματοδοτούμενες και θα τις τοποθετεί με ορθολογικό τρόπο στις φυσικές και ψηφιακές κοινότητες στις οποίες ανήκουν.

### 5.4.2.2 Συνέργειες με το επιχειρηματικό περιβάλλον

Σε επίπεδο πολιτικής, όπως έχει αναλυθεί ήδη τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο, αναγνωρίζεται ότι ο πολιτιστικός και ο δημιουργικός τομέας αποτελούν ένα σημαντικό περιουσιακό στοιχείο για την ανάπτυξη. Η πρόκληση ωστόσο είναι πώς θα ενσωματωθούν περαιτέρω οι πολιτιστικοί και δημιουργικοί τομείς σε περιφερειακές στρατηγικές καινοτομίας για έξυπνη εξειδίκευση, η οποία με τις τρέχουσες προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι μια εκ των προτέρων (ex ante) προϋπόθεση για πρόσβαση σε χρηματοδότηση. Για τον σκοπό αυτό, οι Περιφέρειες πρέπει να λάβουν πλήρως υπ' όψιν τις πολύπλοκες συνδέσεις μεταξύ των παραδοσιακών πολιτιστικών αγαθών (πολιτισμική κληρονομιά, πολιτιστικά ιδρύματα και υπηρεσίες), των δημιουργικών επιχειρήσεων και του τουρισμού.

Τα κράτη-μέλη και οι περιφέρειες της Ε.Ε., στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο μέχρι το 2020, καλούνται επομένως να χρησιμοποιήσουν τα διαρθρωτικά ταμεία για να χρηματοδοτήσουν τις δικές τους στρατηγικές στον τομέα αυτό, μέσω των επενδυτικών προτεραιοτήτων, όπως για παράδειγμα η δημιουργία κέντρων καινοτομίας, η προώθηση των συνεργατικών σχημάτων (clusters), η ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών ΤΠΕ, η προώθηση της επιχειρηματικότητας, η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, η διεθνοποίηση και η εξωστρέφεια, η βελτίωση του αστικού περιβάλλοντος κ.λπ.



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

Ιδιαίτερες προτεραιότητες στο πλαίσιο της συνέργειας πολιτισμού και επιχειρηματικότητας αποτελούν οι ακόλουθες:

- ▶ Η προώθηση της έρευνας, τεχνολογίας και καινοτομίας και των εφαρμογών τους στους τομείς του πολιτισμού και της πολιτισμικής κληρονομιάς,
- ▶ Η αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητας επιχειρήσεων που αξιοποιούν ως βασικά στοιχεία στρατηγικού και αναπτυξιακού σχεδιασμού τους ερευνητικά αποτελέσματα, καινοτόμες τεχνολογίες ή διαδικασίες που αφορούν στον πολιτισμό και στην πολιτισμική κληρονομιά,
- ▶ Η ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών με υψηλή προστιθέμενη αξία, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και η διείσδυσή τους σε νέες αγορές μέσω της συμμετοχής σε επιδεικτικά έργα,
- ▶ Η ενίσχυση της συμμετοχής των επιχειρήσεων στην ανάληψη E&T δραστηριοτήτων και η αποτελεσματικότερη διασύνδεση του ερευνητικού και ακαδημαϊκού συστήματος της χώρας με τον τομέα «πολιτισμός - τουρισμός - πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες».

**Η ιδέα της αύξησης του επιπέδου της οικονομικής συμμετοχής ιδιωτών στις τέχνες και τον πολιτισμό θεωρείται ευρέως ως πολλά υποσχόμενη εναλλακτική λύση που αποσκοπεί στην ενίσχυση της οικονομικής βιωσιμότητας του τομέα του πολιτισμού σε μία περίοδο όπου η διάθεση των δημόσιων χρηματοδοτικών κονδυλίων αποτελεί αντικείμενο αυστηρού ελέγχου.**

