

## Εφαρμογές κινητών συσκευών για μουσεία και πολιτιστικούς χώρους: Μια πρόσβαση στον κόσμο της τέχνης στον καιρό της πανδημίας

**Αφροδίτη Καριπίδη**  
Πτυχιούχος ΠΑΔΑ  
afroditkar@gmail.com

**Γιώτα Παπαδημητρίου**  
ΣΕΠ ΕΑΠ  
giotaparadim@yahoo.gr

### Περίληψη

Στην εποχή της πανδημίας, το 2020-21, τα μουσεία και, γενικότερα, οι πολιτιστικοί χώροι βρέθηκαν να διεκδικούν μια εδραιωμένη και αποτελεσματική διαδικτυακή παρουσία, ώστε το κοινό τους να έχει πρόσβαση στις συλλογές και τις δράσεις τους όχι πλέον διά ζώσης αλλά και online. Η διαπίστωση αυτή μας οδήγησε στην επιλογή του θέματος της παρούσας εργασίας που αφορά στη χρήση εφαρμογών κινητών συσκευών για εξ αποστάσεως πρόσβαση σε μουσεία και χώρους πολιτισμού στον καιρό της πανδημίας και στηρίζεται σε σχετική έρευνα με υλικό από το διαδίκτυο. Συγκεκριμένα, ερευνήσαμε τη χρήση εφαρμογών κινητών συσκευών για εξ αποστάσεως επισκέψεις σε μουσεία – χώρους πολιτισμού κατά τις δύο περιόδους (σε παγκόσμιο επίπεδο περίπου: Μάρτιος, Απρίλιος, Μάιος 2020 και Νοέμβριος, Δεκέμβριος 2020 – Ιανουάριος 2021) του εγκλεισμού λόγω πανδημίας, προκειμένου να διαπιστώσουμε αν και πόσο αυξήθηκαν. Η έρευνα στηρίχθηκε σε αξιολογήσεις χρηστών που αναρτήθηκαν στην ηλεκτρονική πλατφόρμα Google Play Store και αφορούσαν τις δημοφιλείς εφαρμογές Google Arts and Culture, Smartify, Artly και Art Saga, εφαρμογές κινητών συσκευών για χώρους τέχνης και πολιτισμού που προσελκύουν ευρύ κοινό.

**Λέξεις-κλειδιά:** μουσεία, ψηφιακές περιηγήσεις, διαδικτυακές επισκέψεις σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους, εφαρμογές κινητών συσκευών, πανδημία.

### 1. Εισαγωγικά

Η τέχνη (και γενικότερα ο πνευματικός πολιτισμός) και η σύνθεσή της με την τεχνολογία, αφενός, και οι προκλήσεις της σύγχρονης εποχής, αφετέρου, είναι οι πόλοι γύρω από τους οποίους εξυφαίνεται η παρούσα εργασία, η οποία και επικεντρώνεται σε ψηφιακές εφαρμογές κινητών τηλεφώνων στον χώρο των μουσείων και στον τρόπο που τις αξιολογούν οι χρήστες. Πιο συγκεκριμένα, θεωρούμε πως:

Α. Μέσα από την τέχνη και την κουλτούρα εκφράζεται το χάσμα ανάμεσα στο άτομο και στη βαρβαρότητα ή, με άλλα λόγια, εκφράζεται η ξεχωριστή εκείνη ποιότητα που προσδιορίζει τον «άνθρωπο» (Horkheimer & Adorno, 1947/2002). Αλλά και, σύμφωνα με τη θεωρία του Γκυγιώ, η αισθητική ποιότητα ενός έργου προκύπτει από το γεγονός ότι ένας άνθρωπος αναγνωρίζει τα συναισθήματα που εκφράζονται από το έργο σαν να είναι δικά του, κομμάτι που πηγάζει από τον ίδιο. Από την άλλη, όλους μας γοητεύει και η τεχνολογία και, ιδιαίτερα, όταν μας δίνει τη δυνατότητα να εκπληρώσουμε βαθύτατες επιθυμίες, όπως η επικοινωνία και η μετάδοση πληροφορίας. Μάλιστα, η τεχνολογία πραγματώνει στον υλικό κόσμο την αγάπη για την τέχνη και την κουλτούρα καθώς και την επιθυμία για επαφή μαζί τους, ενώ αλλάζει ποιοτικά τη φύση της σχετικής εμπειρίας μας. Άλλωστε, βρισκόμαστε στον αιώνα της



ηλεκτρονικής διάδοσης/συντήρησης κάθε είδους τέχνης, εφόσον η ουσιαστική και σωστή διάδοση/συντήρηση της τέχνης βασίζεται πλέον σε μεγάλο βαθμό στα μέσα που παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία. Οι νέες τεχνολογίες μπορούν να καταστήσουν διαθέσιμα τα προϊόντα τέχνης και πολιτιστικής κληρονομιάς ανεξάρτητα από τον χώρο. Μάλιστα, εφόσον το διαδίκτυο διευρύνει τα όριά μας, η τέχνη που διαδίδεται διαδικτυακά μέσω των νέων μέσων ενημέρωσης έχει ισχυρή δυνατότητα να εκπληρώσει τον παιδαγωγικό στόχο της διατήρησης και διάδοσης της γνώσης (Pujol & Champion, 2012) και, έτσι, να συμβάλλει στη γενικότερη πολιτιστική ευαισθητοποίηση του κοινού (Cameron & Kenderdine, 2007).

Από τη σύνθεση τέχνης/κουλτούρας και τεχνολογίας απορρέουν δεδομένα ζωτικής σημασίας για το μέλλον των μουσείων – πολιτιστικών οργανισμών, όπως η ανάπτυξη συνεργασιών, ο -απαραίτητος για να εφαρμοστούν νέες τεχνολογίες/μέθοδοι/πρακτικές- πειραματισμός, η διεύρυνση/εμβάθυνση των σχέσεων με το κοινό καθώς και η προσέγγιση ευρύτερου κοινού (England Arts Council, 2018).

Β. Τα τελευταία χρόνια, η συνεχώς και ραγδαία εξελισσόμενη τεχνολογία χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο αναφορικά όχι μόνο με τη διασκέδαση, η οποία είναι και η συνηθέστερη χρήση της, αλλά και με ό,τι έχει να κάνει με πολιτιστικούς φορείς και μουσεία. Σήμερα, πολλά αλλάζουν μπροστά στα μάτια μας, από τις προσδοκίες των καταναλωτών έως τις τρέχουσες τάσεις στην τεχνολογία. Ο χρήστης έχει ενσωματώσει το διαδίκτυο στην καθημερινή του ζωή και έχει μετατραπεί σε «κόμβο» τεμνόμενων δικτύων φυσικής, εικονικής και υβριδικής ποιότητας (Yus, 2014), ένα σημείο, όπου συγκλίνουν όλα τα είδη φυσικών και εικονικών αλληλεπιδράσεων. Ζούμε σε μια εποχή ιστορικών αλλαγών, οικοδομώντας ένα διαφορετικό μοντέλο κοινωνικής αλληλεξάρτησης. Ο τρόπος ζωής και εργασίας έχει αλλάξει, όπως και οι τρόποι με τους οποίους επικοινωνούμε μεταξύ μας (Portalés, Rodrigues, Rodrigues Gonçalves, Alba, & Sebastián, 2018). Η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην ένταξη πολιτιστικού περιεχομένου στη ζωή μας έχει αρχίσει και υλοποιείται όλο και περισσότερο χάρη στις κινητές συσκευές, όπως και στα applications – web applications, δηλαδή εφαρμογές για τον υπολογιστή και mobile applications, δηλαδή εφαρμογές για κινητές συσκευές.

