

Διαχείριση και Ανάδειξη  
Χώρων και Μνημείων

# Διαχείριση και Ανάδειξη Χώρων και Μνημείων

Management and Presentation of Sites & Monuments

DIADRASIS SYNERGIES  
open space for intellectual interaction



# Αρχαιολογικός Χώρος Ολυμπίας: Η παρούσα κατάσταση έπειτα από τα αναστηλωτικά έργα και τα έργα ανάδειξης. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της Εφορείας Αρχαιοτήτων Ηλείας

*Archaeological Site of Olympia: The current situation after the restoration and enhancement works. The digital transformation of the Ephorate of Antiquities of Elis*

## Ερωφίλη Κόλια

ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ, ΕΦΟΡΕΙΑ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΗΛΕΙΑΣ  
ekollia@culture.gr

## Κωνσταντίνος Αντωνόπουλος

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΟΣ, ΕΦΟΡΕΙΑ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΗΛΕΙΑΣ  
kantonopoulos@culture.gr

### Περίληψη

Με έδρα την Αρχαία Ολυμπία και χωρική αρμοδιότητα στον νομό Ηλείας, η Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας έχει ως Περιφερειακή Μονάδα του ΥΠΠΟΑ (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού) την ευθύνη της φροντίδας, ανάμεσα σε άλλους σημαντικούς χώρους και μουσεία, δυο εκ των δεκαοκτώ ελληνικών μνημείων που είναι ενταγμένα στον Κατάλογο πολιτιστικών και περιβαλλοντικών Μνημείων της Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), των Αρχαιολογικών Χώρων της Ολυμπίας και του Ναού Επικουρίου Απόλλωνα Βασσών Φιγαλείας. Σε αгаστή συνέργεια με τους εμπλεκόμενους φορείς του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, καταβάλλει προσπάθεια ολιστικής και διεπιστημονικής διαχείρισης των μνημείων ευθύνης της. Ξεπερνώντας πολλές δυσκολίες και προκλήσεις, η Υπηρεσία καταφέρνει πλην της πρωτογενούς (έρευνα - ανασκαφή - μελέτη) και δευτερογενούς (συντήρηση - αποκατάσταση - προστασία - ασφάλεια) φροντίδας των μνημείων, να θεραπεύει και τις τριτογενείς ανάγκες που απορρέουν από τη σχέση τους με τους επισκέπτες (υπηρεσίες - προβολή - ενημέρωση) και την κοινωνία εν γένει.

Στο πνεύμα αυτό, στο πρώτο μέρος της εισήγησης γίνεται συνοπτική αναφορά στα έργα αναστήλωσης και ανάδειξης που συντελέστηκαν την τελευταία 10ετία στον Αρχαιολογικό Χώρο της Ολυμπίας, με την αρωγή χρηματοδοτήσεων του προγράμματος ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης) 2007-2013 καθώς και χορηγιών ιδιωτικών φορέων και ιδρυμάτων τα οποία συνετέλεσαν στην σημαντική ανανέωση του αρχαιολογικού χώρου και στην περαιτέρω ωρίμανση της ιδέας για την δημιουργία ενός αρχαιολογικού πάρκου. Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζονται οι εξωστρεφείς ενέργειες της Εφορείας Αρχαιοτήτων

Ηλείας που αξιοποιούν την αλληλεπιδραστική δυνατότητα της ψηφιακής τεχνολογίας και επικοινωνίας και τα εργαλεία που ήδη έχουν στη διάθεσή τους και χρησιμοποιούν ιδρύματα, επιχειρήσεις και φορείς, εγχώριοι και διεθνείς για την επίτευξη του έργου τους, όπως είναι η ψηφιοποίηση, το διαδικτυακό μάρκετινγκ και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι καινοτόμες αυτές μέθοδοι, πλάι στις παραδοσιακές, ενισχύουν το διάλογο μνημείων και κοινωνίας και κάνουν πιο σταθερό τον βηματισμό για την επίτευξη και εμπέδωση του ψηφιακού μετασχηματισμού της Υπηρεσίας, προς όφελος εξίσου των μνημείων και των πολιτών.

## **Abstract**

*Based in Ancient Olympia and with a territorial jurisdiction within the Prefecture of Elis, the Ephorate of Antiquities of Ilia, as a Regional Unit of the Ministry of Culture and Sports is in charge, among other important sites and museums, of two of the eighteen Greek monuments that are included in the List of cultural and environmental Monuments of the UNESCO World Heritage; the Archaeological Sites of Olympia and the Temple of Apollo Epicurius.*

*In good synergy with the involved bodies of the public and private sector, the Ephorate strives for holistic and interdisciplinary management of the monuments of its responsibility. Overcoming many difficulties and challenges it managed, apart from the primary (research - excavation - study) and secondary (conservation - restoration - protection - safeguarding) support of the monuments, to cure the tertiary needs arising from their interaction with visitors (services - promotion - information) and society at large.*

*At first, a brief reference is made to the restoration and enhancement works that took place in the last ten years at the Olympia Archaeological Site, funded by the NSRF program 2007-2013 as well as by sponsorships of private organizations and institutions, which contributed to the renewal of the archeological site and the further development of the idea for the creation of an archeological park.*

*Next are presented the open actions of the Ilia Ephorate of Antiquities that utilize the interactive potential of digital technology and communication and the tools already in use by domestic and international institutions, companies and agencies, to achieve their goals, such as digitization, internet marketing and social media. These innovative methods, next to the traditional ones, strengthen the dialogue between monuments and society and provide stability for the achievement and consolidation of the digital transformation, for the benefit of both monuments and citizens.*

Σύμφωνα με τον Οργανισμό του ΥΠΠΟΑ, (Π.Δ. 4/2018 - ΦΕΚ 7/Α/22-01-2018) η Εφορεία Αρχαιοτήτων Ηλείας (Εφ. Α. Ηλείας) συνιστά Περιφερειακή Υπηρεσία του ΥΠΠΟΑ, υπαγόμενη στη Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Με έδρα την Αρχαία Ολυμπία και χωρική αρμοδιότητα στον νομό Ηλείας, η Υπηρεσία έχει διττό χαρακτήρα, διοικητικό και επιστημονικό. Ανάμεσα στους καταστατικούς στόχους του φορέα προβάλλουν η επιστημονική έρευνα, αποκάλυψη, συντήρηση και αποκατάσταση των μνημείων της πολιτιστικής κληρονομιάς και η με κάθε πρόσφορο και επιστημονικά ελεγμένο και ορθό τρόπο προστασία ανάδειξη και προβολή τους. Για να φέρει εις πέρας την αποστολή της, η Υπηρεσία προβαίνει κάθε χρόνο στην εκπόνηση μελετών, στον προγραμματισμό, στη διαχείριση και εκτέλεση οποιουδήποτε αρχαιολογικού έργου συντήρησης, επισκευής, αποκατάστασης, αναστήλωσης, ανάδειξης και διαμόρφωσης των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων της Ηλείας, καθώς και του άμεσου φυσικού περιβάλλοντός τους. Επιδίωξη των στελεχών της Εφορείας Αρχαιοτήτων είναι η βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη της Ηλείας σε αгаστή συνέργεια με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, δεδομένου ότι αρχαιότητες και πολιτιστικές υποδομές συναντώνται σε όλη την έκταση του νομού. Επίσης, γίνεται προσπάθεια ολιστικής και κατά το δυνατόν διεπιστημονικής διαχείρισης των μνημείων της Ηλείας με την τήρηση των διαδικασιών που επιβάλλει η Αρχαιολογική Νομοθεσία και οι Διεθνείς Συμβάσεις για την Προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μέσα στο πνεύμα αυτό, στο πρώτο μέρος της εισήγησης γίνεται συνοπτική αναφορά στα έργα αναστήλωσης και ανάδειξης που συντελέστηκαν την τελευταία 10ετία στον Αρχαιολογικό Χώρο της Ολυμπίας, με την αρωγή χρηματοδοτήσεων του προγράμματος ΕΣΠΑ καθώς και χορηγιών ιδιωτικών φορέων και ιδρυμάτων.

Ωστόσο, η Εφ. Α. Ηλείας έχοντας και την ευθύνη της φροντίδας δυο εκ των 18 μνημείων UNESCO της Ελλάδος των αρχαιολογικών χώρων της Ολυμπίας και του Ναού Επικουρίου Απόλλωνα Βασσών Φιγαλείας και άλλων σημαντικών χώρων και μουσείων, βαρύνεται και με το έργο της προσέλκυσης και κυρίως της υποδοχής και εξυπηρέτησης κοινού και επισκεπτών. Η Υπηρεσία, είναι επιφορτισμένη με την διαχείριση των αρχαιοτήτων μιας περιφερειακής ενότητας που συνολικά κατατάσσεται ανάμεσα στους πέντε κορυφαίους προορισμούς πολιτιστικού - αρχαιολογικού τουρισμού της Ελλάδος.

