



Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



Έδρα :Βόλος
ΑΜ: 3819005
ΕΞΑΜΗΝΟ ΕΑΡΙΝΟ:8
ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΙΟΥΛΙΑ ΠΕΝΤΑΖΟΥ
Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών
Τμήμα Πολιτισμού και Δημιουργικών Μέσων και Βιομηχανιών

5 ΜΑΪΟΥ 2023

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑΣ

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Πεντάζου Ιουλία (επιβλέπουσα)

Επίκουρη Καθηγήτρια ΤΠΔΜΒ

Καραμπά Ελπίδα (μέλος επιτροπής)

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια ΤΠΔΜΒ

Σωτήρης Μπαχτσετζής (μέλος επιτροπής)

Αναπληρωτής Καθηγητής ΤΠΔΜΒ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας, η οποία εκπονήθηκε σύμφωνα με τον Κανονισμό Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας του ΤΠΔΜΒ.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	4
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ.....	5
2. Η ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	5
2.1. ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ ΜΟΥΣΕΙΩΝ	7
ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ.....	8
3. 3.ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ	8
3.1. ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ.....	10
3.1.1. Συλλογές	11
3.1.2. ACROPOLIS MUSEUM KIDS.....	13
4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	15
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	16
6. Βιβλιογραφία	17

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία έχει ως θέμα την «ψηφιακή παρουσία του Μουσείου Ακρόπολης», η οποία θα εξεταστεί μέσα από την παρουσίαση και ανάλυση του ιστότοπου του Μουσείου, και θα χωριστεί σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος ξεκινάει με μια σύντομη αναδρομή της εισαγωγής της τεχνολογίας στα μουσεία του εξωτερικού. Στην συνέχεια, γίνεται αναφορά στις κινήσεις που έγιναν στην Ελλάδα αλλά και την αξιοποίηση της τεχνολογίας στα μουσεία και τους πολιτιστικούς οργανισμούς. Το πρώτο μέρος ολοκληρώνεται με την αναφορά στις τέσσερις κατηγορίες. Στο δεύτερο μέρος θα γίνει ανάλυση του ιστότοπου του μουσείου Ακρόπολης και στην συνέχεια δύο εννοιών του και θα γίνει αναφορά στους λόγους που το μουσείο δίνει βάση σε αυτές τις δυο. Σκοπός της εργασίας είναι να αναδειχθεί η πρόοδος που έχει συντελεστεί χάρις σε βήματα του παρελθόντος αλλά και πως τα μουσεία αξιοποιώντας την ανάπτυξη της τεχνολογίας μπορεί να αναπτυχθούν.

ABSTRACT

The theme of the paper is the "digital presence of the Acropolis Museum", which will be examined through the presentation and analysis of the Museum's website and will be divided into two parts. In the first part I will give a brief review of the introduction of technology in museums abroad. Then, I will refer to the movements that took place in Greece and the use of technology in museums and cultural organizations. The first part concludes with a reference to the four categories. The second part will analyse the Acropolis museum's website and then two of its sections and will refer to the reasons why the museum gives attention to these two. The purpose of the paper is to highlight the progress that has been made thanks to steps taken in the past and how museums can grow by taking advantage of the development of technology.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της πτυχιακής εργασίας είναι η «ψηφιακή παρουσία του Μουσείου Ακρόπολης» και η οποία θα εξεταστεί μέσα από την παρουσίαση και ανάλυση του ιστότοπου του Μουσείου. Στο πρώτο μέρος διερευνάται η χρήση των σύγχρονων ψηφιακών μέσων τόσο στον διεθνή όσο και στον εγχώριο χώρο, αναφορικά με πώς συνέβαλαν στην ανάπτυξη των μουσείων καθώς και τι ρόλο είχε η καθεμία εφαρμογή που δημιουργήθηκε. Κατόπιν, γίνεται αναφορά στις κινήσεις που έγιναν στην Ελλάδα για την είσοδο της τεχνολογίας στον ελληνικό χώρο. Στην συνέχεια θα γίνει αναφορά σε τέσσερις θεματικές κατηγορίες όπου έχει κάθε ιστότοπος μουσείου. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας θα γίνει μια συνοπτική εξήγηση του βασικού ιστότοπου του Μουσείου Ακρόπολης και σε δυο ενότητες που υπάρχουν στον ιστότοπο το Acropolis Museum Kids και συλλογές. Η εργασία ολοκληρώνεται με την αναφορά στους λόγους που μπορεί το ίδιο το μουσείο να έδωσε τόσο σημασία σε αυτές τις ενότητες και τι θέλει να δείξει μέσα από αυτό.

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

1. Η ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Στην σύγχρονη εποχή τα μουσεία χρησιμοποιώντας την ψηφιακή τεχνολογία με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους καταφέρνουν να προσελκύουν το ενδιαφέρον του θεατή αλλά και να γίνουν πιο φιλικά προς τους επισκέπτες. Όμως για να φτάσουν σε αυτό το σημείο έγιναν πολλά βήματα και δημιουργήθηκαν πολλά και διαφορετικά προγράμματα ώστε να μπορέσουν τα ίδια τα μουσεία να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία σε διαφορετικούς τομείς. Τα μουσεία λοιπόν, χρησιμοποιώντας την δυνατότητα αυτήν σημείωσαν σημαντική πρόοδο στους εξής τομείς: την τεχνολογία ως έκθεμα, η τεχνολογία ως προϊόν κατανάλωσης, η τεχνολογία ως μέσο διαχείρισης και η τεχνολογία ως εκπαιδευτικό εργαλείο.