Μέσα από αυτήν την τεχνολογική αναβάθμιση το μουσειακό υλικό και ο πολιτισμός συνδέονται άμεσα και με τις καθημερινές εμπειρίες, μιας και τα κινητά τηλέφωνα και τα τάμπλετς έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητάς μας. Με τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) που χρησιμοποιούνται για τον εμπλουτισμό, τη μετατροπή και την ενίσχυση της πολιτιστικής εμπειρίας, έχουν δημιουργηθεί δυναμικά και αποτελεσματικά μέσα επικοινωνίας μεταξύ των μουσείων - πολιτιστικών οργανισμών και του κοινού τους. Με τη χρήση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι ψηφιακές εφαρμογές ο χρήστης μπορεί να έρθει σε επαφή με έναν τεράστιο αριθμό φορέων, χωρίς να χρειάζεται στην πραγματικότητα να έχει συμβατική επαφή με αυτούς από κοντά. Πλέον, τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί καλούνται να αναπτύξουν νέα και πιο διαδραστικά συστήματα, τα οποία να βασίζονται στην ψηφιακή δυνατότητα που προσφέρουν απλόχερα οι συσκευές και τα διάφορα προγράμματα τόσο για να εξελιχθούν και να ανανεωθούν τα ίδια, ξεπερνώντας τον καθιερωμένο συμβατικό τρόπο επίσκεψης όσο και για να έχουν οι επισκέπτες τους μια πιο όμορφη εμπειρία, μαθαίνοντας με νέους τρόπους, με δραστηριότητες μάθησης και παιχνιδιού πάνω στην κουλτούρα και την τέχνη όχι μόνο εξ επαφής αλλά και εξ αποστάσεως, έτσι, ώστε να χρησιμοποιείται όλο το εύρος δυνατοτήτων που προσφέρεται τεχνολογικά. Έτσι, η γνώση καθίσταται πιο ελκυστική και πιο εύκολα προσβάσιμη στο κοινό (Kavoura & Sylaiou, 2017).



Μελετώντας τα παραπάνω, πρέπει να έχουμε πάντα υπόψη πως ο πιο σημαντικός παράγοντας που εμποδίζει άτομα να επισκεφθούν μουσεία είναι η έλλειψη χρόνου καθώς και η σχετική δαπάνη που απαιτείται (Lindgaard, Fernandes, Dudek, & Brown, 2006). Οι ψηφιακές εφαρμογές μπορούν να αποτελέσουν μια ικανοποιητική λύση σε αυτά τα εμπόδια που δεν γεννήθηκαν στις μέρες μας αλλά είναι διαχρονικά.

Πέρα από αυτό, όμως, μια από τις σύγχρονες απροσδόκητες προκλήσεις για τον πολιτιστικό τομέα είναι η πανδημία του covid-19 με όλες τις επιπτώσεις της. Λόγω των απαραίτητων περιορισμών, με το ξέσπασμα της πανδημίας οι οργανισμοί που εξυπηρετούν επισκέπτες είχαν να απαντήσουν σε μια νέα πρόκληση αναφορικά με την πρόσβαση του κοινού, μιας και ένα μεγάλο κομμάτι της καθημερινότητάς μας πλέον είναι μέσα στο σπίτι. Μάλιστα, σε αυτήν τη φάση είναι περισσότερο απαραίτητο από ποτέ να μη χάσουμε επαφή με τα πολιτιστικά δρώμενα, να μη σταματήσουμε να μαθαίνουμε. Έτσι, επαγγελματίες του μουσείου και του πολιτισμού έθεσαν ως στόχο να προσεγγίσουν τους επισκέπτες τους ξανά, κάτι που έγινε εφικτό με την τεχνολογία και μέσω της επέκτασης/επιτάχυνσης της χρήσης νέων ψηφιακών εργαλείων. Για να επιτευχθεί αυτή η ποθητή προσέγγιση επισκεπτών, είναι σημαντικό τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί να λάβουν υπόψη την εξέλιξη των προσδοκιών του κοινού καθώς και τον ρόλο της νέας τεχνολογίας στη μετατροπή των καθημερινών λειτουργιών και της αλληλεπίδρασης με τους επισκέπτες. Ειδικά, τα μουσεία κατά τη διάρκεια της καραντίνας ενίσχυσαν πολύ την παρουσία τους στο διαδίκτυο, προσφέροντας περισσότερες αλληλεπιδράσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ειδικές εκπομπές, εικονικές περιηγήσεις και διαδικτυακές εκθέσεις, και παρατήρησαν μεγάλη αύξηση στις διαδικτυακές επισκέψεις. Ενδεικτικά, από έρευνα στα 100 μεγαλύτερα ιταλικά κρατικά μουσεία φάνηκε ότι, κατά τη διάρκεια της καραντίνας, η διαδικτυακή τους δραστηριότητα διπλασιάστηκε (Agostino, Arnaboldi, & Lampis, 2020).

Στην εποχή, λοιπόν, της πανδημίας κοινωνικά μέσα, λειτουργίες τύπου cloud, τεχνητή νοημοσύνη, εικονική πραγματικότητα, επαυξημένη πραγματικότητα και πολλά άλλα αποδεικνύονται απαραίτητα, προκειμένου να παρέχονται τους χρήστες εμπειρίες διαδραστικές διασκεδαστικές και, ταυτόχρονα, εκπαιδευτικές (μιας και μιλάμε για μουσεία και πολιτιστικούς χώρους που έχουν και εκπαιδευτικό ρόλο).

## 2. Η έρευνά μας

Στην εποχή του εγκλεισμού, ο κόσμος της τέχνης προσαρμόζεται σε νέους κανόνες, ενώ εκατομμύρια άνθρωποι για να βιώσουν την τέχνη και τον πολιτισμό από απόσταση επιλέγουν διαδικτυακούς τρόπους, όπως online συνδέσεις, εικονική - επαυξημένη πραγματικότητα και εφαρμογές για Η/Υ και για κινητές συσκευές. Για την έρευνά μας, επικεντρωθήκαμε σε εφαρμογές κινητών συσκευών για μουσεία και πολιτιστικούς χώρους, με στόχο, μέσα από αυτές, να καταμετρήσουμε τις επισκέψεις σε μουσεία - πολιτιστικούς χώρους για τις δύο περιόδους καραντίνας (άνοιξη 2020, φθινόπωρο - χειμώνας 2021) και να εντοπίσουμε αυξομειώσεις.

Συγκεκριμένα, ερευνήσαμε δεδομένα σχετικά με τις εφαρμογές Google Arts & Culture, Smartify, Art Saga και Artly. Οι εφαρμογές αυτές: μοιάζουν, εφόσον προσφέρουν ελεύθερη δωρεάν online πρόσβαση στην παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά, με εξ αποστάσεως περιηγήσεις ή διαδράσεις, αλλά και διαφέρουν αναφορικά με το μέγεθος, τη δημοφιλία και την ποικιλία των δραστηριοτήτων που προσφέρουν, διαφορές που δίνουν δυνατότητα συγκρίσεων και προσθέτουν ενδιαφέρον στα ευρήματά μας. Επιπλέον, για τις εφαρμογές αυτές υπάρχουν αξιολογήσεις χρηστών προς καταμέτρηση. Συγκεκριμένα, το ηλεκτρονικό κατάστημα της Google Play Store προσφέρει στους χρήστες τις παραπάνω εφαρμογές προς



εγκατάσταση αλλά τους δίνει και τη δυνατότητα να τις αξιολογήσουν με σχόλια ή και με αστέρια σε 5βαθμη κλίμακα. Για την έρευνά μας καταμετρήσαμε τα σχόλια/αστέρια των χρηστών για την περίοδο 1/1/20 έως 31/7/21 –μια περίοδο που περιλαμβάνει και τις δύο φάσεις του εγκλεισμού, κατά τις οποίες θεωρήσαμε ότι δόθηκε ευκαιρία σε ευρύ κοινό να προσεγγίσει τον χώρο του πολιτισμού μέσα από εφαρμογές κινητών συσκευών.