Αν και υποστελεχωμένη, καταφέρει πλην της πρωτογενούς (έρευνα - ανασκαφή - μελέτη) και δευτερογενούς (συντήρηση - αποκατάσταση - προστασία - ασφάλεια) φροντίδας των μνημείων να θεραπεύει και τις τριτογενείς ανάγκες που απορρέουν από τη σχέση τους με τους επισκέπτες (υπηρεσίες - προβολή - ενημέρωση) και την κοινωνία εν γένει. Έτσι λοιπόν, στο δεύτερο μέρος της παρούσας εργασίας παρουσιάζονται οι εξωστρεφείς ενέργειες της Εφ. Α. Ηλείας που αξιοποιούν την αλληλεπιδραστική δυνατότητα της ψηφιακής τεχνολογίας και επικοινωνίας και τα εργαλεία που ήδη έχουν στη διάθεσή τους και χρησιμοποιούν ιδρύματα, επιχειρήσεις και φορείς, εγχώριοι και διεθνείς για την επίτευξη του έργου τους, όπως είναι το διαδικτυακό μάρκετινγκ και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι καινοτόμες αυτές μέθοδοι, πλάι στις παραδοσιακές, ενισχύουν το διάλογο μνημείων και κοινωνίας και κάνουν πιο σταθερό τον βηματισμό για την επίτευξη και εμπέδωση του ψηφιακού μετασχηματισμού της Υπηρεσίας, προς όφελος εξίσου των μνημείων και των των πολιτών.

### **Έργα αναστήλωσης και ανάδειξης στον Αρχαιολογικό Χώρο Ολυμπίας**

Στην Ολυμπία υλοποιήθηκαν έπειτα από αγωγική συνεργασία της Εφ. Α. Ηλείας με τις Κεντρικές Υπηρεσίες και Διευθύνσεις του ΥΠΠΟΑ, τα ακόλουθα έργα ΕΣΠΑ, ενταγμένα στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα»:

Εικ. 1. Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου - Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας.  
Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

Έργο  
«Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου – Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας»

ΕΣΠΑ 2007-2015  
Προϋπολογισμός 980.000,00 €.

Υποέργο:  
Διαμόρφωση νέας εισόδου και διαδρομής επισκεπτών στον αρχαιολογικό χώρο Ολυμπίας



## Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου - Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας (εικ. 1-4)

Το έργο «Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου - Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας» περιλάμβανε δύο υποέργα: Το υποέργο-εργολαβία κατά το οποίο πραγματοποιήθηκε η κατασκευή εισόδου σε νέα θέση, ανατολικά της παλαιάς και το υποέργο «Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου» στο πλαίσιο του οποίου, πέρα από τις απαραίτητες τεχνικές υποδομές στο χώρο, διενεργήθηκε η αποκάλυψη και ανάδειξη τμήματος του αρχαίου Γυμνασίου της Ολυμπίας. Πρόκειται για την πρώτη συστηματική ανασκαφική έρευνα που διενεργήθηκε από την Αρχαιολογική Υπηρεσία εντός του οργανωμένου αρχαιολογικού χώρου της Ολυμπίας. Το κτίριο του Γυμνασίου διαμορφώνεται ως ένα επίμηκες οικοδόμημα που αναπτύσσεται στον άξονα βορρά-νότου και αποτελείται από τέσσερις στοές, οι οποίες περιβάλλουν κεντρικό και ευρύ υπαίθριο - αύλειο χώρο. Επισημαίνεται ότι η δυτική στοά έχει παρασυρθεί από τον ποταμό Κλαδέο. Τα επιμέρους τμήματα του κτιρίου οικοδομούνται σταδιακά, ενώ η ακριβής χρονολόγησή τους παραμένει εν μέρει ασαφής. Στο πλαίσιο του υποέργου, ανασκάφηκε έκταση 1.263 τ.μ. και ήρθε στο φως τμήμα της ανατολικής στοάς του

### Έργο

«Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου – Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας»

ΕΣΠΑ 2007-2015

Προϋπολογισμός 980.000,00 €.

### Υποέργο:

Αποκάλυψη και ανάδειξη Γυμνασίου



Εικ. 2.Αποκάλυψη και Ανάδειξη Γυμνασίου - Χωροθέτηση νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου Ολυμπίας. Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

Γυμνασίου μήκους 50 μ. (βορείως του ήδη ανεσκαμμένου τμήματος της από το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο). Επίσης, ήρθε στο φως μεγάλο τμήμα του κεντρικού αύλειου χώρου και τέλος τμήμα συνολικής έκτασης 328 τ.μ. ανατολικά του κτιρίου, όπου εντοπίστηκε εγκατάσταση υστερορωμαϊκών χρόνων. Από την ανατολική στοά αποκαλύφθηκε η συνέχεια του εξωτερικού τοίχου του κτιρίου, των σειρών βάσεων των κιόνων τόσο της εσωτερικής όσο και της εξωτερικής κιονοστοιχίας καθώς και το λίθινο αυλάκι συγκέντρωσης και απορροής των υδάτων κατά μήκος της δυτικής πλευράς της στοάς, ενώ κατά χώραν βρέθηκαν πεσμένοι σπόνδυλοι των κιόνων. Ανατολικά του Γυμνασίου ερευνήθηκε ζώνη που εκτείνεται κατά μήκος της ανατολικής παρειάς του εξωτερικού τοίχου του μνημείου και η οποία ορίζεται από παράλληλο προς αυτόν τοίχο μεταγενέστερης περιόδου. Αποκαλύφθηκαν κατάλοιπα υστερορωμαϊκής εποχής: μικροί κλίβανοι, φρέατα και τμήματα δαπέδου από πατημένο χώμα. Επίσης, η διερεύνηση της θέσης που είχε προγραμματιστεί η κατασκευή της δεξαμενής του συστήματος αποστράγγισης έφερε στο φως αποθέτη με αξιόλογα χάλκινα αντικείμενα. Η ανασκαφή απέδωσε πολυάριθμα ευρήματα, κυρίως κεραμική, αλλά και πλήθος χάλκινων νομισμάτων.

Εικ. 3. Ανασκαφή  
Α. του Γυμνασίου.  
Πηγή: Αρχείο Εφ. Α.  
Ηλείας.



#### ΟΛΥΜΠΙΑ

Ανασκαφή Α. του Γυμνασίου:  
κατάλοιπα υστερορωμαϊκής εποχής; μικροί  
κλίβανοι, φρέατα και τμήματα δαπέδου από  
πατημένο χώμα



### Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία (εικ. 5, 6)

Στο πλαίσιο του έργου που έφερε τον τίτλο «Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία» πραγματοποιήθηκε η κατασκευή τοίχου αντιστήριξης και η ανάδειξη του ιερού της Δήμητρας Χαμύνης στο ανατολικό άκρο του Αρχαιολογικού Χώρου της Ολυμπίας, πλησίον της κύριας πύλης των εγκαταστάσεων της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας. Επίσης, διενεργήθηκε συμπληρωματική ανασκαφική διερεύνηση του Ιερού της Δήμητρας Χαμύνης που έφερε στο φως κυρίως κινητά ευρήματα και κάποια αρχιτεκτονικά μέλη. Σε άλλο υποέργο του ανωτέρω κύριου έργου υλοποιήθηκε η σταθεροποίηση του πρανούς του αναλήμματος των θησαυρών του Κρονίου λόφου από τις ωθήσεις των γαιών με την κατασκευή συστοιχίας πασσάλων. Κατά τις εκσκαφικές εργασίες στην κλιτύ του Κρονίου λόφου ανασκάφηκαν κατάλοιπα σημαντικά για την τοπογραφία του ιερού: κτιστή κατασκευή από κεραμίδες και συνδετικό κονίαμα, η οποία εδράζεται





### ΟΛΥΜΠΙΑ

Ανασκαφή Γυμνασίου.

✓Χάλκινο επίσημα ασπίδας  
(φτερά πετεινού).

✓Ενεπίγραφο πινάκιο.



Εικ. 4. Ανασκαφή  
Α. του Γυμνασίου.  
Πηγή: Αρχείο Εφ. Α.  
Ηλείας.

πάνω σε πλάκες από ασβεστολιθικό πέτρωμα και ίσως σχετίζεται με την συνέχεια του βόρειου κλάδου του αγωγού που τροφοδοτούσε με νερό το Νυμφαίο, έργο του Ηρώδη του Αττικού που χρονολογείται το 160 μ.Χ. Δυτικά της ανασκάφηκε συστάδα μεταγενέστερων τάφων, πιθανώς της υστερορρωμαϊκής εποχής: τρεις κιβωτιόσχημοι και ένας κεραμοσκεπής.