Έχουν αναπτυχθεί διάφορα μέτρα και μηχανισμοί με γνώμονα την ενίσχυση της στήριξης των τεχνών και του πολιτισμού μέσω της ιδιωτικής χρηματοδότησης, όπως: φορολογικά κίνητρα για δωρητές, καταναλωτές και χορηγούς, μέτρα ενθάρρυνσης της συγκέντρωσης κεφαλαίων μέσω συμμετοχικών χορηγιών με σκοπό τον συνδυασμό δημόσιων επιδοτήσεων με ιδιωτικά κεφάλαια, κανονιστική ρύθμιση συμπράξεων ιδιωτικού-δημόσιου τομέα, στήριξη ενδιάμεσων μηχανισμών (π.χ. φόρουμ τεχνών και επιχειρήσεων, ιδρύματα που χορηγούν επιχορηγήσεις, λαχειοφόρα ταμεία και κοινωνικά επιχειρηματικά ταμεία), χρήση κουπονιών χρηματοδοτούμενων από δημόσιους πόρους τα οποία ενθαρρύνουν τους πολιτιστικούς οργανισμούς να συναγωνίζονται μεταξύ



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

τους για να αποκτήσουν μεγαλύτερη απήχηση στο ευρύ κοινό, και τραπεζικά καθεστώτα που παρέχουν πρόσβαση σε δάνεια με ευνοϊκούς όρους. Σε σύγκριση με τις δημόσιες επιδοτήσεις (π.χ. επιχορηγήσεις κ.λπ.) ως μορφές άμεσης δημόσιας στήριξης, τα μέτρα αυτά εμπίπτουν ουσιαστικά στην έμμεση δημόσια χρηματοδότηση.

### 5.4.2.3 Το «ΔΙΑΖΩΜΑ» ως παραδειγματική μορφή πολιτιστικής διαχείρισης

Η Γενική Γραμματεία Πολιτισμού του Υπουργείου, καθώς και οι Υπηρεσίες που αυτή εποπτεύει, πραγματοποιούν, μεταξύ άλλων, εργασίες με στόχο την προστασία, συντήρηση και ανάδειξη των αρχαίων θεατρικών χώρων στην Ελλάδα.



...αξιοποιεί τα αποτελέσματα της απόλυτης συνέργειας μεταξύ πολιτών, φορέων, θεσμών, χορηγών και ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών προγραμμάτων και με την παρούσα ψηφιακή στρατηγική, τα συνδέει με την αειφορία και τη βιώσιμη ανάπτυξη.



Το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ» αποτελεί μια Κίνηση Πολιτών που συμβάλλει καθημερινά στο σημαντικό αυτό έργο της πολιτείας, αναλαμβάνοντας, όπου χρειάζεται, την υλοποίηση διαφόρων εργασιών (απαλλοτριώσεις, αναθέσεις μελετών κ.ά.), οι οποίες έχουν ως τελικό στόχο την ωρίμανση των έργων για την ένταξή τους στο ΕΣΠΑ.

**Το Σωματείο «ΔΙΑΖΩΜΑ», αξιοποιώντας τα αποτελέσματα της απόλυτης συνέργειας μεταξύ πολιτών, φορέων,**



## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

θεσμών, χορηγών και ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών προγραμμάτων, σχεδιάζει και προτείνει την υλοποίηση νέων προγραμμάτων, στόχος των οποίων είναι αφενός η συντήρηση και αποκατάσταση των μνημείων και αφετέρου, και με την παρούσα ψηφιακή στρατηγική, η σύνδεσή τους με την αειφορία και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Πρόκειται για Προγράμματα Πολιτιστικών Διαδρομών και Αρχαιολογικών Πάρκων, δηλαδή μνημείων οριζόντιας και κάθετης διάστασης, τα οποία σταδιακά επεκτείνονται σε όλες σχεδόν τις Περιφέρειες της χώρας μας.