Ευνόητο είναι πως μια τέτοιου τύπου έρευνα με υλικό από το διαδίκτυο υπόκειται σε σημαντικούς περιορισμούς. Επισημαίνουμε πως δεν αρκεί ο αριθμός των αξιολογήσεων για να υπολογιστεί με ακρίβεια η επισκεψιμότητα σε μια εφαρμογή, εφόσον ένα ποσοστό χρηστών δεν αφήνει έτσι το αποτύπωμά του. Ωστόσο, αν έχουμε κατά νου αυτόν τον περιορισμό, τότε η καταμέτρηση σχολίων και αστεριών των χρηστών αποτελεί έναν αρκετά αξιόπιστο δείκτη. Μάλιστα, ο χρήστης μπορεί να επεξεργαστεί η και να διαγράψει τα δεδομένα του όποτε επιθυμεί, συνεπώς τα στοιχεία είναι ρευστά (κατά την εκτίμησή μας, και σύμφωνα με καταμέτρηση μετά από παρέλευση τριών μηνών, η διαφοροποίηση κυμαίνεται περίπου στο 1-2%). Επιπλέον, παρότι η πλατφόρμα δίνει πρόσβαση στα περισσότερα στοιχεία, δεν δίνει πρόσβαση σε όλα.

## 2.1. Οι εφαρμογές

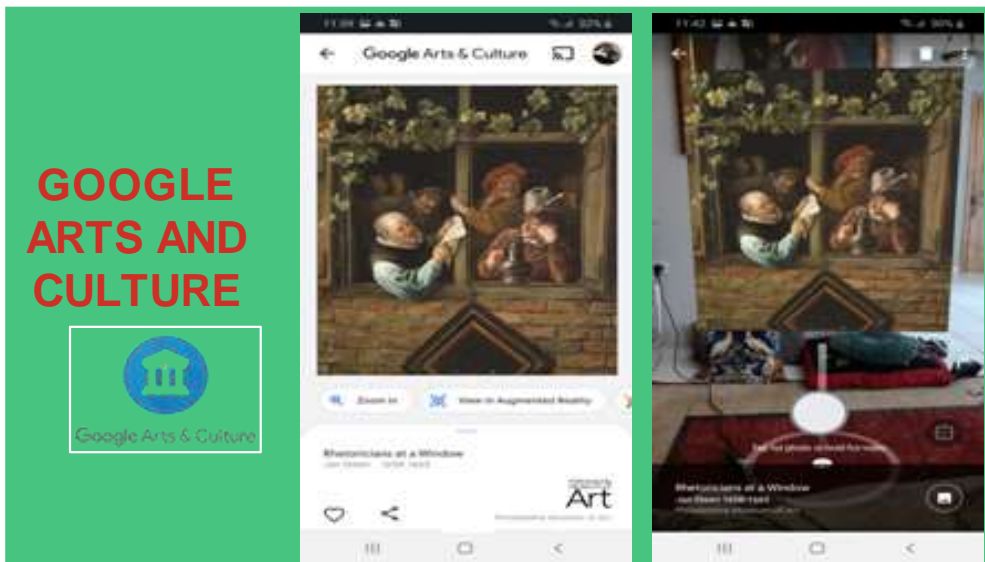
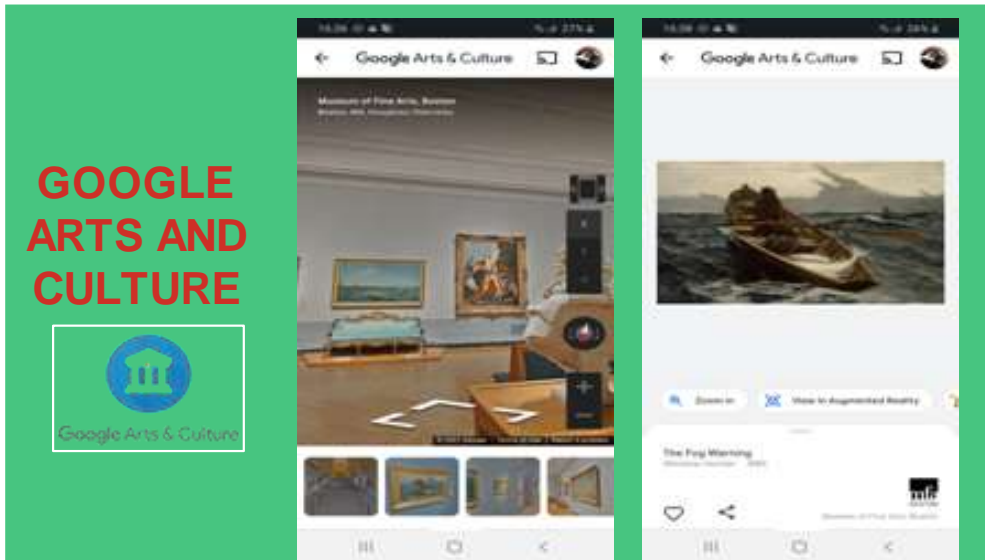
### 2.1.1. Google Arts and Culture

Η Google Arts and Culture είναι μια μη κερδοσκοπική πρωτοβουλία της γνωστής μηχανής αναζήτησης Google. Η δημοφιλής αυτή εφαρμογή προσφέρει μεγάλο εύρος από θέματα, έργα, δραστηριότητες: Γκαλερί τσέπης, Street View, Περιηγήσεις, Βίντεο 360 ° κτλ. και έχει συγκεντρώσει επιστημονικό ενδιαφέρον (ανακοινώσεις σε συνέδρια, άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά κ.ά.)<sup>7</sup>.

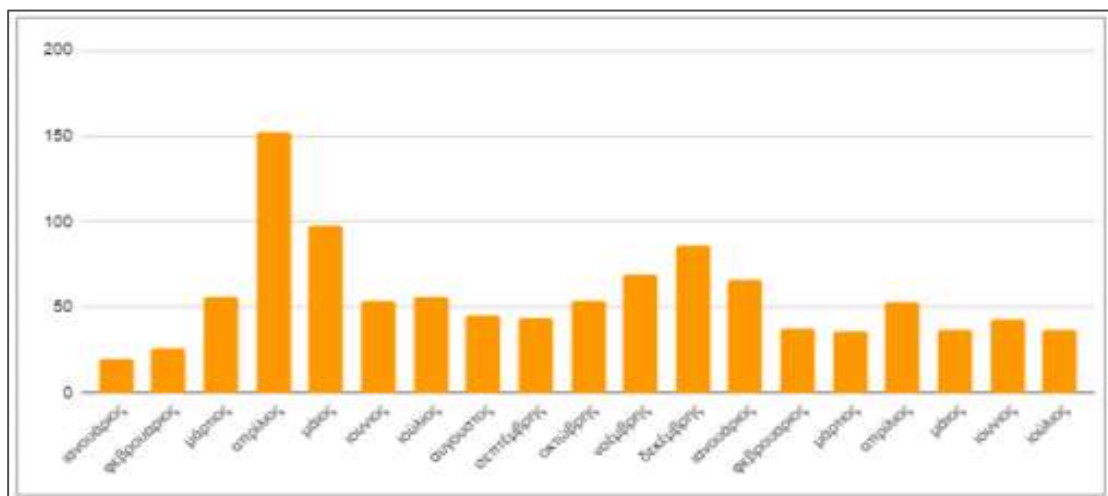
<sup>7</sup> Από την πρώτη της εμφάνιση ως Google Art Project (2011) έως σήμερα η Arts & Culture συγκεντρώνει επιστημονικό ενδιαφέρον με πονήματα που αφορούν –ενδεικτικά αναφέρουμε– είτε:

- συγκεκριμένους πολιτιστικούς χώρους [Google arts and culture - Searching for a new audience for the Brukenthal National Museum (Luca, 2018), Google Arts & Culture Virtual Reality and Learning Outcomes: the Maltese experience (Debattista, Portelli, & Marmara, 2018), Cultural Tourism: using Google Arts & Culture platform to promote a small city in the North of Portugal (Pascoal, Tallone, & Furtado, 2020).
- την επανάσταση που έφερε στον χώρο του πολιτισμού καθώς και τη λειτουργία της πλατφόρμας [Set up a Google Art Project Gallery (Jones, 2014), A robot walks into a room: Google Art Project, the new aesthetic and the accident of art (Ballard, 2014), A Study on the Platform of Arts and Cultural Contents in the Digital Era - focused on Google Arts & Culture (Choi & Kim, 2019), Arts head: Amit Sood, director, Google Cultural Institute Interview by Matthew Caines (Caines, 2013), The Google Art Project: A New Generation of Museums on the Web? (Proctor, 2011), Seeing Syntax: Google Art Project and the Twenty-First-Century Period Eye (Beil, 2013), Google Art Project and Digital Scholarship in the Visual Arts (Mansfield, 2014), The Google Cultural Institute: Tools for Libraries, Archives, and Museums (Adamczyk, 2015), Educational Value and Task of Google Arts and Culture as Instructional Media for Early Art Appreciation Education (Lee, 2019), The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture (Wani, Ali, & Ganaie, 2019), An analysis of user experiences of the Google Art Project (Rhee & Choi, 2019)]
- κριτικές/προβληματισμούς/νομικούς περιορισμούς [It's Google, but Is It Art? Museums Wonder Whether They Should Open Their Galleries to Digitizing (Gordon, 2013), Better than the real thing ? a critic appraises the google art project (Gardner, 2011), Legal Challenges Posed by Online Aggregation of Museum Content: The Cases Of Europeana and the Google Art Project (Papakonstantinou & Hert, 2012)].





Εικόνες 1., 2. Απομακρυσμένη περιήγηση και επαυξημένη πραγματικότητα με την Google Arts and Culture



Γράφημα 1. Επισκέψεις χρηστών στην Google Arts and Culture από 1/1/20 έως 31/7/21

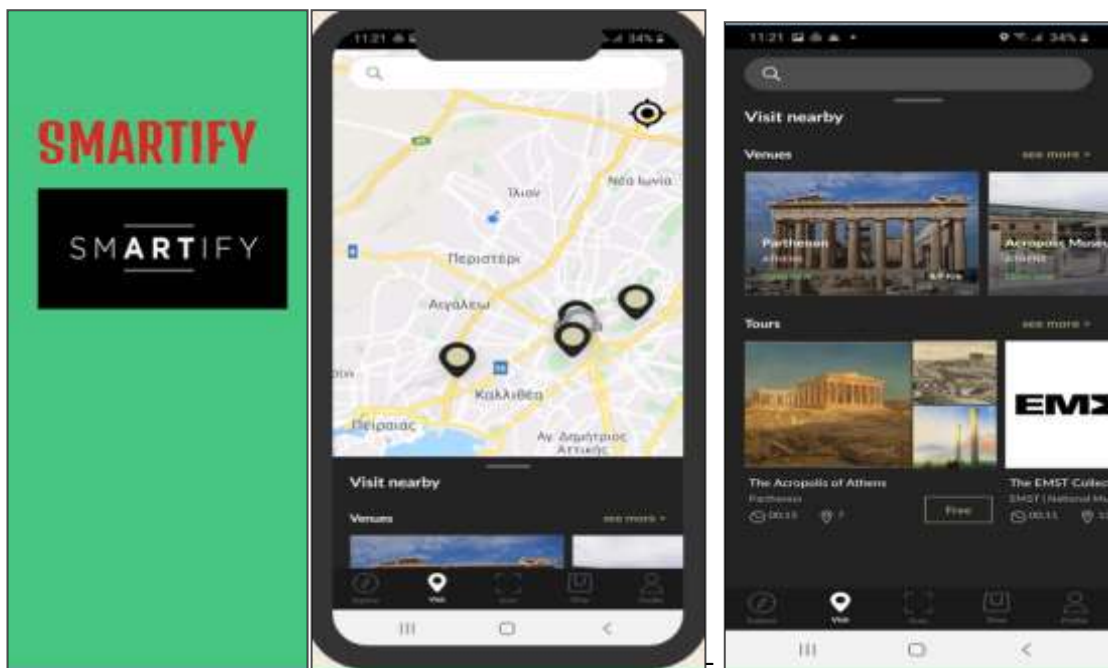




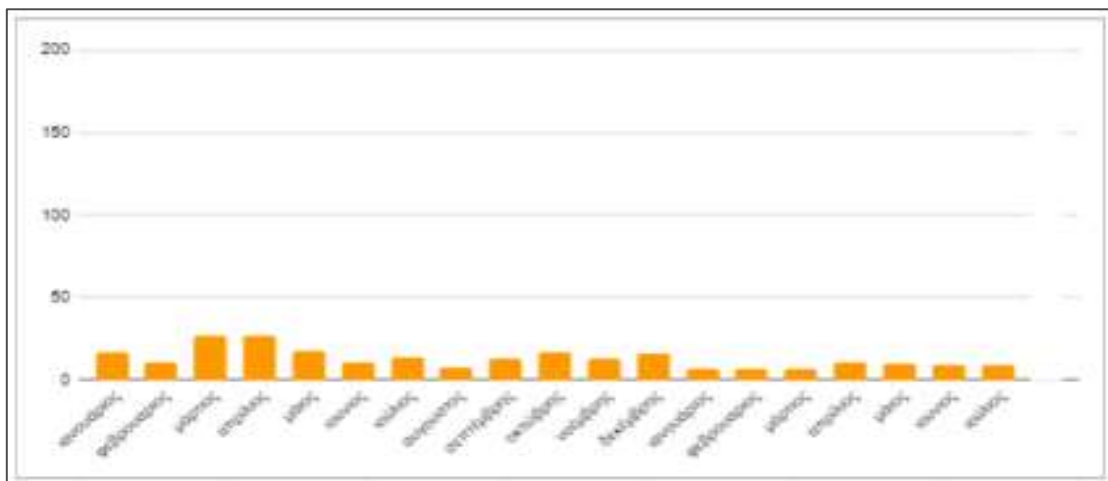
Στο Γράφημα 1. απεικονίζονται οι επισκέψεις χρηστών στην Google Arts and Culture από 1/1/20 έως 31/7/21. Φαίνεται πως την περίοδο της πρώτης καραντίνας, τον Μάρτιο - Απρίλιο 2020, σημειώθηκε μεγάλη αύξηση των επισκέψεων του κοινού στην εφαρμογή. Αύξηση, αν και μικρότερη, σημειώθηκε και κατά τη δεύτερη καραντίνα τον Νοέμβριο - Δεκέμβριο - Ιανουάριο 2021. Κατόπιν, οι επισκέψεις μειώθηκαν, αλλά η επισκεψιμότητα σταθεροποιήθηκε σε πιο ψηλά επίπεδα από ό,τι στις αρχές του 2020.