Εικ. 5. Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία Πηγή: ΑρχείοΕφ. Α. Ηλείας.

Έργο

«Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία»

ΕΣΠΑ 2007-2015

Προϋπολογισμός 480.000,00 €



Εικ. 6. Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

Έργο

«Προστασία και Ανάδειξη Ιερού Δήμητρας Χαμύνης και του Αναλήμματος των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου στην Αρχαία Ολυμπία»

✓ Ανάλημμα των Θησαυρών του Κρονίου Λόφου

• Τάφοι υστερορρωμαϊκής εποχής



## Αναστήλωση του κίονα του αναθηματικού μνημείου του Πτολεμαίου Β΄ και της Αρσινόης (εικ. 7)

Επίσης, στον αρχαιολογικό χώρο της Ολυμπίας το έτος 2017 ολοκληρώθηκε η αναστήλωση του κίονα του αναθηματικού μνημείου του Πτολεμαίου Β΄ και της Αρσινόης δυτικά του Σταδίου, μπροστά από τη Στοά της Ηχούς από το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο με χρηματοδότηση του Ιδρύματος Regula Pestalozzi, με

### Έργο

«Αναστήλωση του βόρειου κίονα του μνημείου του Πτολεμαίου Β' και της Αρσινόης»

Χρηματοδότηση: Ίδρυμα Regula Pestalozzi,



Εικ. 7. Αναστήλωση του κίονα του αναθηματικού μνημείου του Πτολεμαίου Β' και της Αρσινόης  
Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού δια της Εφορείας μας. Σύμφωνα με την επιγραφή στη βάση του βόρειου κίονα, το μνημείο, που περιλάμβανε δύο κίονες, ανατέθηκε γύρω στο 270 π.Χ. από τον ναύαρχο Καλλικράτη προς τιμήν του βασιλιά της Αιγύπτου Πτολεμαίου Β' Φιλάδελφου και της συζύγου και αδελφής του Αρσινόης. Το αναθηματικό αυτό μνημείο ήταν το μεγαλύτερο και το πιο εντυπωσιακό στο Ιερό με πλάτος 20 μ. και δύο ανεξάρτητους κίονες στα άκρα του, ενώ το ύψος τους έφτανε τα 8,50 μ. Εντάσσεται δε στον σπάνιο τύπο των μνημείων με δύο κίονες, που αποτελούσαν τις βάσεις για τα αγάλματα των αναθετών και ανεγέρθηκε τον 3ο αι. π. Χ. Το μνημείο αυτό σε καίρια θέση στη διαδρομή από το Ναό του Δία προς το Στάδιο, δεν ήταν εύκολα αναγνωρίσιμο στον μη ειδικό επισκέπτη πριν την επέμβαση αυτή. Η τμηματική αποκατάστασή του αποτελεί το τέταρτο αναστηλωτικό έργο τα τελευταία 20 χρόνια που υλοποιείται από το Γερμανικό Αρχαιολογικό Ινστιτούτο.

Τα αναστηλωτικά αυτά έργα, τα οποία ονομαστικά, πλην του κίονα του μνημείου των Πτολεμαίων, είναι η τμηματική αναστήλωση του Φιλιππείου, η αναστήλωση του βορειοδυτικού γωνιαίου κίονα και του οπισθόδομου του ναού του Διός, έχουν μεταβάλει ριζικά την εικόνα του αρχαιολογικού χώρου, καθώς πέρα από τη μεγάλη

επιστημονική σημασία τους, βοηθούν σημαντικά τους πολυάριθμους επισκέπτες να κατανοήσουν το μέγεθος και την ιστορική σημασία των μνημείων, αλλά και εν μέρει να αντιληφθούν την αρχική μορφή του λαμπρού αυτού πανελλήνιου ιερού, που είναι ενταγμένο στον Κατάλογο των Μνημείων της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO με επισκεψιμότητα που υπερβαίνει τα 600.000 άτομα ανά έτος.

Γενικότερα, οι εντυπωσιακές αυτές αναστηλώσεις, σε συνδυασμό με τα έργα που υλοποιήθηκαν από το ΥΠΠΟΑ τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ δηλ. η ανασκαφή του βόρειου τμήματος του Γυμνασίου και η κατασκευή της νέας εισόδου του αρχαιολογικού χώρου, το έργο αντιστήριξης του πρανούς του αναλήμματος των Θησαυρών και η ανάδειξη του ιερού της Δήμητρας Χαμύνης στο ανατολικό άκρο του, έχουν βελτιώσει την συνολική εμπειρία που προσφέρει ο αρχαιολογικός χώρος στον επισκέπτη και έχουν αναβαθμίσει τα επίπεδα προστασίας των μνημείων.

## **Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της Εφ. Α. Ηλείας<sup>1</sup>**

Ξεπερνώντας την αρχική, μάλλον επιφυλακτική στάση απέναντι στη χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι Υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού συμπεριλαμβανομένης και της Εφ. Α. Ηλείας εντάσσουν όλο και περισσότερο τις ψηφιακές και διαδικτυακές εφαρμογές στη λειτουργία τους. Βρισκόμαστε σε μια νέα εποχή, η οποία διεθνώς αναγνωρίζεται και αποκαλείται ως «4η Βιομηχανική Επανάσταση» ή Industry 4.0, βιώνοντας στην καθημερινότητά μας την πρωτοφανή τεχνολογική εξέλιξη η οποία δημιουργεί συνεχώς νέα δεδομένα με σημαντικές επιπτώσεις τόσο σε ατομικό επίπεδο, όσο και στο διεθνές πολιτικοοικονομικό περιβάλλον. Με όπλο του την τεχνολογία και το διαδίκτυο ο κάθε ενδιαφερόμενος, είτε πρόκειται για τον ειδικό επιστήμονα, τον αρμόδιο λειτουργό ή υπάλληλο, τον εκπαιδευτικό ή φοιτητή ή τον

---

<sup>1</sup> Ο όρος ψηφιακός μετασχηματισμός (digital transformation) είναι καινοφανής και ως εκ τούτου δεν έχει ακόμα επικρατήσει ένας ξεκάθαρος και κοινά αποδεκτός ορισμός. Έχει δηλ. την έννοια της υιοθέτησης των αλλαγών στις οποίες προβαίνει ένας φορέας, οργανισμός ή επιχείρηση για να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που προσφέρουν το διαδίκτυο, τα ψηφιακά μέσα και οι νέες τεχνολογίες. Είναι μια συνεχής διαδικασία που απαιτεί εκπαίδευση και υποδομές. Σύμφωνα με τον δείκτη DESI της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι βασικές τεχνολογίες ψηφιακού μετασχηματισμού είναι τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), οι Υπηρεσίες κινητής τεχνολογίας, οι Τεχνολογίες cloud, η Ανάλυση δεδομένων, το Διαδίκτυο των πραγμάτων (Internet of Things) η Ρομποτική και αυτοματοποίηση, η Τρισδιάστατη εκτύπωση (3D printing), η Τεχνητή νοημοσύνη (Artificial Intelligence – AI) και η Κυβερνοασφάλεια (cybersecurity).

πολίτη, όλοι σχεδόν έχουν στη διάθεσή τους μια πλέον ανεξάντλητη γκάμα επιλογών και δυνατοτήτων ως προς την αναζήτηση και επεξεργασία πληροφοριών κάθε είδους, ενώ εξίσου σημαντικά είναι τα εργαλεία και οι εφαρμογές στη διαχείριση και προβολή του πολιτιστικού αποθέματος.

Πλέον, οι φορείς έρευνας, διαχείρισης και προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας τους και διαχείρισης των συλλογών τους και έχει αναβαθμιστεί η επικοινωνιακή πολιτική και πρακτική τους με τη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας και των μέσων.