### 5.4.2.4 Συμπράξεις Δημόσιου-Ιδιωτικού Τομέα

Ένα νέο συνεργατικό μοντέλο το οποίο θα μπορούσε να αξιοποιηθεί προς την κατεύθυνση της υλοποίησης νέων πολιτιστικών προϊόντων είναι οι Συμπράξεις Δημόσιου-Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ). Συγκεκριμένα, οι ΣΔΙΤ είναι **συμβάσεις, κατά κανόνα μακροχρόνιες, οι οποίες συνάπτονται μεταξύ ενός δημόσιου και ενός ιδιωτικού φορέα, με σκοπό την εκτέλεση έργων ή/και την παροχή υπηρεσιών.**





## 5. Μια ψηφιακή στρατηγική για τον πολιτισμό (συνέχεια)

### 5.4.2.5 Συνεργατικά Σχήματα (Clusters)

Τα “clusters” στον τομέα του πολιτισμού θα μπορούσαν να αφορούν σε επιλεκτικές χωρικές συγκεντρώσεις δύο τύπων:

- ▶ “clusters” επιχειρήσεων παροχής οικονομικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και εταιρειών υψηλής τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, και
- ▶ “clusters” δραστηριοτήτων πολιτισμού και χώρων κατανάλωσης.

Με αυτό τον τρόπο, δημιουργούνται **επιχειρηματικά και πολιτιστικά επίκεντρα που αποτελούν δημιουργικές νησίδες της νέας οικονομίας και σχηματίζουν εντοπισμένους χωρικούς θύλακες μέσα στον αστικό ιστό**. Ανάμεσα στα βασικά πλεονεκτήματα και οφέλη δημιουργίας ενός “cluster” περιλαμβάνονται: η συλλογική εκμάθηση, οι άτυποι δεσμοί μεταξύ των επιχειρήσεων, η αύξηση του βαθμού εξειδίκευσης, η ανάπτυξη θυγατρικών εταιρειών, η ενδοεταιρική κινητικότητα, η παραγωγή νέων εταιρειών από τις υπάρχουσες, η ανταλλαγή τεχνογνωσίας κ.λπ. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι τα “clusters” να είναι αυτογενή, δηλαδή οι ίδιες οι επιχειρήσεις να αποφασίζουν από μόνες τους να τα δημιουργούν και να συμμετέχουν σε αυτά γιατί έχουν οικονομικά οφέλη. Διαφορετικά, μπορεί να δημιουργούνται προγραμματισμένα μέσω του σχεδιασμού από τον δημόσιο φορέα που ενισχύει ή δημιουργεί την ανάπτυξή τους μέσω βιώσιμου επιχειρηματικού σχεδίου.



# Αντί συμπεράσματος

## Στρατηγικές Έξυπνης Εξειδίκευσης

Τα ζητήματα και οι παθογένειες των υπάρχοντων ψηφιακών έργων πολιτισμού στην Ελλάδα αποτελούν έκφραση βασικότερων προβλημάτων που αφορούν στην κατανόηση του πολυδιάστου ρόλου του αρχαιολόγου και της ροής της σχετικής πληροφορίας από την παραγωγή στην τελική δημοσίευση και επανάχρησή της. Επιπλέον, σχετίζονται άμεσα με τον τρόπο λειτουργίας των χρηματοδοτικών εργαλείων που έχουν χρησιμοποιηθεί για την υλοποίησή τους.



Εξακολουθούμε να αντιμετωπίζουμε σοβαρότατα προβλήματα σε σχέση με την παροχή υπηρεσιών απόθεσης και τεκμηρίωσης της πολιτιστικής πληροφορίας στο σημείο δημιουργίας της,



## Αντί συμπεράσματος (συνέχεια)

δηλαδή στο πεδίο της εργασίας του αρχαιολόγου, ο οποίος λειτουργεί τόσο ως επιστήμονας όσο και ως διοικητικός υπάλληλος. Υπάρχει, κατά συνέπεια, ανάγκη, πρώτον, για ψηφιοποίηση και τεκμηρίωση του περιεχομένου στην πηγή και, δεύτερον, για χρήση χρηματοδοτικών εργαλείων που διασφαλίζουν την άμεση και ευέλικτη υλοποίηση των σχετικών προγραμμάτων. Αυτό, πρακτικά, σημαίνει ότι θα πρέπει να υπάρχει ευρυζωνική σύνδεση και παροχή υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους στο σύνολο των σημείων στα οποία εργάζονται αρχαιολόγοι, είτε στο ίδιο το πεδίο είτε στο στάδιο της τεκμηρίωσης. Επιπλέον, θα πρέπει να διασφαλισθεί η δημιουργία ενός ενιαίου αποθετηρίου τουλάχιστον για την επιστημονική πληροφορία, από την οποία να είναι δυνατόν να εξαχθεί διοικητική πληροφορία και να υπάρχει εκπαιδευτική, κοινωνική και οικονομική αξιοποίησή της. Τέλος, θα πρέπει η διαχείριση των αδειοδοτήσεων για το ψηφιακό περιεχόμενο, είτε σε επίπεδο B2G (π.χ. αδειοδότηση από το ΚΑΣ για πρόσβαση σε αρχαιολογικούς χώρους ή δημιουργία αντιγράφων) είτε σε επίπεδο G2C (π.χ. πώληση εκδόσεων από το ΤΑΠΑ), να