### 2.1.2. Smartify

Η Smartify είναι αποτέλεσμα συνεργασίας τεσσάρων φίλων. Λειτουργεί ως διαδικτυακή βάση δεδομένων και προσφέρει δωρεάν –ή και με πληρωμή– περιηγήσεις με ηχογραφημένα κείμενα σε μουσεία/πολιτιστικούς χώρους –μάλιστα, συμπληρώνει με ηχητικές ξεναγήσεις και πραγματικές επισκέψεις (βλ. Smartify, 11/3/2021). Πέρα από τις ακουστικές περιηγήσεις η εφαρμογή εστιάζει και στη λειτουργία του σκαναρίσματος.



Εικόνα 3. Η Smartify μας προτείνει τα πλησιέστερα μουσεία ή αξιοθέατα που μπορούμε να επισκεφθούμε

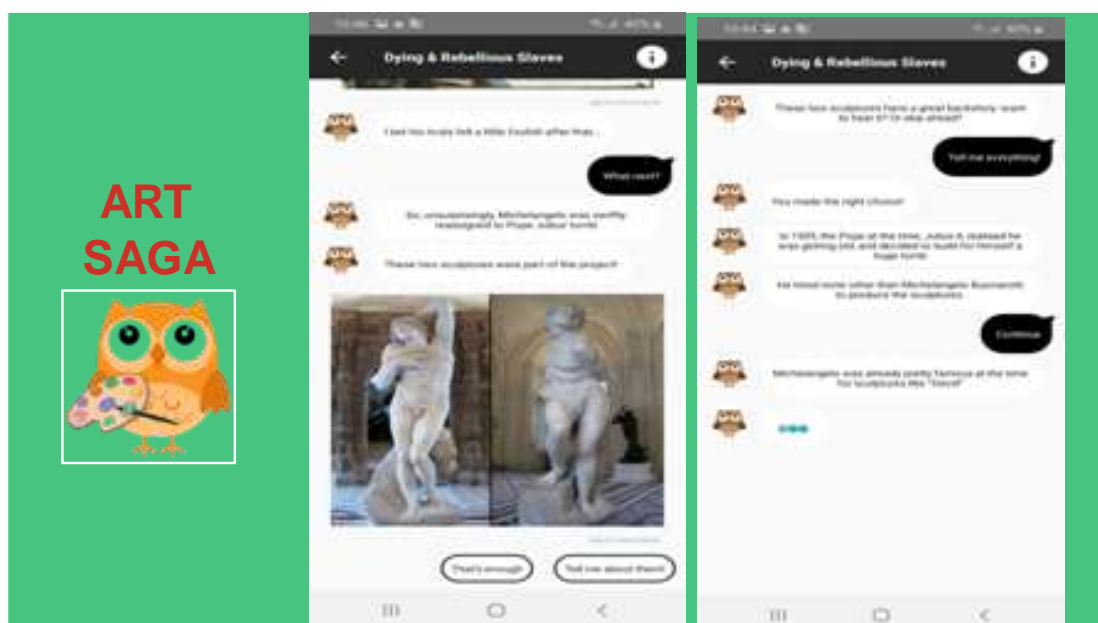


Γράφημα 2. Επισκέψεις χρηστών στη Smartify από 1/1/20 έως 31/7/21

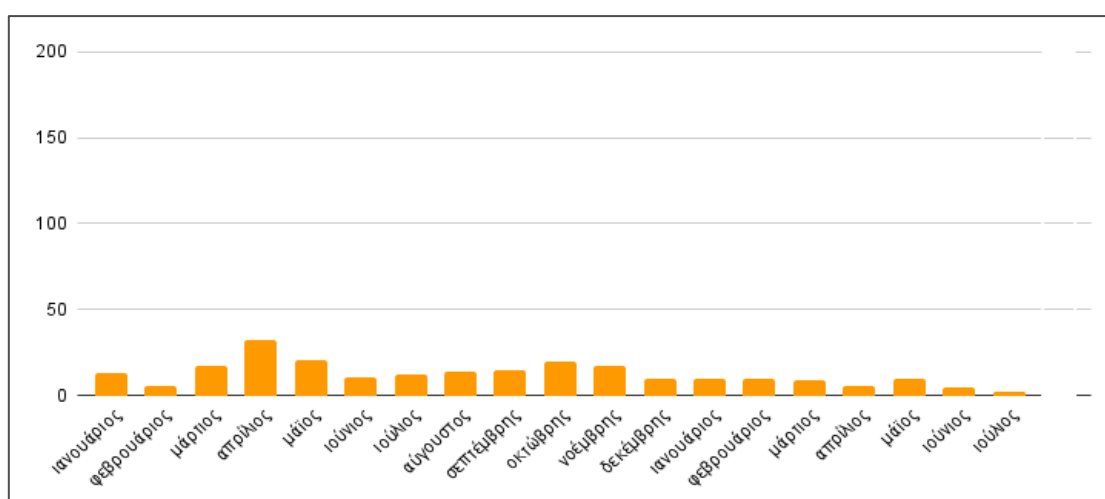
Στο Γράφημα 2. απεικονίζονται οι επισκέψεις χρηστών στη Smartify από 1/1/20 έως 31/7/21. Όπως και με την Google Arts and Culture, εντοπίζουμε και εδώ αύξηση στις δύο περιόδους καραντίνας, με λιγότερες επισκέψεις κατά τη δεύτερη καραντίνα.

### 2.1.3. Art Saga

Η Art Saga είναι ένα πρόγραμμα που εκτελεί αυτοματοποιημένες εργασίες μέσω διαδικτύου (web bot, web robot ή απλά bot). Ο χρήστης προσεγγίζει έργα τέχνης μέσα από διασκεδαστικές ιστορίες, συζητώντας με μια σοφή κουκουβάγια που απαντά αυτοματοποιημένα στις ερωτήσεις του.



Εικόνα 4. Η κουκουβάγια της Art Saga απαντά στα ερωτήματά μας για την ιστορία δύο αγαλμάτων



Γράφημα 3. Επισκέψεις χρηστών στην Art Saga από 1/1/21 έως 31/7/21

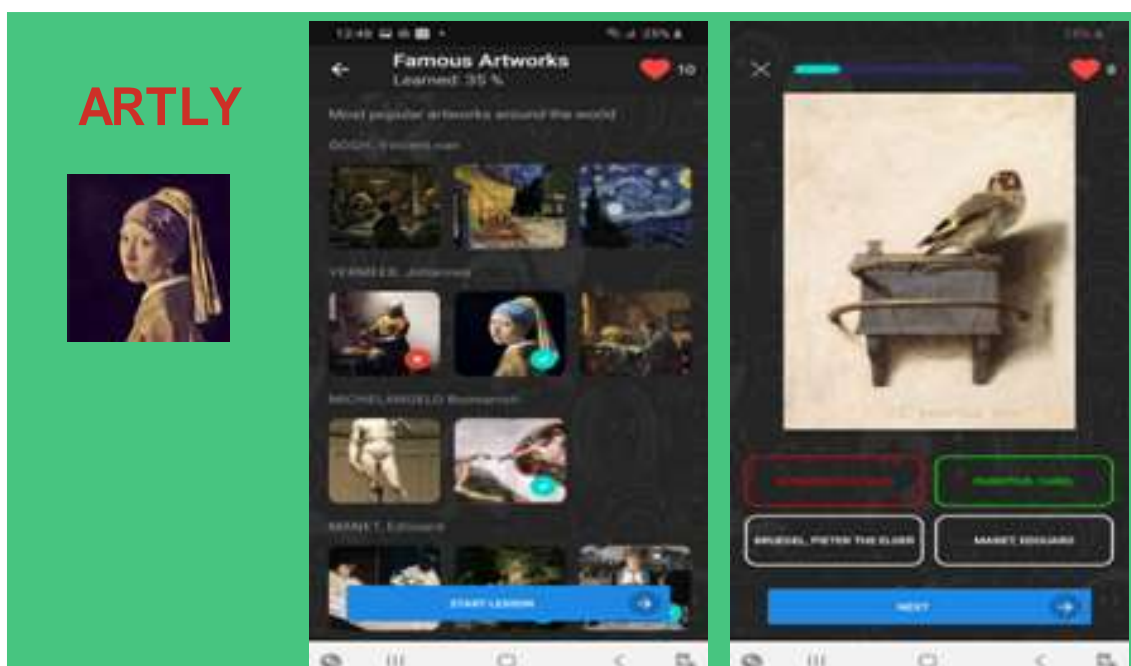
Στο Γράφημα 3. απεικονίζονται οι επισκέψεις χρηστών στη Smartify από 1/1/20 έως 31/7/21. Διαπιστώνουμε ξανά τη χαρακτηριστική άνοδο στην πρώτη περίοδο εγκλεισμού και