### **Το έργο του εμπλουτισμού των Ψηφιακών Συλλογών των Κινητών Μνημείων του ΥΠΠΟΑ**

Το ΥΠΠΟΑ, κατανοώντας απόλυτα τις ανάγκες της νέας εποχής και το γεγονός ότι η ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, ανάμεσα σε άλλα οφέλη, αποτελεί το κατεξοχήν μέσο διαφύλαξης και ανάδειξής της, ξεκίνησε μέσω της Διεύθυνσης Διαχείρισης Εθνικού Αρχείου Μνημείων (ΔΔΕΑΜ) τον Μάιο του 2012 το εθνικής εμβέλειας έργο «Εμπλουτισμός των Ψηφιακών Συλλογών των Κινητών Μνημείων του ΥΠΠΟΑ και Ανάπτυξη Νέου Πληροφοριακού Συστήματος του Εθνικού Αρχείου Μνημείων». Το έργο αρχικά χρηματοδοτήθηκε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ψηφιακή Σύγκλιση 2007-2013» και εν συνεχεία από το νέο πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία 2014-2020» ενώ ως ημερομηνία λήξης της Πράξης ορίστηκε η 30.09.2018. Ξεπερνώντας πλήθος αντιξοοτήτων, κατορθώθηκε από την ηγεσία του ΥΠΠΟΑ και το σύνολο του επιστημονικού και διοικητικού προσωπικού να καταγραφούν πρωτογενώς και ψηφιοποιηθούν πάνω από 240.000 κινητά μνημεία ανά την επικράτεια. Μαζί με τη ψηφιοποίηση των ήδη καταγεγραμμένων κινητών μνημείων από ανάδοχες εταιρείες οι ψηφιακές καταγραφές ως τις αρχές του 2018, ξεπερνούν τις 600.000 μνημεία. Συμμετέχοντας στο ανωτέρω στρατηγικής σημασίας έργο, η Εφ.Α.Ηλείας κατάφερε να εντάξει συνολικά 11065 κινητά μνημεία. Πρόκειται για αρχαιολογικά ευρήματα όλων των περιόδων από την Προϊστορική εποχή ως και την ίδρυση του Ελληνικού κράτους, προερχόμενα από διάφορες θέσεις σε όλη την επικράτεια της Περιφ. Ενότητας Ηλείας. Ανάμεσα σε αυτά βεβαίως συγκαταλέγονται και τα εκθέματα των Αρχαιολογικών Μουσείων Ολυμπίας, Πύργου Ήλιδας, καθώς και μέρος των

ευρημάτων από τις προθήκες του Μουσείου Κάστρου Χλεμουτσίου (κυρίως Θησαυροί Νομισμάτων).

## **Βήματα και ενέργειες προς τον ψηφιακό μετασχηματισμό**

Με στόχους την άμεση και εύκολη ενημέρωση για τις εξελίξεις στον χώρο της αρχαιολογίας, τη διευκόλυνση του πολίτη και επισκέπτη καθώς και τη διαφύλαξη και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς με παγκόσμια μάλιστα διάσταση, η Εφ.Α.Ηλείας ενίσχυσε τη σχέση και παρουσία της στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κάνοντας σταθερά βήματα προς την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού της.

Εστιάζοντας στον κορυφαίο για την χώρα μας τουριστικό προορισμό της Ολυμπίας, έπειτα από ένα διάστημα εξοικείωσης με τις έννοιες και μεθόδους του ηλεκτρονικού marketing η Υπηρεσία προχώρησε στην αξιοποίηση των μεγάλων δυνατοτήτων τους υπερ των χώρων πολιτισμού που διαχειρίζεται. Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος βρέθηκαν τα διαδικτυακά εργαλεία και εφαρμογές της εταιρείας Google αλλά και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιδιαιτέρως επιβοηθητικά όπως διαπιστώθηκε στο καθημερινό έργο της ολοκληρωμένης διαχείρισης, λειτουργίας και κυρίως της προβολής χώρων μνημείων και μουσείων.

## **Το ψηφιακό μάρκετινγκ στην πολιτιστική κληρονομιά**

Όπως συμβαίνει και στους παραδοσιακούς φορείς του επιχειρείν, το μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις δράσεις και ενέργειες που επιτρέπει στους πολιτιστικούς οργανισμούς να θέσουν συγκεκριμένους, μετρήσιμους στόχους και να ελέγξουν την αποτελεσματικότητά τους, ώστε να επιτύχουν την βελτίωση της θέσης τους και να εκπληρώσουν την αποστολή τους προς όφελος του κοινού τους, χωρίς αυτή η διαδικασία να έρχεται σε ρήξη με τον μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα τους (Μαυραγάνη 2017: 767).

Συμπληρωματικά στο παραδοσιακό, το ψηφιακό μάρκετινγκ, το οποίο συνεχώς κερδίζει έδαφος, επιδιώκει να ενισχύσει την επικοινωνία του φορέα με τους πολίτες και να ενδυναμώσει την απήχηση του εταιρικού ονόματος (brand) είτε αυτό είναι η πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδος εν συνόλω, το ΥΠΠΟΑ που τη διαχειρίζεται, η Εφ.Α.Ηλείας ή κάποιο συγκεκριμένο μουσείο, χώρος ή μνημείο αρμοδιότητάς της. Η παρουσία στο διαδίκτυο ενός

φορέα και μέσω αυτού (ή αυτόνομα) των μουσείων, μνημείων και αρχαιολογικών χώρων τα οποία διαχειρίζεται, αποτελεί κατά κάποιο τρόπο ιδιόκτητο κανάλι επικοινωνίας που επιτρέπει στην Υπηρεσία να βρίσκεται αδιάκοπα και σε πραγματικό χρόνο σε επικοινωνία με τους πολίτες - επισκέπτες, εγχώριους ή αλλοδαπούς.

Σύμφωνα με τον κ. Κάρολο Παπαδά, Λέκτορα Μάρκετινγκ στο Πανεπιστήμιο του Κόβεντρι, «...το ψηφιακό μάρκετινγκ δεν έρχεται να αντικαταστήσει το παραδοσιακό μάρκετινγκ όπως το γνωρίζουμε, αλλά έρχεται ως συμπληρωματικό εργαλείο ενίσχυσής του» (Παπαδάς 2016). Μια ενιαία και ολοκληρωμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ μιας επιχείρησης ή ενός φορέα περιλαμβάνει: α) Ιστοσελίδα (Website), β) Διαχείριση Κοινωνικών Δικτύων (Social Media Management), γ) Ψηφιακή Διαφήμιση (Digital Advertising), δ) Προωθητικά E-mails, ε) Ψηφιακές Δημόσιες Σχέσεις (Digital Public Relations) υποστηρίζει ο κος Παπαδάς.

Βεβαίως, η Εφ.Α.Ηλείας ή το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας, δεν συνιστούν επιχειρήσεις με την στενή έννοια, ωστόσο ο σύνθετος και σύγχρονος ρόλος τους περιλαμβάνει και την υποχρέωση να μεριμνούν για την προσέλκυση επισκεπτών και την ικανοποιητική και εύκολη ενημέρωση όσων πολιτών αναζητούν σχετικές πληροφορίες όπως για το ωράριο λειτουργίας, τις τιμές των εισιτηρίων κ.ά. Είναι σαφές πως οι πολιτιστικοί οργανισμοί για να πετύχουν στην αποστολή τους οφείλουν να υιοθετήσουν τεχνικές και μεθόδους εργασίας από την επιστήμη των οικονομικών και της διοίκησης επιχειρήσεων (Μαυραγάνη 2017). Οι υπεύθυνοι των μουσείων οφείλουν να πάρουν στρατηγικές αποφάσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξή τους, μεριμνώντας η κάθε υπηρεσία να είναι ελκυστική και να καλύπτει τις πραγματικές ανάγκες των επισκεπτών.

## **Η πλατφόρμα Google Business**

Η ψηφιακή τεχνολογία και το διαδίκτυο με την πλατιά διάδοση και συνεχώς διευρυνόμενη απήχηση, μπορούν να συνεισφέρουν πάρα πολλά στην παραπάνω προσπάθεια. Ένα τέτοιο εργαλείο είναι η πλατφόρμα Google Business, άρρηκτα συνδεδεμένη και βασισμένη στην πολύ γνωστή εφαρμογή Google Maps. Βασικό πρώτο βήμα για την αξιοποίηση της εφαρμογής ήταν η κατανόηση της λειτουργίας των χαρτών της Google και πως προκύπτουν οι πληροφορίες που εμφανίζουν για κάποιο σημείο ενδιαφέροντος για το οποίο θα κάνει αναζήτηση ένας χρήστης στο διαδίκτυο μέσω της γνωστής μηχανής