Ξεκινώντας, τα μουσεία χρησιμοποίησαν την τεχνολογία ως εργαλείο για να διαχειριστούν τις συλλογές τους. Ήδη στα τέλη της δεκαετίας του 1960 άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτες εφαρμογές για την οργάνωση και διαχείριση των μουσειακών συλλογών. (Οικονόμου, 2003). Λόγω μιας ομάδας μουσείων στις ΗΠΑ το 1960 όπου δημιουργήθηκε από τον οργανισμό MCN (Museum Computer Network) υπό την επίβλεψη του Jack Heller ο οποίος ήταν καθηγητής στο Πανεπιστήμιο State της Νέας Υόρκης, δημιουργήθηκε μια κοινοπραξία από τα μουσεία της Νέας Υόρκης προκειμένου να γίνει μια

προσπάθεια αυτοματοποίησης των πληροφοριών των συλλογών για κάθε μουσείο/μέλος της ένωσης. Παράλληλα, την ίδια περίοδο δημιουργήθηκαν και δυο προγράμματα όπου στόχευαν στη δημιουργία μιας κοινής για όλα τα μουσεία «τράπεζας δεδομένων» όπου θα συγκέντρωναν οι πληροφορίες. Το SELGEM (Self Generating Master) ήταν δημιουργία του Εθνικού Μουσείου Φυσικής Ιστορίας του Smithsonian Institution κατά την δεκαετία του 1960 και λειτούργησε το 1970 ενώ χρησιμοποιήθηκε ως πεδίο καταχώρισης δεδομένων με τη μορφή κειμένου. (Jones- Garmil, 1997). Το πρόγραμμα GRIPHOS (General Retrieval and Information Processor for Humanities Oriented Studies) αφορούσε την ηλεκτρονική διαχείριση των αρχείων και χρησιμοποιήθηκε πρώτα στις βιβλιοθήκες και από το 1968 άρχισε να χρησιμοποιείται και από τα μουσεία. (Williams, 2010)

Μέσα στα επόμενα χρόνια δημιουργήθηκε το CIDOC-Conceptual Reference Model (CIDOC-CRM) από το ICOM και αφορούσε ένα θεωρητικό και πρακτικό εργαλείο για την ενσωμάτωση πληροφοριών στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Αυτό γινόταν μέσα από ένα κοινό και επεκτάσιμο σημασιολογικό πλαίσιο για την ενσωμάτωση πληροφοριών πολιτιστικής κληρονομιάς όπου ήταν βασισμένο σε στοιχεία. (CIDOC-CRM, χ.χ.). Τέλος, στην δεκαετία του '90 ο οργανισμός Canadian Heritage Information Network (CHIN) στον Καναδά δημιούργησε ένα πρόγραμμα που αφορούσε μια βάση δεδομένων με κοινή ορολογία και λεξιλόγιο. Αυτό βοήθησε τα μουσεία στον Καναδά, όχι μόνο να συνδεθούν αλλά και να προσθέτουν τα εκθέματά τους. Τέλος, μια εφαρμογή για την ηλεκτρονική καταλογογράφηση των αντικειμένων των μουσειακών συλλογών δημιουργήθηκε στις ΗΠΑ το 2003 από την Visual Resources Association (VRA) όπου αφορά έναν διεθνή οργανισμό που ασχολείται με ζητήματα διαχείρισης των οπτικών πόρων σε εκπαιδευτικά και πολιτισμικά περιβάλλοντα. (Coburn, Lanzi, Stein, Whiteside, 2010)

Όσο αφορά την Ελλάδα υπήρξαν κάποια μουσεία και πολιτιστικά ιδρύματα που εκμεταλλεύτηκαν την είσοδο της τεχνολογίας και την ανάπτυξη των πολυμέσων ώστε να αναπτυχθούν και αυτό αφορούσε διάφορους τομείς. Το 1990 το Μουσείο Μπενάκη δημιουργεί το πρώτο τμήμα τεκμηρίωσης το οποίο εκτός από το εσωτερικό του έργου, οργάνωνε σεμινάρια και εξέδιδε ενημερωτικό δελτίο (Μίτος), συμβάλλοντάς έτσι στην ενημέρωση των πολιτιστικών ιδρυμάτων σε ζητήματα πληροφορικής. Μετά από το Μουσείο Μπενάκη ακολούθησε το Ινστιτούτο Υπολογιστών του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας στην Κρήτη με το δικό του ερευνητικό έργο που αφορούσε την πολιτιστική κληρονομιά. Την ίδια περίοδο και το Υπουργείο Πολιτισμού ξεκινάει το 1994 την προσπάθεια καταγραφής της πολιτιστικής