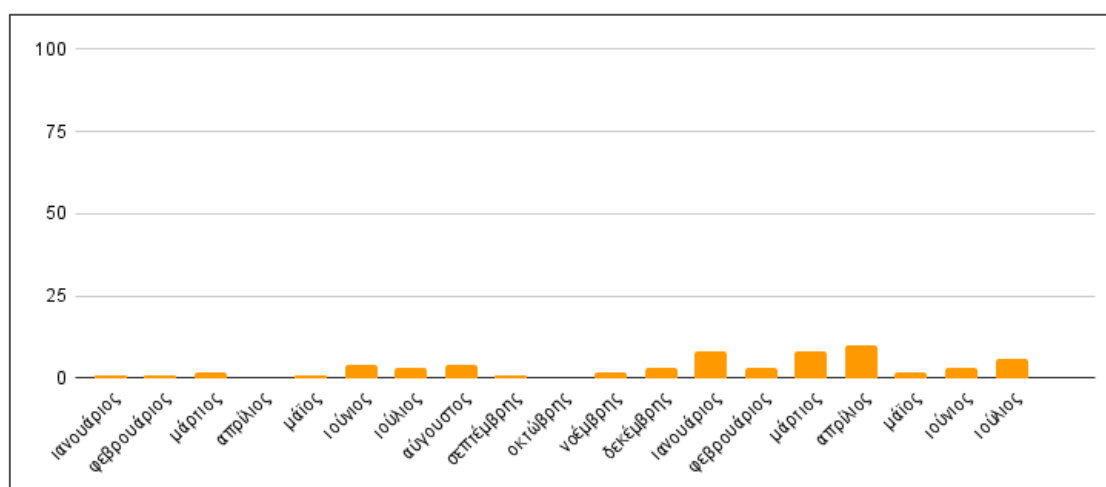
μια μικρότερη αύξηση στη δεύτερη περίοδο. Στη συνέχεια, σταδιακά οι χρήστες μάλλον απομακρύνθηκαν από την εφαρμογή. Το αποδίδουμε στο ότι η τελευταία ανανέωση της εφαρμογής έγινε τον Δεκέμβριο του 2020, από εκεί και πέρα το περιεχόμενό της δεν ανανεώθηκε και η φιλομάθεια του κοινού δεν μπορούσε πλέον να ικανοποιηθεί.

#### 2.1.4. Artly

Η εφαρμογή Artly προσφέρει κουίζ μέσα από τα οποία ο χρήστης δοκιμάζει και βελτιώνει τις γνώσεις του πάνω στον κόσμο της τέχνης (λ.χ. αναγνωρίζοντας πίνακες μεγάλων καλλιτεχνών...). Μάλιστα, ο χρήστης, στην πορεία των κουίζ, συναντά όλο και πιο απαιτητικά θέματα. Σημειώνουμε πως ο χρήστης μπορεί να κινηθεί ελεύθερα μέχρι κάποιο επίπεδο, μετά απαιτείται συνδρομή.



Εικόνα 4. Μια δική μας δοκιμή στα κουίζ της Artly



Γράφημα 4. Επισκέψεις χρηστών στην Artly από 1/1/20 έως 31/7/21



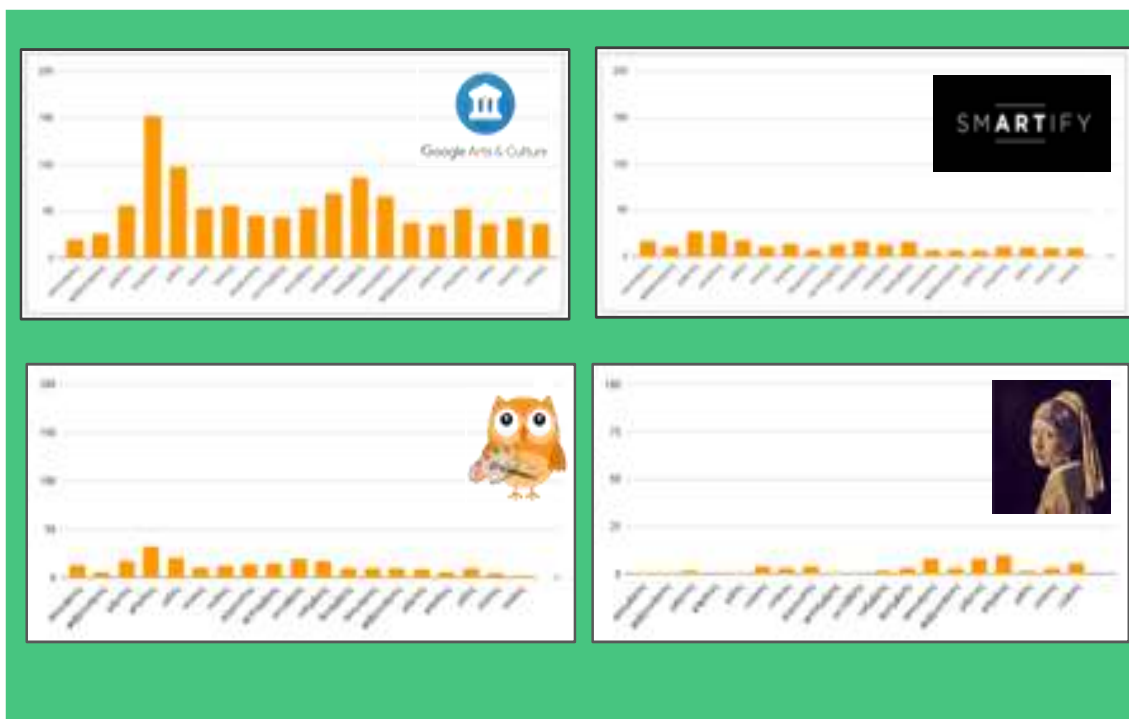


Εδώ φαίνεται πως στην πρώτη καραντίνα δεν υπήρχε επισκεψιμότητα. Στη δεύτερη καραντίνα, όμως, παρατηρούμε περισσότερες επισκέψεις χρηστών –υποθέτουμε πως οι χρήστες, εξοικειωμένοι πλέον με τις υπόλοιπες εφαρμογές, εστίασαν το ενδιαφέρον τους και σε αυτήν, που προσφέρει κουίζ, ώστε να δοκιμάσουν τις γνώσεις τους σε θέματα τέχνης –γνώσεις που είχαν αποκτήσει από τις άλλες εφαρμογές. Στην πορεία, οι επισκέψεις διατηρούνται –φαίνεται πως οι χρήστες δεν έχασαν το ενδιαφέρον τους για διαδικτυακή επαφή με την τέχνη, αλλά συνέχισαν να την επιδιώκουν και να τεστάρουν τις γνώσεις τους.