της Google, όπως για παράδειγμα κάποιο μνημείο ή μουσείο. Σύμφωνα με τον κο Νίκο Αγγελιδάκη SEO, Digital Marketing, «...η Google χειρίζεται 3,5 δισεκατομμύρια αναζητήσεις την ημέρα. Θέλοντας να προσδώσει ποιότητα και συνάφεια, η διάσημη μηχανή αναζήτησης ενσωμάτωσε πλήρως αποτελέσματα από τους Χάρτες μέσα στην πρώτη σελίδα των κλασικών οργανικών αποτελεσμάτων. Πλέον, το 30% των αναζητήσεων ενεργοποιούν αποτελέσματα του Google Maps και η τοποθεσία του χρήστη που κάνει μια αναζήτηση καθορίζει τα αποτελέσματα που θα δει όσο ποτέ άλλοτε» (Αγγελιδάκης 2017). Κάνοντας την απλή διαπίστωση ότι σήμερα ο υποψήφιος επισκέπτης που θέλει να προσεγγίσει κάποιο μουσείο ή αρχαιολογικό χώρο θα ζητήσει πλοήγηση από το έξυπνο κινητό τηλέφωνό του και επικουρικά θα αναζητήσει οδικές πινακίδες κατεύθυνσης, αφιερώθηκε αρκετός χρόνος προκειμένου να ενημερωθούν με τις ορθές και επικαιροποιημένες πληροφορίες η εφαρμογή χαρτών της Google και εν συνεχεία για να αποκτηθεί ο πλήρης έλεγχος των καταχωρήσεων αυτών για τα Μουσεία, Μνημεία και Αρχαιολογικούς Χώρους ευθύνης της Εφορείας, τουλάχιστον τους πλέον σημαντικούς. Πιλότο στο εγχείρημα απετέλεσε το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας για το οποίο η Εφορεία ενδιαφερόταν να παρέχονται οι σωστές πληροφορίες σε όσους κάνουν σχετική αναζήτηση και όχι τυχαίες και εν πολλοίς λανθασμένες πληροφορίες που ανέβαζαν οι χρήστες της εφαρμογής. Στη συνέχεια, το επιστημονικό προσωπικό δημιούργησε εκ του μη όντος νέα σημεία ενδιαφέροντος (POI's-Points of Interest) στους χάρτες της Google ή ενήργησε ώστε να αποκτηθεί ο έλεγχος υφιστάμενων από τρίτους χρήστες για τα εξής μουσεία, χώρους και μνημεία αρμοδιότητος Εφ. Α. Ηλείας:

- Αρχαία Ακρόπολη Πλατιάνας
- Αρχαιολογικός Χώρος Επιταλίου
- Αρχαιολογικός Χώρος Φιγαλείας
- Μυκηναϊκό Νεκροταφείο Δάφνης
- Ναός Αθηνάς στο Πρασιδάκι
- Ναός της Αθηνάς Μακίστου στο Μάζι Σκιλλουντίας
- Ποντικόκαστρο - Αρχαία Φειά - Άγιος Ανδρέας
- Ναός Επικουρίου Απόλλωνα
- Άλσος Ολυμπιακής Εκεχειρίας
- Αρχαία ακρόπολη Αλίφειρας



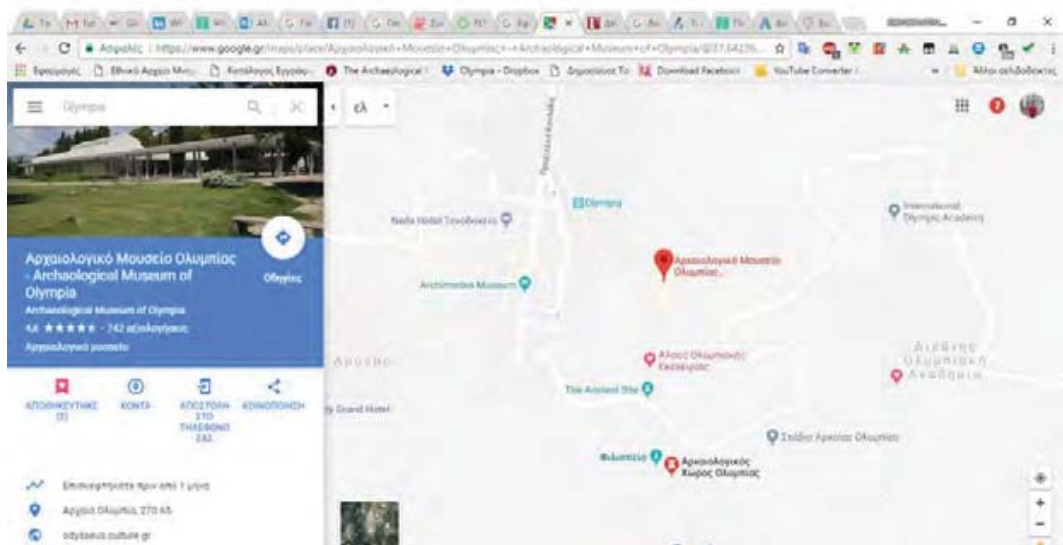
- Αρχαία ακρόπολη Πλατιάνας
- Αρχαία Ακρόπολη Σαμικού
- Αρχαιολογικό Μουσείο Ηλιδας
- Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας - Archaeological Museum of Olympia
- Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου - Παλαιά Δημοτική Αγορά
- Αρχαιολογικός Χώρος Κλειδί Σαμικού - Προϊστορική ακρόπολη και τύμβοι
- Αρχαιολογικός Χώρος Λεπρέου
- Γραφεία Διοίκησης Εφ. Α. Ηλείας
- Κάστρο Κορυφής - Κουκουβίτσα (αρχαίο οχυρό)
- Κάστρο Χλεμούτσι - Clermont - Castel Tornese
- Κιβωτιόσχημος τάφος Σταφιδοκάμπου
- Κρόνιος λόφος
- Μουσείο της Ιστορίας των Ανασκαφών της Ολυμπίας
- Ναός της Ήρας
- Ξενία - Πρώην Ξενοδοχείο
- Ολυμπιακός Βοτανικός Κήπος
- Παράκτιο Ρωμαϊκό Λουτρό Σκαφιδιάς
- ΣΠΑΠ Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο Ολυμπίας

Στην παρούσα εισήγηση στεκόμαστε περισσότερο στην πιο χαρακτηριστική περίπτωση, αυτή του Αρχαιολογικού Μουσείου Ολυμπίας που μας απασχόλησε περισσότερο (εικ. 8).

Πρακτικά λοιπόν, η πρώτη κίνηση ήταν η διεκδίκηση της ιδιοκτησίας της ήδη υφιστάμενης «επιχείρησής μας» όπως έχει χαρακτηρίσει η Google τα σημεία ενδιαφέροντος στην εφαρμογή My Business. Πρόκειται για την πλατφόρμα πλήρους διαχείρισης μιας οποιασδήποτε καταχώρησης - σημείου ενδιαφέροντος που εμφανίζεται στους χάρτες της Google (Google Maps). Από εδώ γίνεται η καταχώρηση των βασικών πληροφοριών που προβάλλονται ως ένας πίνακας με τίτλο knowledge panel στα αποτελέσματα που εμφανίζονται συνήθως δεξιά στην οθόνη όταν κάποιος χρήστης κάνει μια αναζήτηση ενός υπαρκτού σημείου ενδιαφέροντος (μνημείο, μουσείο, επιχείρηση, οργανισμός, φορέας κλπ.) στη μηχανή αναζήτησης της Google.

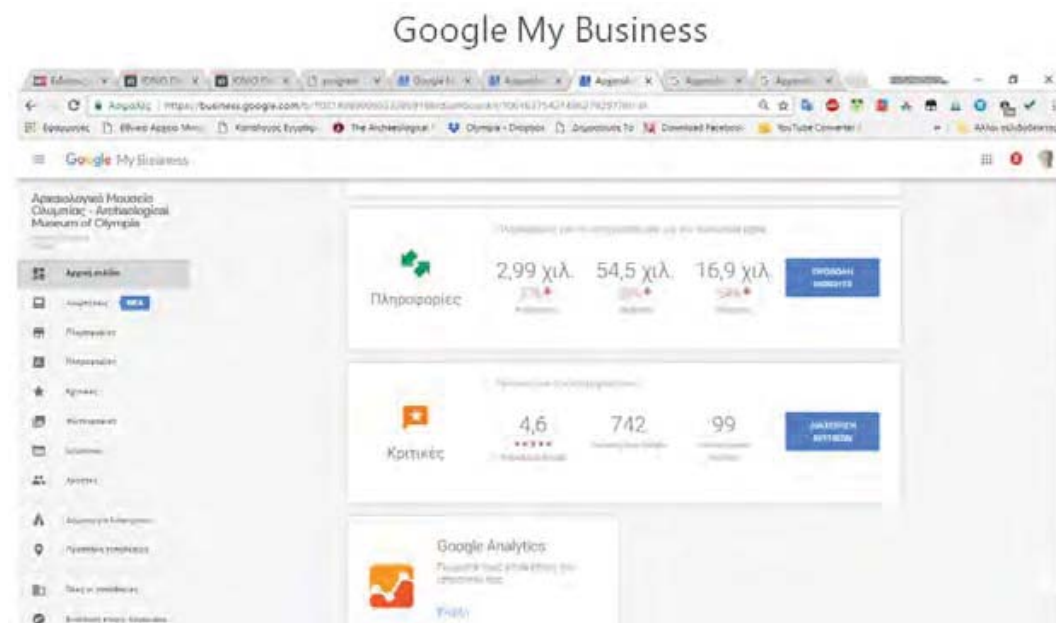
Εικ. 8. Πλατφόρμα πλήρους διαχείρισης μιας οποιασδήποτε καταχώρησης – σημείου ενδιαφέροντος που εμφανίζεται στους χάρτες της Google (Google Maps).  
Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