κληρονομίας με χρήση ψηφιακών συστημάτων και δημιουργεί το Εθνικό Αρχείο Μνημείων. Επιπλέον, τα μουσεία αρχίσαν να αξιοποιούν την ανάπτυξη της τεχνολογίας για να βοηθήσουν τις εκθέσεις τους. Χαρακτηριστικά παραδείγματα ήταν το μουσείο του Δίου και το Ίδρυμα Ν.Π. Γουλανδρή – Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης με την χρήση πολιτιστικών CD-ROM όπου αφορούσαν τον «Κυκλαδικό Κόσμο» και κυκλοφορούσαν εκτός μουσείου. (Οικονόμου, 2003)

1.1. ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Από το σύνολο των τρόπων με τον οποίο τα μουσεία χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα, η εργασία θα εστιάζει στις μουσειακές ενότητες ενός ιστότοπου μουσείου.

Στο βιβλίο «Μουσειολόγια, Πολιτιστική Διαχείριση και Εκπαίδευση», ο Ιωάννης Δεληγιάννης και Γεώργιος Παπαϊωάννου αναφέρουν ότι στην σημερινή εποχή δεν μπορεί να υπάρχει ένα μουσείο χωρίς να έχει παρουσία στο διαδίκτυο μέσω της δημιουργίας ενός ιστότοπου, ενώ αναφέρονται σε τέσσερις θεματικές ενότητες που είναι σημαντικές να έχει κάθε ιστότοπος του μουσείου. Η πρώτη κατηγορία αφορά τις πληροφορίες που αφορούν το μουσείο όπως η διεύθυνση, κάποια στοιχεία επικοινωνίας (όπως e-mail, fax και τηλέφωνα), οι ημέρες και ώρες λειτουργίας αλλά και οι ημερομηνίες όπου το μουσείο είναι κλειστό. Σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να έχει και γενικότερες πληροφορίες για το μουσείο.

Η δεύτερη κατηγορία αφορά το περιεχόμενο του μουσείου δηλαδή τις μουσειακές συλλογές. Στις περιπτώσεις αυτές, το περιεχόμενο του μουσείου παρουσιάζεται μέσα από φωτογραφίες και επεξηγηματικό κείμενο. Όσο αφορά τις εκθέσεις του μουσείου, κυρίως υπάρχουν κάποιες εικόνες που αφορούν την έκθεση και πληροφορίες σχετικές με αυτές. Μερικές φορές μπορεί να χρησιμοποιείτε και βίντεο που θα εξηγεί την έκθεση ενώ με τον ίδιο τρόπο παρουσιάζεται και η μόνιμη έκθεση που μπορεί να έχει ένα μουσείο.

Η τρίτη κατηγορία αφορά το εκπαιδευτικό περιεχόμενο του μουσείου. Σε αυτήν την κατηγορία υπάρχουν διάφορες δραστηριότητες που μπορεί να κάνει κάποιος όπως πχ τα παιδιά και να μάθουν κάποιες πληροφορίες που έχουν σχέση με την ιστορία του Μουσείου. Συχνά χρησιμοποιούνται διάφορα παιχνίδια, κουίζ, εφαρμογές ακόμα και να ζωγραφίσουν μέσω υπολογιστή. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα στον χρήστη να προσαρμόσει αυτά που θα κάνει στα ενδιαφέροντα του και σύμφωνα με την ηλικία του.

Η τελευταία κατηγορία που υπάρχει σε ένα μουσειακό ιστότοπο είναι τα ψηφιακά εκθέματα γνωστότερα και ως προγράμματα εικονικής πραγματικότητας (VR), Αυτά δίνουν την δυνατότητα να περιηγηθεί ο επισκέπτης σε ένα πραγματικό μουσείο. Υπάρχει φυσικά και άλλο

ένα είδος ψηφιακού εκθέματος αυτό του ψηφιακού μουσείου.. (Δεληγιάννης, Παπαϊωάννου, 2014)

ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ

2. ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

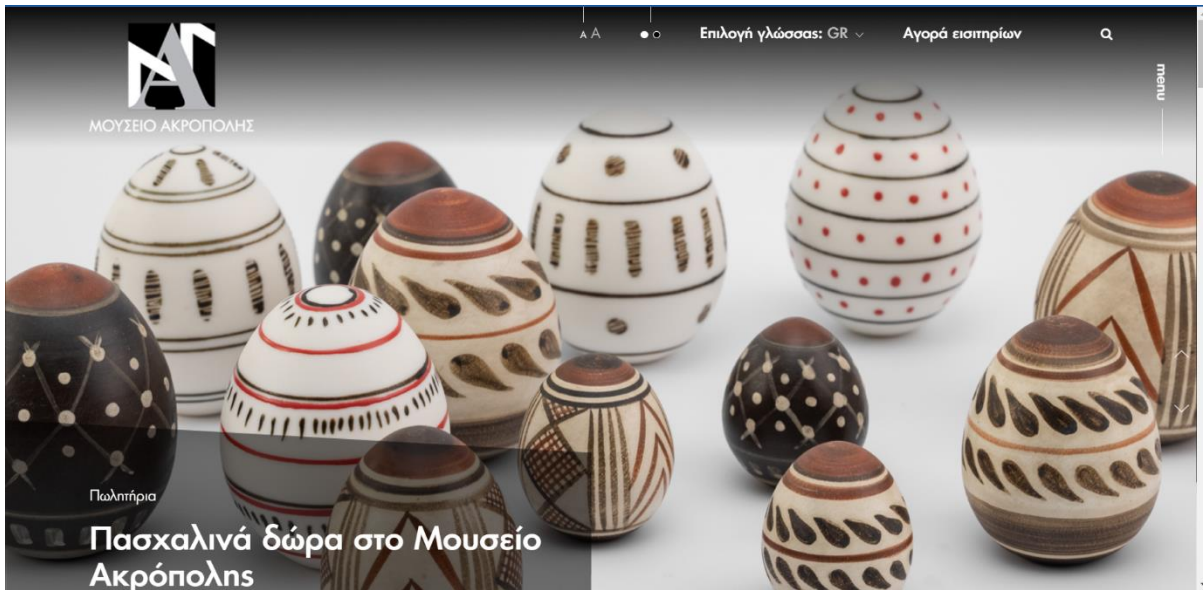
Το Νέο Μουσείο Ακρόπολης άρχισε να λειτουργεί στις 20 Ιουνίου του 2009 και οι αρχιτέκτονες του ήταν ο Bernard Tschumi και ο Μιχάλης Φωτιάδης. Ο πρώτος πρόεδρος του μουσείου ήταν ο Δημήτρης Παντερμαλής. (Μποζώνη, 2020). Βρίσκεται 300 μέτρα νοτιοδυτικά του Παρθενώνα και η είσοδος του μουσείου βρίσκεται στην αρχή της Διονύσου Αεροπαγίτου. (ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ Τ. Μ., χ.χ.) Το μουσείο δημιουργήθηκε για να στεγάσει τα αντικείμενα που ανακαλύφθηκαν στον βράχο της Ακρόπολης και στους πρόποδες του. Με αυτόν τον τρόπο περιλαμβάνει μια μεγάλη χρονική περίοδο από την Μυκηναϊκή περίοδο έως την Ρωμαϊκή και Παλαιοχριστιανική Αθήνα ενώ ταυτόχρονα βρίσκεται πάνω στον Αρχαιολογικό χώρο Μακρυγιάννη όπου έχουν ανακαλυφθεί ευρήματα των Ρωμαϊκών και πρώιμων βυζαντινών Αθηνών. (Culturenow.gr, χ.χ.) Επίσης, το Μουσείο Ακρόπολης είναι το μεγαλύτερο μουσείο στην Ελλάδα και έχει διεθνή φήμη. Σύμφωνα με την έρευνα του Visitor Figures που δημοσίευσε το «The Art Newspaper» το Μουσείο Ακρόπολης βρίσκεται στην 27^η θέση ως προς την επισκεψιμότητα, με αριθμό επισκεπτών 1.451.727 για το 2022. (Καθημερινή, 2023)

Η Michelle Henning στο κεφάλαιο «ΝΕΑ ΜΕΣΑ» του βιβλίου «Μουσείο και Μουσειακές σπουδές ένας πλήρης οδηγός» αναφέρει ότι η είσοδος των νέων μέσων έχει φέρει αλλαγές στα μουσεία σε διάφορους τομείς. Συγκεκριμένα, λειτουργούν ως βοήθεια στην παρουσίαση των εκθεμάτων, στην αρχειοθέτηση, στις πρακτικές εργασίας και στην σχέση μουσείου και κοινού (Henning, Νέα Μέσα, 2012).

Ο ιστότοπος ενός μουσείου είναι ένας από τους λόγους που το κοινό έχει στενότερη επαφή με μουσεία και συγκεκριμένα λόγω των επιλογών που δίνονται μέσω του ιστότοπου στους επισκέπτες. Στην περίπτωση του Μουσείου Ακρόπολης η τεχνολογία έχει αξιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό γεγονός που φαίνεται από την δημιουργία του ιστότοπου. Όπου μπορεί ο καθένας να βρει ότι ψάχνει αφού έχει τα πάντα που αφορούν το μουσείο. Στην συνέχεια της εργασίας αναλύεται ο ιστότοπος του μουσείου Ακρόπολης και δυο ενότητες του. Η παρατήρηση του ιστότοπου και των δυο ενοτήτων έγινε από τον συγγραφέα της εργασίας. Μάλιστα, κατά την εκπόνηση της του δεύτερου μέρους της εργασίας, τέθηκαν ορισμένα

ερωτήματα που απαιτούν διερεύνηση και ανάλυση. Ένα από αυτά είναι ο λόγος που το μουσείο Ακρόπολης δίνει ιδιαίτερη σημασία σε δύο συγκεκριμένες ενότητες. Παράλληλα, εξετάζεται η σκοπιμότητα αυτής της επιλογής και ποιο είναι το μήνυμα που προσπαθεί να μεταδώσει μέσω αυτής. Με την ανάλυση αυτή, επιτυγχάνεται η ολοκληρωμένη κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζουν οι ψηφιακές τεχνολογίες στην προβολή και διάδοση του πολιτισμού.