γίνεται με πλήρως ψηφιακό τρόπο και με το ελάχιστο δυνατό διαχειριστικό κόστος. Ουσιαστικά, μέρος από τα κέρδη από τη δραστηριότητα αξιοποίησης των αρχαιολογικών πόρων που πραγματοποιείται αυτή τη στιγμή από το ΤΑΠΑ θα πρέπει να δίδεται προκειμένου, όχι μόνο να δημιουργηθούν, αλλά και να συντηρούνται οι ως άνω υποδομές με ένα μοντέλο διατήρησης ενός ελάχιστου συμφωνημένου επιπέδου υπηρεσιών (SLA) με τη μορφή ενός μη ανταποδοτικού ΣΔΙΤ.

“  
Μόνο μια τέτοια ολιστική προσέγγιση είναι δυνατόν να ανταποκριθεί στις αυξανόμενες κοινωνικές και οικονομικές πιέσεις της εποχής μας αλλά και να προσφέρει ένα ουσιαστικό όραμα για τον πολιτισμό στην ψηφιακή εποχή.  
”

**Το σύνολο των δράσεων που σχετίζονται με την ψηφιακή στρατηγική θα πρέπει να έχουν στη βάση τους την εξυπηρέτηση των στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης και, ειδικότερα, την ανάπτυξη «γνωσιακού βάθους» στις περιοχές στις οποίες εμφανίζονται.** Η στρατηγική γνωσιακού βάθους

αποτελεί ουσιαστικά μια έκφραση της ανάγκης η κατακόρυφη και η οριζόντια διάσταση του μνημείου να παράγουν γνώση που



## Αντί συμπεράσματος (συνέχεια)

μπορεί να αξιοποιηθεί με διάφορες μορφές από τους κατοίκους που βρίσκονται εντός της περιοχής στην οποία τα μνημεία αυτά εντάσσονται, συνεισφέροντας στην ανάπτυξη και, μάλιστα, στο πρότυπο της έξυπνης εξειδίκευσης.

Ο ρόλος των πόλεων, ή γενικότερα των σημείων στα οποία υπάρχει συγκέντρωση πληθυσμού, αποτελεί κεντρικό άξονα στην προσπάθεια αυτή. Αυτό συμβαίνει γιατί ένα μεγάλο μέρος από τα χαρακτηριστικά της ψηφιακής στρατηγικής στα οποία έχουμε αναφερθεί μπορούν να υπηρετηθούν από την οικονομία του διαμοιρασμού, η οποία εμφανίζεται με μεγαλύτερη ένταση όπου υπάρχει και μεγαλύτερη συγκέντρωση πληθυσμού. Επιπλέον, στα σημεία αυτά μπορεί να αναπτυχθεί το στοιχείο της ανάπτυξης κοινοτήτων γνώσης, κάτι που επίσης αποτελεί κεντρικό στόχο της ψηφιακής στρατηγικής.

Ο ρόλος των Περιφερειών στη διαδικασία αυτή είναι κομβικός, καθώς μέσω των απαραίτητων δομών τους (π.χ. Αναπτυξιακές Εταιρείες) θα είναι σε θέση να διαχειριστούν και να ενισχύσουν την περαιτέρω ανάπτυξη γνωσιακού κεφαλαίου όπως αυτό έχει περιγραφεί ως τώρα. Αυτό είναι κάτι που ως προσέγγιση έχει πολύ περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας εφόσον οι σχετικοί φορείς εμπλέκονται στην όλη διαδικασία από το νωρίτερο δυνατό στάδιο.