## Google Maps



Μέχρι περίπου το Νοέμβριο του 2016, η καταχώρηση (listing) του Αρχαιολογικού Μουσείου Ολυμπίας ήταν «ακυβέρνητη» και μπορούσε οποιοσδήποτε χρήστης του διαδικτύου να αλλάζει τις πληροφορίες, τη διεύθυνση, το όνομα του μουσείου, το ωράριο λειτουργίας κλπ. κατά το δοκούν, ερήμην της Υπηρεσίας μας. Μέσω ειδικής διαδικασίας πιστοποίησης από την Google, η Εφορεία απέκτησε τον έλεγχο της «καταχώρησής» της και αμέσως διαπιστώθηκε η σπουδαιότητα αυτής της ενέργειας, όταν και πλέον είχε πρόσβαση σε στατιστικά στοιχεία και δεδομένα τα οποία συλλέγει αυτόματα η Google. Μέσω της λειτουργίας Insights έγινε αντιληπτό πώς αλληλεπιδρούν ηλεκτρονικά οι υποψήφιοι και οι on site επισκέπτες με το σημείο ενδιαφέροντος «Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας» (εικ. 9). Μεταξύ άλλων δυνατοτήτων που παρέχει δωρεάν η πλατφόρμα Google Business είναι οι ακόλουθες:

- Να γνωρίζει ο φορέας πώς οι χρήστες - επισκέπτες εντόπισαν το μουσείο και από ποιο μέρος προέρχονται.
- Να γνωρίζει ο φορέας πόσοι κάλεσαν τον αριθμό τηλεφώνου του μουσείου (Ολυμπίας) αφού προηγουμένως τον εντόπισαν στη μηχανή αναζήτησης της Google καθώς και πόσα αιτήματα για οδηγίες πλοήγησης προς το μουσείο μας και από ποιες περιοχές δέχτηκε η καταχώρηση του μουσείου μας στους χάρτες της Google και βεβαίως πόσες ηλεκτρονικές επισκέψεις συγκεντρώνει (εικ. 10).

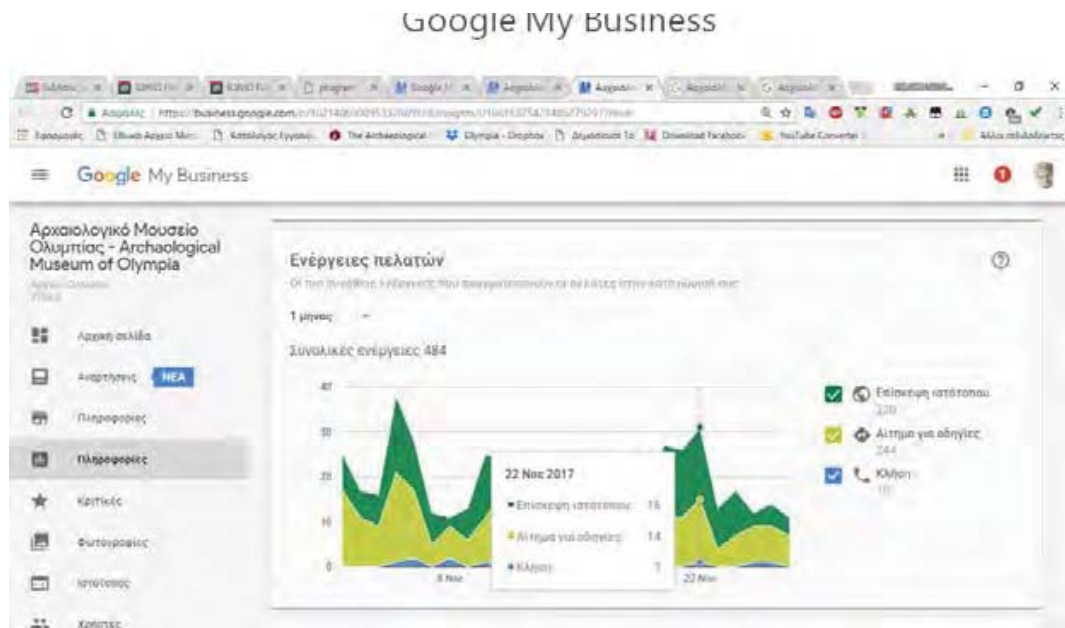


Εικ. 9. Αλληλεπίδραση υποψηφίων και on site επισκεπτών με το σημείο ενδιαφέροντος «Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας» μέσω της λειτουργίας Insights. Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

- Να ειδοποιείται με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ο φορέας κάθε φορά που κάποιος επισκέπτης αφήνει κάποιο σχόλιο και κάνει κριτική σχετικά με το μουσείο ή οποιονδήποτε πολιτιστικό χώρο και την όλη εμπειρία που είχε σε αυτό παρέχοντας την δυνατότητα επίσημης απάντησης σε αυτό.

Ειδικά για το θέμα της αξιολόγησης/βαθμολογίας που συγκεντρώνει ένας τόπος ενδιαφέροντος, μαθαίνουμε ότι το 91% των καταναλωτών (στην περίπτωση μας των υποψήφγων επισκεπτών του Αρχαιολογικού Μουσείου Ολυμπίας) διαβάζουν online κριτικές (reviews) και το 84% δηλώνει πως τις εμπιστεύεται όσο τις προσωπικές συστάσεις, προχωρώντας αναλόγως σε κράτηση ή όχι (Αγγελιδάκης 2017). Ως εκ τούτου καθίσταται επί της ουσίας υποχρεωτική η παρακολούθηση των κριτικών και αξιολογήσεων οι οποίες θα οδηγήσουν σε θετικές παρεμβάσεις προς άρση τυχόν προβλημάτων και στην βελτίωση των υπηρεσιών ώστε να εξασφαλίζεται η διαρκής βελτίωση της μουσειακής εμπειρίας και η μέγιστη ικανοποίηση των επισκεπτών.

Εικ. 10. Ενέργειες πελάτων του Μουσείου Ολυμπίας, μέσω του Google My Business. Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.



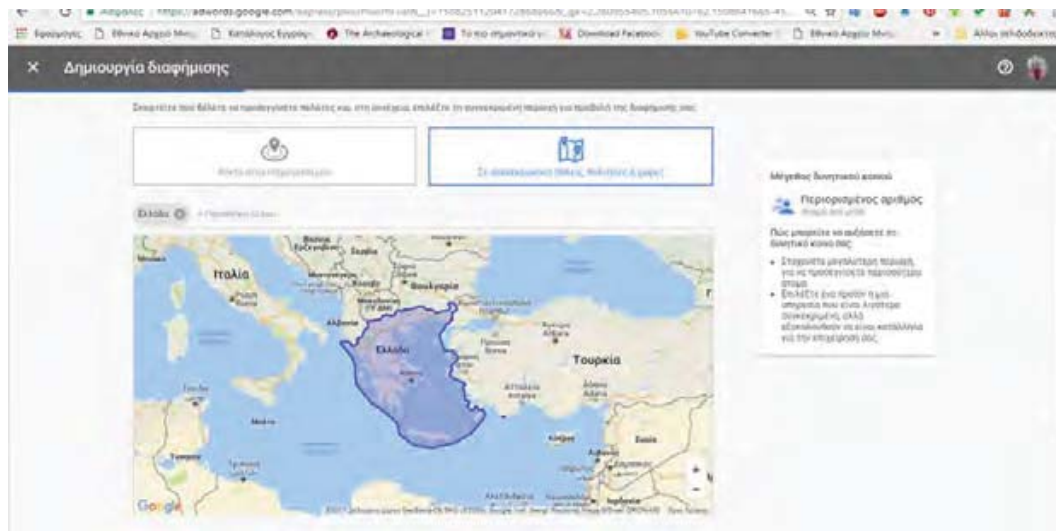
Το Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας έχει συγκεντρώσει βαθμολογία 4,6/5.0 σε σύνολο 2.670 αξιολογήσεων. Παρόμοια βαθμολογία έχει και στην πλατφόρμα TripAdvisor και συγκεκριμένα 4,5/5.0 σε σύνολο 3.621 κριτικών στις 01/07/2019.

## Η πλατφόρμα διαφήμισης Google AdWords

Πολύ απλή και οικονομικά ευέλικτη είναι η δημιουργία διαφημιστικής καταχώρησης στην Google μέσω μιας τεχνικά εύκολης και ελκυστικής διαδικασίας για κάποιο μουσείο ή αρχαιολογικό χώρο που επιθυμεί ο φορέας διαχείρισής του να προβάλλει. Η Google AdWords είναι ακριβώς η πλατφόρμα διαφήμισης την οποία χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις άρα και οι φορείς και οι διαχειριστές και επιμελητές οργανισμών τέχνης και πολιτιστικής κληρονομιάς για την προσέλκυση νέων επισκεπτών καθώς και για να ενισχύσουν την αφοσίωση των φίλων και επισκεπτών τους (εικ. 11).

Υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι Διαφημίσεων Google:

- Καμπάνιες αναζήτησης στο διαδίκτυο: Αυτές οι διαφημίσεις, συνήθως σε μορφή κειμένου, μπορούν να εμφανίζονται στις σελίδες αποτελεσμάτων της Αναζήτησης Google, όταν κάποιος χρήστης αναζητά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία παρόμοια με αυτά που προσφέρει ο οργανισμός μας ή το μουσείο μας.



Εικ. 11. Η πλατφόρμα διαφήμισης Google AdWords. Πηγή: Αρχείο Εφ. Α. Ηλείας.

- Καμπάνιες προβολής στο διαδίκτυο: Αυτές οι διαφημίσεις, συνήθως σε μορφή εικόνας, εμφανίζονται σε ιστοτόπους ή εφαρμογές που επισκέπτονται οι επισκέπτες μας και εφόσον κάνουν κλικ πάνω τους μπορούν να ανακατευθυνθούν στον ιστότοπο του μουσείου μας.
- Καμπάνιες βίντεο: Αυτές οι διαφημίσεις, συνήθως βίντεο 6 ή 15 δευτερολέπτων, εμφανίζονται αμέσως πριν ή κατά τη διάρκεια του περιεχομένου στο YouTube.

«...Με την πολύ γνωστή εταιρεία-κολοσσό της αναζήτησης να έχει μετατραπεί ουσιαστικά σε ένα πολυεθνικό digital agency, είναι λογικό η διαφήμιση να αποτελεί το πιο προβεβλημένο στοιχείο της στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ...» επισημαίνει σωστά ο κ. Παπαδάς (Παπαδάς 2016).

Οι Εφορείες Αρχαιοτήτων βάσει του Οργανισμού του ΥΠΠΟΑ, είναι επιφορτισμένες από κοινού με τη Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων και Πολιτιστικής Κληρονομιάς και τις εμπλεκόμενες Διευθύνσεις με το έργο της προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδος. Ωστόσο είναι το Αυτοτελές Τμήμα Στρατηγικού Σχεδιασμού και το Αυτοτελές Τμήμα Τύπου, Επικοινωνίας και Προβολής του Υπουργείου Πολιτισμού τα δυο συναρμόδια όργανα επιφορτισμένα με την κατάρτιση και εκπόνηση προτάσεων μακροπρόθεσμου σχεδιασμού πολιτικών προβολής, συμπεριλαμβανομένης της οργάνωσης δράσεων

δημοσιότητας και προώθησης του Ελληνικού Πολιτισμού, τόσο του πολιτιστικού αποθέματος όσο και της σύγχρονης καλλιτεχνικής δημιουργίας.

Προς τούτο, αν και δοκίμασε το εργαλείο Google Ads, η Εφ. Α. Ηλείας δεν προχώρησε στη δημιουργία διαφήμισης, διότι αυτή η ενέργεια θα απαιτούσε αφενός την εξασφάλιση σχετικού κονδυλίου, εναρμόνιση της δαπάνης με τους υφιστάμενους δημοσιονομικούς κανόνες καθώς και προηγούμενη συνεννόηση με τις συναρμόδιες Κεντρικές Υπηρεσίες κάτι που η Εφορεία μας σκέφτεται να πράξει στο μέλλον. Μάλιστα, η όποια διαφημιστική καταχώρηση στο διαδίκτυο θα αφορά όχι στην Ολυμπία, της οποίας ο χώρος και τα μουσεία είναι αρκετά γνωστά στο εγχώριο και διεθνές κοινό και λειτουργούν αφ' εαυτών ως πόλοι έλξης επισκεπτών, αλλά σε λιγότερο προβεβλημένα μουσεία και μνημεία της Ηλείας, όπως επί παραδείγματι το Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας ή το Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου.

### **Πολιτιστικό μάρκετινγκ και μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ευκαιρίες εξειδίκευσης και απόκτησης τεχνογνωσίας**

Συμπληρωματικά στα νέα και εξειδικευμένα εργαλεία που παρουσιάστηκαν παραπάνω, λειτουργούν και τα περισσότερο διαδεδομένα ψηφιακά – διαδικτυακά εργαλεία στον τομέα της πολιτιστικής διαχείρισης, όπως η διαδικτυακή σελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) αποτελεί μια από τις πιο σύγχρονες και επιτυχημένες μεθόδους προώθησης ενός ονόματος, ενός οργανισμού, προϊόντος, υπηρεσίας κ.α. Πλην του Facebook που παραμένει ο πιο δημοφιλής τρόπος δικτύωσης με 2,3 δισεκατομμύρια ενεργούς μηνιαία χρήστες, σήμερα υπάρχουν πολλοί ακόμα διαδικτυακοί τόποι κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram, το Twitter, το YouTube το LinkedIn, το WhatsApp, το Pinterest και αρκετές παραλλαγές αυτών που προσελκύουν εκατομμύρια χρήστες σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο (Smith 2019).

Πλέον, ο ενδιαφερόμενος επιμελητής ενός μουσείου, χώρου ή μουσείου έχει στη διάθεσή του μια μεγάλη γκάμα πτυχιακών ή μεταπτυχιακών προγραμμάτων ώστε να αποκτήσει βασικές γνώσεις ή να βελτιώσει τις δεξιότητες και επιδόσεις του στο ηλεκτρονικό marketing. Επίσης, στο διαδίκτυο υπάρχει σχεδόν

ανεξάντλητο εκπαιδευτικό περιεχόμενο και online μαθήματα προς την ίδια κατεύθυνση (Γαληνός 2019). Ένα τέτοιο παράδειγμα δωρεάν μαθημάτων παρέχεται από την πλατφόρμα Grow Greek Tourism Online, μια πρωτοβουλία της Google σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού, τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) και τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) που έχει στόχο να βοηθήσει τους νέους «ναυτιλομένους» στον απέραντο ωκεανό του ψηφιακού marketing, ανεξάρτητα από τις δεξιότητες ή το επίπεδο γνώσης που έχουν, παρέχοντας δωρεάν διαδικτυακά μαθήματα και workshops σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Βεβαίως, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και φορείς διαχείρισης μουσείων, αρχαιολογικών χώρων και μνημείων που το επιθυμούν, μπορούν να απευθύνονται σε εξειδικευμένες πλέον εταιρείες εγχώριες και από το εξωτερικό οι οποίες παρέχουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες ψηφιακού μάρκετινγκ για μουσεία έναντι συνήθως αδράς αμοιβής.

Σημαντική παράμετρος είναι η σωστή μέτρηση της αποδοτικότητας των διαφημίσεων και των λοιπών εργαλείων του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ ως προς το όφελος που κομίζουν στον κάθε οργανισμό. Όσο πιο κοντά στην πραγματικότητα είναι τα στοιχεία που προκύπτουν, τόσο περισσότερο ο φορέας μπορεί να αξιοποιήσει τις πιο αποδοτικές για αυτόν μεθόδους ψηφιακού μάρκετινγκ. Η μέτρηση της αποτελεσματικότητας μπορεί να γίνει τόσο ως προς την ίδια την ιστοσελίδα του φορέα όσο και ως προς τις υπόλοιπες μεθόδους ηλεκτρονικής προώθησης του ονόματος και των υπηρεσιών / αγαθών που προσφέρει.

## **Η ιστοσελίδα της Εφ. Α. Ηλείας**

Το έτος 2017, η Εφ. Α. Ηλείας σχεδίασε «ιδίαις δυνάμεσι» (αδαπάνως) και έθεσε σε λειτουργία στο διαδίκτυο την ιστοσελίδα της [www.ilia-olympria.org](http://www.ilia-olympria.org), συμπληρωματικά στον δημοφιλή αλλά πεπαλαιωμένο κόμβο «Οδυσσέας» ([odysseus.culture.gr](http://odysseus.culture.gr)) του ΥΠΠΟΑ. Ο επισκέπτης της ιστοσελίδας ήδη μπορεί να βρει βασικές πληροφορίες για όλα τα μουσεία και για ικανό αριθμό μνημείων και αρχαιολογικών χώρων που έχει στην αρμοδιότητά της η Εφ. Α. Ηλείας. Η ιστοσελίδα ενημερώνεται διαρκώς σχετικά με ημερίδες, συνέδρια, επιστημονικές συνεργασίες και εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό στις οποίες συμμετέχει η Υπηρεσία καθώς και με ειδήσεις που αφορούν στην πολιτιστική κληρονομιά και τα μνημεία της Ηλείας, ενώ δεν λείπουν διάφορες χρήσιμες πληροφορίες

διοικητικού χαρακτήρα (επί παραδείγματι οδηγίες έκδοσης άδειας κινηματογράφησης - φωτογράφησης) για τον πολίτη.