2.1.ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ



ΕΙΚΟΝΑ 1: ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

Σε αυτόν τον ιστότοπο υπάρχουν όλες οι πληροφορίες όσο αφορά το μουσείο. Το περιεχόμενο του χωρίζεται σε 14 κατηγορίες και κάποιες από αυτές έχουν υποκατηγορίες. Αυτές οι κατηγορίες είναι οργάνωση επίσκεψης, περιοδικές εκθέσεις, συλλογές, δραστηριότητες, έρευνα και συντήρηση, το μουσείο, γραφείο τύπου, πολυμέσα, οι κατηγορίες συχνές ερωτήσεις, φιλοξενία εκδηλώσεων, φωτογράφιση/κινηματογραφιστή και μελέτη αρχαιολογικού υλικού. Η πρώτη κατηγορία είναι η οργάνωση επίσκεψης. Υπάρχουν δηλαδή όλες οι πληροφορίες σε αυτήν την κατηγορία που αφορούν την επίσκεψη όπως το ωράριο του μουσείου, πληροφορίες σχετικές με το εισιτήριο, τις ξεναγήσεις αλλά και τι επιλογές προσφέρει το μουσείο στους επισκέπτες. Στην συνέχεια υπάρχουν πληροφορίες που αναφέρονται στις θεματικές εκθέσεις όπως σε τι χώρους γίνονται αλλά και τι χώρους διαθέτει το μουσείο. Τέλος, όσο αφορά τις περιοδικές εκθέσεις χωρίζονται σε τρεις υποκατηγορίες στις παλαιότερες, στις προσεχείς και στις τρέχοντες όπου αναλύονται ξεχωριστά η κάθε μια υποκατηγορία.

Στην επόμενη κατηγορία αναφέρεται η έρευνα & συντήρηση που κάνει το μουσείο και αναφέρονται τα ερευνητικά προγράμματα που έχει ασχοληθεί το μουσείο αλλά και το πως έχει βοηθήσει η τεχνολογία και στην συντήρηση των έργων. Κάποιες άλλες κατηγορίες που υπάρχουν στο ιστότοπο του μουσείου αφορούν το ίδιο το κτίριο, την παρουσία του στο εξωτερικό, την έκδοση εισιτηρίου, τις επιλογές που έχει ο κάθε επισκέπτης στο μουσείο ενώ

καλύπτει όλες τις κατηγορίες επισκεπτών και δίνει σε όλους επιλογές . Εκτός όμως από αυτές υπάρχουν και πληροφορίες που αφορούν το κτίριο όπως την ιστορία του, τον λόγο που κτίστηκε αλλά και που βρίσκεται τώρα ποια.

Σύμφωνα με την ανάλυση που έγινε για τον ιστότοπο του Μουσείου Ακρόπολης θα ακολουθήσει μια ανασκόπηση για τις εντυπώσεις που αφήνει στον επισκέπτη της σελίδας καθώς και σχετικές παρατηρήσεις. Η οργάνωση του ιστότοπου είναι σωστά δομημένη δηλαδή το περιεχόμενο του μουσείου είναι χωρισμένο σε κατηγορίες και υποκατηγορίες όπου έχουν όλες πληροφορίες χρειάζονται. Όμως παρόλο όπου είναι οργανωμένο σε ενότητες και υπάρχουν όλες οι πληροφορίες είναι δύσκολο ο επισκέπτης να βρει αυτό που μπορεί να ψάχνει λόγω του πλήθους πληροφοριών που υπάρχουν αυτό έχει ως αποτέλεσμα να χάνει χρόνο μέχρι να το βρει. Όσο αφορά το περιεχόμενο του ιστότοπου είναι επαρκές δηλαδή για την κάθε κατηγορία υπάρχουν οι απαραίτητες πληροφορίες. Σε κάθε μια κατηγορία ο επισκέπτης σχηματίζει μια γενική εικόνα καθώς και το τι να περιμένει να δει αν το επισκεφτεί. Με αυτόν τον τρόπο προσελκύει το ενδιαφέρον του επισκέπτη προκειμένου να πάει να δει την έκθεση και έτσι το μουσείο αποκτά μεγαλύτερη επισκεψιμότητα. Επίσης, είναι φιλικό προς όλους τους ανθρώπους δεν αποκλείει κανέναν επισκέπτη διότι δίνει σε όλους την επιλογή να κάνουν διάφορες δραστηριότητες αλλά και να δουν τα εκθέματα ενώ παρέχεται και η δυνατότητα στους επισκέπτες να εκδώσουν εισιτήριο μέσα από την ιστοσελίδα.

2.1.1. Συλλογές

«Είναι ένα από τα σημαντικά σημεία της ψηφιακής εποχής στο βαθμό που, συνδέεται άρρηκτα με το μετασχηματισμό συλλεγμένων και επεξεργασμένων δεδομένων σε "εικόνες με σημασία". Η απόλυτη σύνδεση της με τη χρήση των υπολογιστικών μέσων και κυρίως η έντονη παρουσία οπτικοποιημένων πληροφοριών σε κάθε τομέα της ζωής.» (Πεντάζου, 2019) είχε ως αποτέλεσμα οι ανάγκες για οπτικοποίηση να αυξηθούν σε διάφορους τομείς μεταξύ των οποίων ο τομέας του πολιτισμού και συγκεκριμένα όσο αφορά τα μουσεία.