### 3. Συμπεράσματα

Γενικότερα, σημειώθηκε αύξηση στη χρήση των υπό έρευνα εφαρμογών κατά τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο 2020 και Νοέμβριο, Δεκέμβριο, 2020/Ιανουάριο 2021, μια περίοδος που συμπίπτει όχι μόνο με τις εορτές Χριστουγέννων/Νέου έτους (2020-2021) και Πάσχα, αλλά κυρίως με τις δύο καραντίνες λόγω πανδημίας, όταν, αφενός, παγκόσμια η λειτουργία μουσείων και πολιτιστικών χώρων είχε ανασταλεί και, αφετέρου, πολλοί χρήστες είχαν περισσότερο ελεύθερο χρόνο λόγω του εγκλεισμού. Βεβαίως, ο εγκλεισμός δημιούργησε πολλά ζητήματα.

Ωστόσο, φαίνεται πως σε αυτήν τη δύσκολη συνθήκη οι χρήστες μπήκαν στη διαδικασία να αλληλεπιδράσουν περισσότερο με εφαρμογές που αφορούσαν την τέχνη και, γενικότερα, τον πολιτισμό. Οφείλουμε να σταθούμε και στη διαφορά ανάμεσα στις δύο περιόδους καραντίνας, εφόσον τα αριθμητικά δεδομένα της πρώτης καραντίνας του 2020 είναι συνολικά υψηλότερα από αυτά της δεύτερης. Επιχειρώντας μια υπόθεση, αποδίδουμε αυτήν τη διαφορά στο ότι οι χρήστες σέβονταν περισσότερο τον εγκλεισμό κατά την πρώτη περίοδο και στο ότι η τότε περιρρέουσα ατμόσφαιρα έστρεφε το ενδιαφέρον στην εξ αποστάσεως επαφή με πολιτιστικά θέματα, δημιουργικές ενασχολήσεις κτλ., κάτι που ως ρεύμα δεν παρατηρήθηκε κατά τη δεύτερη περίοδο, όταν όλοι ήταν κουρασμένοι από τους περιορισμούς.



Γράφημα 5. Επισκέψεις χρηστών από 1/1/20 έως 31/7/21 στις 4 εφαρμογές συγκεντρωτικά



Μετά τη λήξη του εγκλεισμού η καμπύλη της επισκεψιμότητας για την Google Arts and Culture είχε ανοδική πορεία συνολικά και δεν επέστρεψε στα ποσοστά που είχε τον Ιανουάριο του 2020. Πέρα από το ότι η ανησυχία από τη μεταδοτικότητα του ιού συνέχισε να αποτρέπει πολλούς από επισκέψεις σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους, φαίνεται και πως η εφαρμογή με τις πολλές και ποικίλες δράσεις ψυχαγωγίας, εκπαίδευσης, παιχνιδιών κτλ. που προσφέρει κέρδισε το κοινό. Τα ίδια περίπου θα λέγαμε και για τη Smartify, αλλά σε μικρότερη κλίμακα. Το τοπίο αλλάζει για τις δύο άλλες εφαρμογές: Η Art Saga μάλλον έχασε το κοινό που είχε κερδίσει, εφόσον δεν αναβαθμίστηκε, ενώ η Artly μοιάζει η πλέον ωφελιμένη, μια και από το τέλος της δεύτερης καραντίνας και μετά βρέθηκε να έλκει τους χρήστες για να τεστάρουν με τα κουίζ που προσφέρει τις γνώσεις που απέκτησαν περί τέχνης.

Κλείνοντας: Εδώ και χρόνια, σταδιακά, τα μουσεία/πολιτιστικά ιδρύματα αλλάζουν, ακολουθώντας τους ρυθμούς της εποχής. Και οι χρήστες τους αλλάζουν, επίσης. Οι αλλαγές επιταχύνθηκαν λόγω της πανδημίας. Μέσα από τις εφαρμογές κινητών συσκευών στην εποχή της πανδημίας το κοινό διατήρησε μια εξ αποστάσεως επαφή με την τέχνη και τον κόσμο του πολιτισμού. Η πανδημία και η περιστασιακή κατάσταση εγκλεισμού, που βιώνουμε τα δύο τελευταία χρόνια, ώθησαν το κοινό να προσεγγίσει τον χώρο του πολιτισμού μέσα από το πρίσμα και με την υποστήριξη της τεχνολογίας. Πολλοί ίσως αναζήτησαν τέτοιου είδους εφαρμογές, πιστεύοντας πως η διαδικτυακή επαφή ήταν μια αναγκαστική επιλογή που θα αντικαταστήσει προσωρινά την εκ του σύνεγγυς εμπειρία· σαν να προσπαθούμε να ικανοποιήσουμε την ανάγκη πραγματικής επαφής, παραγνωρίζοντας την ομορφιά και της απομακρυσμένης επαφής. Ωστόσο, η αλήθεια είναι κάπου στη μέση. Πρέπει να αναγνωρίσουμε πως και η επίσκεψη σε πραγματικό χρόνο αλλά και η επίσκεψη στη διαδικτυακή διάσταση είναι σημαντικές, αφού και από τις δύο μπορεί κάποιος να κερδίσει σε ψυχαγωγία και γνώσεις. Αλλωστε, η απομακρυσμένη επίσκεψη δεν αντικαθιστά τη διά ζώσης εμπειρία, αλλά την υποστηρίζει και τη συμπληρώνει, διακινώντας το κοινό προς αυτή. Επιπλέον, με τις ψηφιακές εφαρμογές ο χρήστης μπορεί να έρθει σε επαφή με έναν τεράστιο αριθμό φορέων, χωρίς να έχει συμβατική επαφή με αυτούς. Έτσι, η γνώση καθίσταται πιο ελκυστική και πιο εύκολα προσβάσιμη στο κοινό.

Από την άλλη, και οι χώροι τέχνης και πολιτισμού ωφελήθηκαν, εφόσον διατήρησαν επαφή με το κοινό τους αλλά και προσέγγισαν ευρύτερο κοινό, μια διεύρυνση ζωτικής σημασίας για το μέλλον τους. Καθώς η πανδημία αλλάζει τον κόσμο μας, μουσεία και πολιτιστικοί οργανισμοί επεκτείνουν τον ρόλο τους με ψηφιακές τεχνολογίες και άνοιγμα στο κοινό. Αλλά και μετά την πανδημία τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί θα πρέπει να επικεντρωθούν στη σχέση τους με το κοινό τους και να την υποστηρίξουν τεχνολογικά, διότι είναι μια από τις πιο αποτελεσματικές λύσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξή τους εν μέσω των προκλήσεων της εποχής (Choi & Kim, 2021). Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί καλούνται, λοιπόν, να προσαρμοστούν και να αναπτύξουν διαδραστικά συστήματα που να βασίζονται στις ψηφιακές δυνατότητες τόσο για να εξελιχθούν και να ανανεωθούν τα ίδια όσο και για να έχει το κοινό τους μια όμορφη εμπειρία, καθώς θα χρησιμοποιούν όλο το εύρος των δυνατοτήτων που προσφέρεται τεχνολογικά. Φαίνεται, λοιπόν, ότι, όπως έγραφε το 2015 η M. Tuberville στο βιβλίο της *"There's an App for That": The Future of Museums in a Digitized Society* (p. 5), το μέλλον των μουσείων βρίσκεται αναπόφευκτα στην τεχνολογία των κινητών συσκευών και τις εκτεταμένες δυνατότητες μάθησης και πληροφόρησης που προσφέρουν.