**Συνολικά, το όλο εγχείρημα της ψηφιακής στρατηγικής που περιγράφεται στην παρούσα μελέτη βασίζεται στην ανάπτυξη κεφαλαίου γύρω από το πολιτιστικό απόθεμα, φυσικό και ψηφιακό.** Είναι φανερό ότι η ψηφιακή διάσταση ολοένα και πιο έντονα διαπλέκεται και διαδρά με τη φυσική, όπως επίσης ότι μιλάμε για δίκτυα και ενότητες μνημείων παρά για μεμονωμένα μνημεία. Αντίστοιχα, δεν βλέπουμε μεμονωμένους χρήστες αλλά ομάδες ή κοινότητες αυτών. Τέλος, αντιμετωπίζουμε την ψηφιακή στρατηγική ως μέσο για μια βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη που αφορά στο σύνολο του χώρου στον οποίο τοποθετείται και αφορά σε ένα ολοένα και αυξανόμενο ποσοστό του πληθυσμού. **Μόνο μια τέτοια ολιστική προσέγγιση είναι δυνατόν να ανταποκριθεί στις αυξανόμενες κοινωνικές και οικονομικές πιέσεις της εποχής μας αλλά και να προσφέρει ένα ουσιαστικό όραμα για τον πολιτισμό στην ψηφιακή εποχή.**





## Ενδεικτική Βιβλιογραφία

Παπαδόπουλος, Δημήτρης Χ. Πολιτιστική Διαχείριση και Νέες Τεχνολογίες. Στο Λεκάκης, Σ., Πάντζου, Ν., επιμ. Εισαγωγή στη Διαχείριση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Μια κριτική επισκόπηση του πεδίου στην Ελλάδα. Αθήνα: Εκδόσεις Ασίνη (υπό εκδ.)

Amadeus. 11 January 2012. 16 December 2016. <<http://www.amadeus.com/blog/11/01/from-chaos-to-collaboration-insight-into-the-future-of-travel/?LPAG=228>>.

Euromonitor International. "Consumers in the Digital World: Hyperconnectivity and Technology Trends", 2014.

"Internet vs Store-based Shopping: The Global Move Towards Omnichannel Retailing", 2014.

McKinsey & Company. «Marketing Greece» Strategic Plan. December 2012.

The Committee of Ministers of the Council of Europe. "Recommendation CM/Rec(2016)2 of the Committee of Ministers to member States", 10 February 2016.

The Council of Europe. "Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness" n.d. <<http://www.coe.int/>>.

UK Department for Culture, Media & Sport, The Culture White Paper. March 2016.

World Tourism Organization and European Travel Commission. Handbook on E-marketing for Tourism Destinations. Madrid: World Tourism Organization, 2008.

Αλιβιζάτου, Μαριλένα, και συν. Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Αθήνα: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, 2015.

Καφούρος, Βασίλης. Προτάσεις για την Ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού στην Ελλάδα. Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, 2015.

Τόπος Συμβουλευτική. «Μελέτη Υποβάθρου: Πιθανολογούμενα Έσοδα της Πολιτιστικής Διαδρομής στα Αρχαία Θέατρα της Ηπείρου», Φεβρουάριος 2015.

Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης, Γενική Γραμματεία Ψηφιακής Πολιτικής, Εθνική Ψηφιακή Στρατηγική 2016-2021, Ανακτήθηκε από: [http://www.opengov.gr/digitalandbrief/wp-content/uploads/downloads/2016/11/digital\\_strategy.pdf](http://www.opengov.gr/digitalandbrief/wp-content/uploads/downloads/2016/11/digital_strategy.pdf)

White Paper: Transforming the world with culture: Next steps on increasing the use of digital cultural heritage in research, education, tourism and the creative industries, European Foundation, September 2015, [http://pro.europeana.eu/files/Europeana\\_Professional/Publications/Europeana%20Presidencies%20White%20Paper.pdf](http://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Europeana%20Presidencies%20White%20Paper.pdf)

Conclusions of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council, on a Work Plan for Culture (2015 - 2018), <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-16094-2014-INIT/en/pdf>

Αυδίκος, Β. (2014). Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στην Ελλάδα. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο.