Το Μουσείο Ακρόπολης παρουσιάζει στον ιστότοπό του την τεράστια συλλογή εκθεμάτων του, δίνοντας την δυνατότητα στον κόσμο που επισκέπτεται τον ιστότοπο να δει φωτογραφίες από κάθε έκθεμα και τις αντίστοιχες πληροφορίες. Επίσης, φαίνεται ότι και το ίδιο το μουσείο έχει δώσει πολύ σημασία σε αυτήν την κατηγορία λόγω ότι αναλύεται τόσο πολύ μέσα από τις κατηγορίες εκθεσιακοί χώροι, δημοφιλή εκθέματα, εξερεύνηση συλλογών και χρονολόγιο. Η πρώτη κατηγορία είναι οι εκθεσιακοί χώροι όπου αναφέρονται τα εκθέματα

και από που προέρχονται αυτά που θα δουν οι επισκέπτες. Ένας λόγος που το κάνει το μουσείο αυτό είναι λόγω του μεγάλου αριθμού εκθεμάτων που έχει το μουσείο δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίζει τι θα δει όταν επισκεφθεί το μουσείο.

Η δεύτερη κατηγορία είναι τα δημοφιλή εκθέματα όπου υπάρχουν τα πιο γνωστά εκθέματα του μουσείου και μπορεί ο επισκέπτης να πατήσει πάνω και να δει πληροφορίες για το καθένα ξεχωριστά. Ο λόγος που έχει δημιουργηθεί αυτή η υποκατηγορία είναι λόγω του μεγάλου αριθμού εκθεμάτων που βρίσκονται στο μουσείο. Συγκεκριμένα, έπρεπε να διαχωριστούν και να τοποθετηθούν σε άλλη κατηγορία αφενός λόγω της σημασίας που έχουν, αφετέρου, προκειμένου να δίνεται η δυνατότητα σε έναν επισκέπτη, που στερείται χρόνο, να δει τα σημαντικότερα εκθέματα. Φυσικά, ένας ακόμη λόγος είναι επειδή ένας επισκέπτης μπορεί να μην θέλει να δει αναλυτικά την έκθεση καθώς έτσι να χάσει το ενδιαφέρον του για το μουσείο.

Η τρίτη κατηγορία είναι η εξερεύνηση συλλογών. Σε αυτήν την κατηγορία βρίσκονται όλα τα εκθέματα που υπάρχουν στο μουσείο και δίνεται την δυνατότητα στον επισκέπτη να κάνει έρευνα και να επιλέξει από το σύνολο της συλλογής. Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα να βάλουν εκείνοι τα φίλτρα που θέλουν μέσα από επιλογές που τους δίνονται ώστε να δουν τα αντίστοιχα εκθέματα σύμφωνα με τις επιλογές που θα έχουν κάνει. Έτσι ο επισκέπτης έχει περισσότερο έλεγχο ως προς το τι θα δει προσελκύνοντας το ενδιαφέρον των υποψήφιων επισκεπτών.

Τελευταία κατηγορία είναι το χρονολόγιο. Σε αυτήν την κατηγορία αναφέρεται η ιστορία της Αθήνας. Ο λόγος που υπάρχει αυτή η κατηγορία είναι διότι μέσα από αυτό αναφέρεται η ιστορία των εκθεμάτων αλλά και περιγράφεται και το πώς εξελίχθηκε μέσα στα χρόνια η πόλη στην οποία βρίσκεται το ίδιο το μουσείο.

2.1.2. ACROPOLIS MUSEUM KIDS



ΕΙΚΟΝΑ 2: ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΤΟΥ ACROPOLIS MUSEUM KIDS

Στην σημερινή εποχή, η μουσειοπαιδαγωγική αποτελεί μέρος του ρόλου των μουσείων. Τα μουσεία συχνά χρησιμοποιούν ψηφιακά μέσα για τη δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού σχετικού με τις συλλογές τους. Ένα μέρος αυτών των επιλογών αφορά το διαδίκτυο όπου ο χρήστης μπορεί να της χρησιμοποιήσει ανεξάρτητα αν θέλει ή όχι να επισκεφθεί το μουσείο. (Γιαννούτου, 2015)

Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι και η ενότητα Acropolis museum kids η οποία αποτελεί μέρος του ιστότοπου του Μουσείου Ακρόπολης. Η ενότητα απευθύνεται στους μικρούς επισκέπτες του μουσείου και αυτό που θα ανακαλύψει κανείς ψάχνοντας την είναι διάφορες δραστηριότητες όπου έχουν εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Αυτό αποδεικνύεται και μέσα από διάφορα παιχνίδια και βίντεο που υπάρχουν στην κατηγορία της ενότητας διασκέδαση μέσα από την οποία τα παιδιά να συμμετέχουν σε παιχνίδια όπως (- Πέτρα – Καλέμι – Γραφή, Μυστικά κρυμμένα στο χώμα) με θέμα κυρίως την ζωή των μικρών παιδιών στην Αρχαία Αθήνα. Ο λόγος που το κάνει αυτό είναι γιατί λόγω της ηλικίας τους τα παιδιά μπορούν να ταυτιστούν και να μάθουν πιο εύκολα μια πληροφορία που δεν έχει πολλές λεπτομέρειες και είναι το θέμα απλούστερο και κοντά σε αυτά. Εκτός από τα παιχνίδια υπάρχουν και τα βίντεο που προσφέρουν πληροφορίες με έναν διαφορετικό τρόπο.