### Βιβλιογραφικές αναφορές



- Adamczyk, P. (2015). The Google Cultural Institute: Tools for Libraries, Archives, and Museums. Conference: *the 15th ACM/IEEE-CE 1-1*. Doi: 10.1145/2756406.2756407.
- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35, 1-11. Doi: 10.1080/09647775.2020.1790029.
- Ballard, S. (2014). A robot walks into a room: Google Art Project, the new aesthetic, and the accident of art. In *Interference Strategies Leonardo Electronic Almanac*, edited by Lanfranco Aceti and Paul Thomas, 20: 122-145. London, UK: Leonardo.
- Beil, K. (2013). Seeing Syntax: Google Art Project and the Twenty-First-Century Period Eye. *Afterimage: The Journal of Media Arts and Cultural Criticism*, 40, 22-27. Doi: 10.1525/aft.2013.40.4.22.
- Caines, M. (3/12/2013). Arts head: Amit Sood, director, Google Cultural Institute - Interview by Matthew Caines. Retrieved on August 10 2021, from: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionalsblog/2013/dec/03/amit-sood-google-cultural-institute-art-project>.
- Cameron, F.R., & Kenderdine, S. (Eds.). (2007). *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse (Media in Transition)*. USA: The MIT Press.
- Choi, J., & Kim, M. (2019). A Study on the Platform of Arts and Cultural Contents in the Digital Era - focused on Google Arts & Culture. *Journal of Basic Design & Art*, 20, 433-446. Doi: 10.47294/KSBDA.20.3.33.
- Debattista, M., Portelli, T., & Marmara, Y. (2018). Google Arts & Culture Virtual Reality and Learning Outcomes: the Maltese experience. *Conference: Digital Research in the Heritage and Arts 2018*. Doi: 10.13140/RG.2.2.12193.86880.
- England Arts Council. (2018). Experimental Culture - A horizon scan commissioned by Arts Council. Ανακτήθηκε στις 7 Νοεμβρίου 2021, από: [https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Experimental\\_Culture\\_report\\_190318.pdf](https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Experimental_Culture_report_190318.pdf).
- Gardner, J. (2011). Better than the real thing? a critic appraises the google art project. *Magazine antiques*, 178, 106-112.
- Gordon, L. A. (2013). It's Google, but Is It Art? Museums Wonder Whether They Should Open Their Galleries to Digitizing. *ABAJOURNAL*, 2013. Retrieved on November 8, 2021 from: [https://www.abajournal.com/magazine/article/its\\_google\\_but\\_is\\_it\\_art](https://www.abajournal.com/magazine/article/its_google_but_is_it_art).
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947/2002). *Dialectic of Enlightenment* (Ed. Gunzelin Schmid Noerr). California: Stanford University Press.
- Jones, J. (2014). Set up a Google Art Project Gallery. *The Guardian*. October 9, 2014. Retrieved on November 8, 2021 from: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/oct/09/set-up-google-art-project-gallery>.
- Kavoura, N., & Sylaiou, S. (2017). Effective Cultural Communication via Information and Communication Technologies and Social Media Use. In *Encyclopedia of Information Science and Technology* (4th ed.). Publisher: IGI Global Editors.
- Lee, J.W., Kim, Y., & Lee, S. H. (2019). Digital Museum and User Experience: The Case of Google Art & Culture. *Conference: ISEA 2019*. Retrieved on August 10, 2021 from: [https://www.researchgate.net/publication/334557691\\_Digital\\_Museum\\_and\\_User\\_Experience\\_The\\_Case\\_of\\_Google\\_Art\\_Culture](https://www.researchgate.net/publication/334557691_Digital_Museum_and_User_Experience_The_Case_of_Google_Art_Culture).
- Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., & Brown, J. (2006). Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! *Behaviour and Information Technology*, 25(2), 115-126. Doi: 10.1080/01449290500330448.



- Luca, A. (2018). Google arts and culture - Searching for a new audience for the Brukenthal National Museum. *Brukenthal. Acta Musei*, 13, pp. 353-356.
- Mansfield, E. (2014). Google Art Project and Digital Scholarship in the Visual Arts. *Visual Resources*, 30(1), pp. 110-117. Doi: 10.1080/01973762.2014.879409.
- Papakonstantinou, V., & Hert, P. (2012). Legal Challenges Posed by Online Aggregation of Museum Content: The Cases of Europeana and the Google Art Project. *SCRIPTed*, 9. Doi: 10.2966/scrip.090312.314.
- Pascoal, S., Tallone, L., & Furtado, M. (2020). Cultural Tourism: using Google Arts & Culture platform to promote a small city in the North of Portugal. *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems, Proceedings of ICOTTS 2019*, pp. 47-56. Doi: 10.1007/978-981-15-2024-2\_5.
- Perez, S. (2016, July 20). Google's new Arts & Culture app brings the world's art, virtual tours and more to your smartphone. Ανακτήθηκε στις 7 Νοεμβρίου 2021, από: <https://techcrunch.com/2016/07/20/googles-new-arts-culture-app-brings-the-worlds-art-virtual-tours-and-more-to-your-smartphone/>.
- Portalés, C., Rodrigues, JMF., Rodrigues Gonçalves, A., Alba, E., & Sebastián, J. (2018). *Digital Cultural Heritage. Multimodal Technologies and Interaction*, 2(3), pp. 58. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/mti2030058>.
- Proctor, N. (2011). The Google Art Project: A New Generation of Museums on the Web? *Curator: The Museum Journal*, 54(2), pp. 215-221.
- Pujol, L., & Champion, E. (2012). Evaluating presence in Cultural Heritage projects. *International Journal of Heritage Studies*, 18(1), 83-102.
- Rhee, B., & Choi, G. (2019). An analysis of user experiences of the Google Art Project. *JP Journal of Heat and Mass Transfer*, pp. 125-133. Doi: 10.17654/HMSI119125.
- Smartify. (11/3/2021). An Introduction to Smartify. Ανακτήθηκε στις 9 Δεκεμβρίου 2021, από: <https://www.youtube.com/watch?v=7V85O2zUKMw>.
- Tuberville, M. (2015). "There's an App for That": *The Future of Museums in a Digitized Society*. University of South Alabama. Ανακτήθηκε στις 7 Νοεμβρίου 2021, από: [https://www.researchgate.net/publication/305488373\\_There's\\_an\\_App\\_for\\_That\\_The\\_Future\\_of\\_Museums\\_in\\_a\\_Digitized\\_Society](https://www.researchgate.net/publication/305488373_There's_an_App_for_That_The_Future_of_Museums_in_a_Digitized_Society).
- Wani, S. A., Ali, A., & Ganaie, S. (2019). The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture. *PSU Research Review* (ahead-of-print). Doi: 10.1108/PRR-08-2018-0026.
- Yus, F. (2014). Mobile tourism: Discourse, interactivity and usability in mobile apps for tourism. *Discurso y Géneros del Turismo 2.0. Valencia: University of Valencia and IULMA*, April 2014.
- Καριπίδη, Α. (2021). Αξιολόγηση εφαρμογών κινητών τηλεφώνων για ψηφιακή ξενάγηση σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους (Πτυχιακή Εργασία). Τμήμα Αρχαιονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης, Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών. Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, Αθήνα. Ανακτήθηκε στις 9 Δεκεμβρίου 2021, από: [https://polynoe.lib.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/11400/1438/Karipidi\\_59914110%20%28signed%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://polynoe.lib.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/11400/1438/Karipidi_59914110%20%28signed%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

### Δικτυακοί τόποι των apps στο Google Play



Google Arts & Culture

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=en\\_US&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.cultural&hl=en_US&gl=US)

Smartify: Museum & Art Guide

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mobgen.smartify&hl=el&gl=US>

ArtSaga

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wavemining.artquest&hl=el&gl=US>

Learn Art History, Artworks & Paintings – Artly

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pavelkozemirov.guesstheartist&hl=el&gl=US>