Δέφνερ, Α. & Καραχάλης, Ν. (Επιμ.) (2012). Marketing και Branding του Τόπου: Η Διεθνής Εμπειρία και η Ελληνική Πραγματικότητα. Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Πούλιος, Ι. & Τουλούπα, Σ. Ελληνικά Μουσεία μέσα και πέρα από την κρίση: η επιτακτική ανάγκη απόκτησης στρατηγικής ευελιξίας μέσα στην τρέχουσα αστάθεια. Στο Αδάμ-Βελένη (Επιμ.), Μουσειολογία: Νέες Τάσεις. Θεσσαλονίκη: Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης.

Πούλιος, Ι. & Τουλούπα, Σ. Τουρισμός και πολιτισμική διαχείριση. Στο Σ. Λεκάκης & Ν. Πάντζου, Εισαγωγή στη Διαχείριση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Αθήνα: Εκδόσεις Ασίνη.

Πούλιος, Ι. (2015) Πολιτισμική Διαχείριση, Τοπική Κοινωνία και Βιώσιμη Ανάπτυξη.

Βλάχος, Α. (2013). Τουριστική Ανάπτυξη και Δημόσιες Πολιτικές στη Σύγχρονη Ελλάδα (1914-1950): η Ανάδυση ενός Νεοτερικού Φαινομένου (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.



## Ενδεικτική Βιβλιογραφία (συνέχεια)

- Νικολακάκης, Μ. (2013). Τουρισμός και Ελληνική Κοινωνία την Περίοδο 1945-1974 (Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή). Πανεπιστήμιο Κρήτης, Τμήμα Κοινωνιολογίας. Ανακτήθηκε 24 Μαρτίου 2015 από <http://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/33125>
- Poulios, I. (2014). *The Past in the Present: A Living Heritage Approach – Meteora, Greece*. London: Ubiquity Press. Ανακτήθηκε 15 Δεκεμβρίου, 2014, από <http://dx.doi.org/10.5334/bak>
- Foord, J. (2008). Strategies for creative industries: an international review. *Creative Industries Journal* Vol. 1, No 2, 91-113. doi: 10.1386/cij.1.2.91/1
- Gielen, P. (2013). *Creativity and other Fundamentalisms*. Amsterdam: Mondriaan Fund.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries* (2nd ed.). London: SAGE.
- Lord, G. & Blankenberg, N. (Επιμ.) (2015). *Cities, Museums and Soft Power*. Washington DC: The American Alliance of Museums Press.
- Van Kessel, T., Kistemaker, R. & Meijer-Van Mensch, L. (Επιμ.). (2012). *City Museums on the Move. A Dialogue between Professionals from African Countries, the Netherlands and Belgium*. Amsterdam: University of Amsterdam, Amsterdam Museum: Reinwardt Academy.
- Alivizatos, M. (2012). *Intangible Heritage and the Museum: New Perspectives on Cultural Preservation*. Walnut Creek CA: Left Coast Press.
- Deacon, H., & Smeets, R. (2013). Authenticity, value and community involvement under the World Heritage and Intangible Heritage Conventions. *Heritage & Society*, 6 (2), 129-143.
- Unesco. (2002). *The Budapest Declaration on World Heritage*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου, 2015, από <http://whc.unesco.org/en/budapestdeclaration>
- Unesco. (2015). *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Ανακτήθηκε 18 Σεπτεμβρίου 2015 από [whc.unesco.org/en/guidelineshistorical](http://whc.unesco.org/en/guidelineshistorical) και <http://whc.unesco.org/archive/2015/39com-11-Annex1-20150707-opguide15-en.pdf>
- Μπένος, Στ. (2015). Κοινωνικές συμμαχίες για την ανάδειξη των μνημείων: το παράδειγμα του «Διαζώματος». Στο Σ. Αντωνιάδου, Ι. Πούλιος & Ε. Μαυραγάνη (Επιμ.), *Προοπτικές στον Πολιτισμό*. Αθήνα: Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Α. Γ. Λεβέντη.
- Λαμπρινουδάκης, Β. Κ. (2008). Δέκατο μάθημα: η διαχείριση της Υλικής Πολιτισμικής κληρονομιάς: Μνημεία και κοινωνία. Αξίες, Ολοκληρωμένη Προστασία, Ένταξη των Μνημείων στη σύγχρονη Ζωή. Στο Β. Κ. Λαμπρινουδάκης, *Δέκα μαθήματα αρχαιολογίας: Οδοιπορικό από την Αρχαία Ελληνική Τέχνη στη Σύγχρονη Ζωή*. Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Α. Α. Λιβάνη.
- Poulios, I. (2014a). Discussing strategy in heritage conservation: a living heritage approach as an example of strategic innovation. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, Vol 4, Issue 1, 16-34. Ανακτήθηκε 22 Σεπτεμβρίου 2015 από <http://www.emeraldinsight.com/page/samples/jchmsd> και <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JCHMSD-10-2012-0048>.
- Noordegraaf, J., Bartholomew, A. & Eveleigh, A. (2014) *Modelling crowdsourcing for Cultural Heritage*. Available at: <http://mw2014.museumsandtheweb.com/paper/modeling-crowdsourcing-for-cultural-heritage/>
- Ridge, M. (2013) *From tagging to theorizing: deepening engagement with cultural heritage through crowdsourcing*. Available at: [http://oro.open.ac.uk/39117/2/cura\\_12046.pdf](http://oro.open.ac.uk/39117/2/cura_12046.pdf)
- Owens, T. (2013) *Digital Cultural Heritage and the Crowd*. Available at: <http://www.crowdconsortium.org/wp-content/uploads/Digital-Cultural-Heritage-and-the-Crowd.pdf>
- Digital Single Market, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-single-market>
- Digital Culture, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-culture>