Ένας ακόμα τρόπος ψυχαγωγίας που προσφέρει η ενότητα είναι η δημιουργία διάφορων αντικειμένων με θέμα την ζωή των μικρών παιδιών στην Αρχαία Ελλάδα. Στην συνέχεια, τα

παιδιά μπορούν να ανεβάσουν τις δημιουργίες τους στην κατηγορία Gallery. Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να επιτρέψει στα παιδιά να γίνουν μέρος του μουσείου και έτσι το μουσείο να διευρύνει την θέση του στον εκπαιδευτικό τομέα μέσα από αυτήν την κίνηση. Έτσι τα παιδιά δεν χάνουν το ενδιαφέρον τους για το μουσείο ενώ μέσω της δημιουργίας αντικειμένων είναι δυνατό η ανακάλυψη δεξιοτήτων που δεν είχαν αντιληφθεί. Τέλος, ένας ακόμη λόγος αυτής της δραστηριότητας είναι η προώθηση της επίσκεψης των παιδιών στο μουσείο, καθώς έτσι έρχονται πιο κοντά στο μουσείο, ενώ ανακαλύπτουν δραστηριότητες που σχετίζονται τόσο με τους ίδιους όσο και με την εποχή αυτή.

Σύμφωνα με την ανάλυση που έγινε στην ενότητα αυτή θα ακολουθήσει μια ανασκόπηση για τις εντυπώσεις που αφήνει στον επισκέπτη της σελίδας καθώς και σχετικές παρατηρήσεις. Η ενότητα Acropolis museum kids είναι αφιερωμένη στα παιδιά και η κριτική αφορά το περιεχόμενο, την οργάνωση και αν είναι φιλική ως προς τα παιδιά. Πρώτον, όσο αφορά την οργάνωση του ιστότοπου είναι εύκολη στην χειρισμό της διότι δεν έχει πολλές κατηγορίες και έτσι δεν θα αργήσει να βρει αυτό που θέλει κάποιος. Οι κατηγορίες που υπάρχουν έχουν όλες την ίδια έκταση και πιάνουν τον ίδιο χώρο. Όσο αφορά το περιεχόμενο του είναι εξιδεικευμένο για τα παιδιά. Δηλαδή, με τις λίγες πληροφορίες που παρέχονται για το μουσείο, το περιεχόμενο επικεντρώνεται κυρίως σε μια σειρά δραστηριοτήτων και βίντεο που σχεδιάστηκαν με στόχο να προσφέρουν μια φιλική προσέγγιση προς τα παιδιά. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων και των βίντεο, επιδιώκεται η παροχή πληροφοριών που σχετίζονται με το θέμα του κάθε βίντεο. Επιπλέον, οι περιγραφές των βίντεο παρέχονται με συνοπτικό τρόπο, αλλά περιλαμβάνουν τις απαραίτητες πληροφορίες για το περιεχόμενό τους.

Συνολικά, το περιεχόμενο παρουσιάζει μια ευχάριστη και φιλική προσέγγιση προς τα παιδιά, δίνοντας έμφαση στην ειδική αυτή κατηγορία και παρέχοντας τους τη δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά στη δημιουργία και ανάπτυξη του περιεχομένου της ιστοσελίδας ενώ παράλληλα οι νεαροί επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γίνουν μέρος του μουσείου.