Επιπρόσθετα, η Υπηρεσία εισήλθε δυναμικά και στο χώρο των κοινωνικών δικτύων (social media), δημιουργώντας σελίδες στο Facebook τόσο για τον φορέα όσο και για τα πλέον σημαντικά μουσεία και μνημεία της (μετρήσεις την 01.07.2019):

- Εφ. Α. Ηλείας (αρέσει σε 1108).
- Αρχαιολογικό Μουσείο Ολυμπίας (αρέσει σε 5558).
- Αρχαιολογικό Μουσείο Ήλιδας (αρέσει σε 1108).
- Αρχαιολογικό Μουσείο Πύργου (αρέσει σε 1389).
- Κάστρο Χλεμούτσι (αρέσει σε 533).

Πρόσφατα, στο πλαίσιο της συμμετοχής του Αρχαιολογικού Χώρου Ολυμπίας στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα της UNESCO «World Heritage Journeys of Europe» η Εφ. Α. Ηλείας δημιούργησε λογαριασμό και στο Instagram αλλά και «κανάλι» στο YouTube, όπου έχουν αναρτηθεί πολλά βίντεο αρχαιολογικού ενδιαφέροντος ή σχετικών με τους Ολυμπιακούς Αγώνες της αρχαιότητας.

Η εκθετική πρόοδος και εξέλιξη της τεχνολογίας, των νέων μέσων και εργαλείων ψηφιοποίησης, διαδικτυακής παρουσίας και επικοινωνίας, εκτοξεύουν τις δυνατότητες και συνιστούν το όχημα για την επίτευξη των ανωτέρω στόχων. Αξιοποιώντας στο μέτρο του εφικτού και επιτρεπτού τις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρουν χωρίς ιδιαίτερο κόστος οι νέες τεχνολογίες, η Υπηρεσία φιλοδοξεί να φέρει στο ψηφιακό προσκήνιο την Ολυμπία και το σύνολο του μνημειακού πλούτου της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας ώστε να καταστεί οικείος στους πολίτες και να αποτελέσει μέρος της καθημερινότητάς τους.



## Συμπεράσματα

Τα μουσεία και οι πολιτιστικοί οργανισμοί οφείλουν να ακολουθούν τις κοινωνικές πολιτισμικές και τεχνολογικές εξελίξεις στα μέσα και τις μορφές επικοινωνίας που προσφέρει η παγκοσμιοποιημένη κοινωνία, η Κοινωνία της Πληροφορίας. Η συνεχής εξέλιξη των ψηφιακών τεχνολογιών (τεχνολογίες cloud, εφαρμογές και Υπηρεσίες κινητής τεχνολογίας, ανάλυση δεδομένων, τεχνητή νοημοσύνη, διαδίκτυο πραγμάτων-Internet of things, ρομποτική, κοκ) και της άμεσης αφομοίωσης τους από τις κοινωνίες απαιτεί την διαρκή προσαρμογή των πολιτιστικών οργανισμών στο μεταβαλλόμενο από τις ψηφιακές τεχνολογίες οικοσύστημά τους η οποία θα κρίνει την επιβίωση και ανταγωνιστικότητά τους.

Στον χώρο της πολιτιστικής κληρονομιάς και ευρύτερα στην ελληνική κοινωνία παρατηρείται ακόμη υστέρηση στην υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών, στην ψηφιακή ωριμότητα και ετοιμότητα, ενώ αποτρεπτικά λειτουργούν παγιωμένες πρακτικές και νοοτροπίες που δεν ευνοούν την ευελιξία, την εξωστρέφεια και την προσαρμοστικότητα. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη και άλλες κεντρικές, κάθετες δράσεις του ΥΠΠΟΑ διαπιστώνουμε ότι αρκετά βήματα της μακράς και συναρπαστικής διαδρομής που ονομάζεται ψηφιακός μετασχηματισμός έχουν γίνει. Φιλοδοξούμε η προσπάθεια της Εφ. Α. Ηλείας για την ορθή και ολοκληρωμένη προβολή και διαχείριση του πολιτιστικού αποθέματος της Ηλείας να έχει ανάλογη συνέχεια και να αποτελέσει εφαλτήριο για νέες διατμηματικές και διεπιστημονικές συνεργασίες με την Πανεπιστημιακή Κοινότητα καθώς και εξειδικευμένες στο αντικείμενο εταιρείες και φορείς.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αγγελιδάκης, Ν., 2017. Πώς το Google Maps κυριαρχεί στην αναζήτηση της Google και πώς θα το εκμεταλλευτείτε. Huffington Post. Διαθέσιμο στη: [https://www.huffingtonpost.gr/nikos-aggelidakis/googlemaps-google-\\_b\\_17542364.html](https://www.huffingtonpost.gr/nikos-aggelidakis/googlemaps-google-_b_17542364.html) [Ανακτήθηκε 27 Οκτωβρίου 2017].

Γαληνός, Α., 2019. 7 Digital Marketing Courses που θα απογειώσουν την καριέρα σας. Τι είδη Digital Marketing Courses υπάρχουν. Huffington Post. Διαθέσιμο στη: [https://www.huffingtonpost.gr/entry/7-digital-marketing-courses-poe-echoen-oesiastike-axia\\_gr\\_5cb194a3e4b05ed55a3558a5?utm\\_hp\\_ref=gr-digital-marketing](https://www.huffingtonpost.gr/entry/7-digital-marketing-courses-poe-echoen-oesiastike-axia_gr_5cb194a3e4b05ed55a3558a5?utm_hp_ref=gr-digital-marketing) [Ανακτήθηκε 27 Οκτωβρίου 2017].

Δημητριάδης, Σ., 2017. Ψηφιακός μετασχηματισμός, επιχειρηματικότητα και μάρκετινγκ. Επιχειρώ, 36, Αθήνα: Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, σ. 100.

Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (EIT), 2018. Digital Transformation in Greece. Αθήνα: EIT Digital.

Καρτσακλή, Ζ., 2014. Ο ρόλος της τεχνολογίας στην ανάδειξη και την εκπαιδευτική αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η περίπτωση του Ιδρύματος Μείζονος Ελληνισμού. Διπλωματική Εργασία Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην κατεύθυνση ΑΓΩΓΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ του Τμήματος Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου, Αθήνα.

Λιάγκουρας, Χ., 2008. Ιερό Δήμητρας και Κόρης στην αρχαία Ολυμπία. Αρχαιολογικά Ανάλεκτα εξ Αθηνών, 40-41 (2007-2008), σ. 61-74.

McKinsey & Company, 2020. Shaping the digital transformation in Europe. European Union.

Μαυραγάνη, Ε., 2017. Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων για την Ενίσχυση του Τουρισμού. Τουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη, Συμβολές Ελλήνων Επιστημόνων. Αθήνα: Παπαζήσης.

Παπαδάς, Κ. Κ., 2016. Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Εννοια και Πρακτική. Huffington Post. Διαθέσιμο στη: [https://www.huffingtonpost.gr/karoloskonstantinos-papadas/\\_2431\\_b\\_8541490.html](https://www.huffingtonpost.gr/karoloskonstantinos-papadas/_2431_b_8541490.html) [Ανακτήθηκε 22 Νοεμβρίου 2017].

Παρατηρητήριο Ψηφιακού Μετασχηματισμού ΣΕΒ, 2019. Ψηφιακή και τεχνολογική ωριμότητα οικονομίας και επιχειρήσεων. Παρατηρητήριο Ψηφιακού Μετασχηματισμού, 1η ετήσια έκδοση, (Ιούλιος 2019). Αθήνα: ΣΕΒ.

Smith, K., 2019. 126 Amazing Social Media Statistics and Facts. Διαθέσιμο στη: <https://www.brandwatch.com/blog/amazing-social-media-statistics-and-facts/#section-10> [Ανακτήθηκε 22 Νοεμβρίου 2017].

Φαρμάκης, Φ., 2019. 4η Βιομηχανική Επανάσταση: Τάσεις και Βασικοί Πυλώνες Εθνικής Στρατηγικής. Κύκλος ιδεών για την εθνική ανασυγκρότηση. Διαθέσιμο στη: <https://ekyklos.gr/sb/695-4i-viomixaniki-epanastasi-taseis-kai-vasikoi-pylones-ethnikis-stratigikis.html> [Ανακτήθηκε 22 Νοεμβρίου 2017].