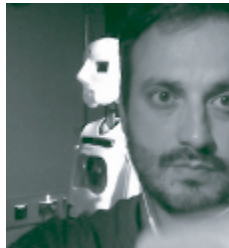
## Συντελεστές

### Αρχισυνταξία



**Ηρακλής  
Αγιοβλασίτης**  
International Technology  
Transfer and Innovation  
Management Expert

### Συγγραφείς



**Πρόδρομος  
Τσιαβός**  
Senior Research Fellow,  
The Media Institute, UCL



**Ευθύμιος  
Μαυρίκας**  
CTO / Product  
Designer,  
PostScriptum



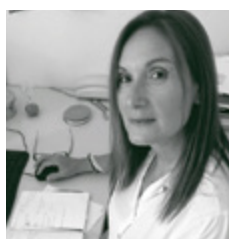
**Αλεξάνδρα  
Μπούνια**  
Καθηγήτρια  
Μουσειολογίας στο  
Τμήμα Πολιτισμικής  
Τεχνολογίας και  
Επικοινωνίας του  
Πανεπιστημίου Αιγαίου



**Μπέττυ  
Χατζηνικολάου**  
Νομικός,  
εμπειρογνώμων  
σε θέματα τουρισμού,  
τέως Πρόεδρος Ε.Ο.Τ.

Πολύτιμα εδάφια από την υπό έκδοση εργασία του συνεισέφερε ο κ. **Δημήτρης Χ. Παπαδόπουλος** Επισκέπτης Επίκουρος Καθηγητής στο Τμήμα Ανθρωπολογίας και Κοινωνιολογίας του Kalamazoo College στο Μίσιγκαν των Η.Π.Α., στο κεφάλαιο «Τεχνολογικές τάσεις και πεδία πολιτιστικής διαχείρισης» και τον ευχαριστούμε θερμά για αυτό.

### Επιμέλεια



**Αλεξάνδρα  
Νικηφορίδου**  
Μουσειολόγος,  
Επιστημονική  
Υπεύθυνη Έργων,  
Γενική Διευθύντρια,  
PostScriptum



**Κώστας  
Κωνσταντινίδης**  
Μηχανικός  
Πληροφορικής,  
Ιδρυτής,  
Διευθύνων Σύμβουλος,  
PostScriptum

Ψηφιακή  
στρατηγική  
για τον πολιτισμό  
2016-2022