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μέσα από τις αναλύσεις του ιστότοπου και των δύο ενοτήτων παρατηρεί κανείς διάφορα πράγματα αναφορικά με τον τρόπο αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών. Πρώτον, μέσα από τις δυο ενότητες δίνονται πολλές επιλογές στους επισκέπτες κάθε ηλικίας για να τους προσελκύσουν να επισκεφθούν το μουσείο. Επίσης, όπως φάνηκε και στην πρώτη ανάλυση παρόλο που ο ιστότοπος φαίνεται πλήρης ως προς το περιεχόμενο του, δεν έχει χωριστεί με βάση της πληροφορίες .Συνεπώς, η αναζήτηση συγκεκριμένων πληροφοριών από τον χρήστη είναι δύσκολη. Παρόλα αυτά, αποτυπώνεται η βαρύτητα που έχει δώσει το ίδιο το μουσείο προκειμένου να έχει ενεργό χαρακτήρα.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας, η πρόοδος της τεχνολογίας έχει προσφέρει αρκετές ευκαιρίες στα μουσεία για ανάπτυξη μέσω διάφορων μέσων. Αναλύθηκαν οι δράσεις που πραγματοποιήθηκαν στον ψηφιακό τομέα τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο, ώστε να φτάσουμε σήμερα. Αποτέλεσμα αυτών των δράσεων είναι η δημιουργία μουσειακών ιστοσελίδων. Μέσα από αυτήν την δυνατότητα τα μουσεία απέκτησαν παρουσία στον ψηφιακό κόσμο προσφέροντας διάφορες επιλογές στους επισκέπτες. Ένα από τα μουσεία που εκμεταλλεύτηκε αυτήν τη δυνατότητα είναι το Μουσείο Ακρόπολης. Όπως παρατηρήσαμε από την ανάλυση του ίδιου του ιστότοπου και των δύο ενοτήτων του μουσείου, έχουν δοθεί πολλές ευκαιρίες στους επισκέπτες σε πολλούς τομείς. Επιπλέον, μέσω των δύο ενοτήτων, το ίδιο το μουσείο προσπαθεί να επεκτείνει τη θέση του στον εκπαιδευτικό και πολιτιστικό τομέα, καθώς και να προσελκύσει κοινό όλων των ηλικιών με σκοπό να ενισχύσει την θέση του. Ωστόσο, δεν έχουν δημοσιευθεί ακόμα μελέτες ή στοιχεία που να αποδεικνύουν με σαφήνεια την επίδραση του ιστότοπου του Μουσείου Ακρόπολης στην ανάπτυξή του.

Βιβλιογραφία

- CIDOC-CRM. (χ.χ.). *CIDOC-CRM*. Ανάκτηση από <https://www.cidoc-crm.org/>: <https://www.cidoc-crm.org/>
- Coburn, Lanzi, Stein, Whiteside, E. (2010). *SAGE journals*. Ανάκτηση από <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0340035209359561>
- Culturenow.gr. (χ.χ.). *Culturenow.gr*. Ανάκτηση από Culturenow.gr: <https://www.culturenow.gr/venue/moyseio-akropolhs/>
- Henning, M. (2012). Νέα Μέσα. Στο S. MACDONALD, *ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΕΝΑΣ ΠΛΗΡΗΣ ΟΔΗΓΟΣ*. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.
- Jones- Garmil, K. (1997). *The Wired Museum: Emerging Technology and Changing Paradigms*. American Association of Museum.
- KIDS, A. M. (χ.χ.). *ACROPOLIS MUSEUM KIDS*. Ανάκτηση από acropolismuseumkids.gr: <https://acropolismuseumkids.gr/>
- Williams, D. (2010). A brief History of museum computerization. Στο R. Parry, *Museums in a Digital Age* (σσ. 15-21). Routledge.
- ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ, Μ. (χ.χ.). *ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ*. Ανάκτηση από [theacropolismuseum](https://www.theacropolismuseum.gr/): <https://www.theacropolismuseum.gr/>
- ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ, Τ. Μ. (χ.χ.). *ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ*. Ανάκτηση από [ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ](https://www.theacropolismuseum.gr/ktirio-toy-moyseioy): <https://www.theacropolismuseum.gr/ktirio-toy-moyseioy>
- Γιαννούτου, Ν. (2015). Αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων στη . Στο Ν. Νικονάνου, *Μουσειακή μάθηση και εμπειρία στον 21ο αιώνα* (σ. 226).
- Δεληγιάνης, Παπαϊωάννου, Ι. (2014). Μουσείο και αξιοποίηση πολιτισμικού αποθέτος με χρήση ψηφιακής τεχνολογίας και διαδραστικών πολυμέσων. Στο Γ. Δ. Μπίκος, Κανιάρη, *Μουσειολογία, Πολιτισμική Διαχείριση και Εκπαίδευση*. (σσ. 120-122). Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΡΗΓΟΡΗ.
- Ελευθεράτου, Ζαούση, Σ. (χ.χ.). *ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ*. Ανάκτηση από [ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ](https://www.theacropolismuseum.gr/periehomeno-istohoroy): <https://www.theacropolismuseum.gr/periehomeno-istohoroy>
- Καθημερινή, Η. (2023, Μάρτιος 27). Στα 100 πιο δημοφιλή μουσεία στον κόσμο το «Μουσείο της Ακρόπολης» – Πρώτο το Λούβρο. Ανάκτηση από <https://www.kathimerini.gr/culture/562341961/sta-100-pio-dimofili-moyseia-ston-kosmo-to-moyseio-tis-akropolis-pto-to-loyvro/>
- Μποζώνη, Α. (2020, Μαΐος 18). *elculture*. Ανάκτηση από [elculture.gr](https://elculture.gr/mousio-akropolis-mia-palia/): <https://elculture.gr/mousio-akropolis-mia-palia/>
- Οικονόμου, Μ. (2003). Νέες τεχνολογίες στο μουσείο. Στο Μ. ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ, *Μουσείο: Αποθήκη ή ζωντανός οργανισμός* (σσ. 123-125). ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΗΤΙΚΗ.
- Πεντάζου, Ι. (2019). *Ιστορία σε Έκθεση Πρακτικές ψηφιακού σχεδιασμού*. Εκδόσεις ΕΑΠ.

