

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ
ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

**ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ**

Πτυχιακή εργασία

ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΕΛΙΔΟΝΙΩΤΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΖΑΦΕΙΡΑΚΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΠΥΡΓΟΣ_2015

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας πρώτα απ' όλους θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Ζαφειράκη Παναγιώτη, καθηγητή του τμήματος Διοίκησης, Οικονομίας και Επικοινωνίας Πολιτιστικών και Τουριστικών Μονάδων Τ.Ε.Ι Δυτικής Ελλάδας παράρτημα πύργου, επιβλέποντα της πτυχιακής μου, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και την καθοδήγηση που μου πρόσφερε καθ'όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της.

Επίσης το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης που δέχτηκε να με βοηθήσει σε αυτή την έρευνα δίνοντας μου ότι πληροφορίες χρειάστηκα και ειδικότερα την κα. Μπασδέκη Βαρβάρα.

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στη Σοφία για την πολύτιμη βοήθεια της στην κατασκευή της ιστοσελίδας και την Γιώτα για τις εύστοχες παρατηρήσεις και διορθώσεις, την υπομονή και την ηθική υποστήριξη, όπως επίσης και στην οικογένεια μου για την στήριξη της σε όλη τη διάρκεια της φοιτητικής μου ζωής.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια η πρόοδος της τεχνολογίας και ειδικότερα της πληροφορικής επηρέασε έντονα την αντίληψη του σύγχρονου ανθρώπου. Το ιντερνετ πλέον έχει εισχωρήσει στη ζωή όλων. Όλο και περισσότεροι χρήστες αναζητούν πληροφορίες στο διαδίκτυο. Το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας ενός ιστότοπου είναι σχετικά χαμηλό σε σχέση με τα πλεονεκτήματα που προσφέρει. Η ραγδαία αυξανόμενη και εκτεταμένη χρήση του Παγκοσμίου Ιστού τα τελευταία χρόνια δημιουργεί μια νέα δυναμική για τα μουσεία. Παρατηρώντας λοιπόν τις απαιτήσεις των χρηστών και τις αλλαγές των Νέων Μέσων στο χώρο του Διαδικτύου επέλεξα ως θέμα της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας «Διαδικτυακές Τεχνολογίες Στα Ελληνικά Μουσεία, Μελέτη Περίπτωσης του Μουσείου Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης και η Κατασκευή Ιστότοπου».

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να παρουσιάσει τις διαδικτυακές τεχνολογίες, την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του ίντερνετ από τα μουσεία, τα προβλήματα που μπορεί να υπάρχουν στις εφαρμογές και την αποτελεσματικότητά τους. Επίσης η μελέτη για το μουσείο φωτογραφίας της Θεσσαλονίκης είναι πολύ σημαντική, καθώς είναι το μοναδικό κρατικό-εξειδικευμένο μουσείο για το μέσο της φωτογραφίας στην Ελλάδα. Τέλος στο β' σκέλος της εργασίας παρουσιάζεται μια ρεαλιστική υλοποίηση ιστοσελίδας του μουσείου φωτογραφίας που σχεδιάστηκε στο σύστημα διαχείρισης του Joomla

ABSTRACT

This study attempts to present the web technologies, the use of the Internet at the museums, the problems that may exist in the applications and their effectiveness. Also, the study of the Museum of Photography of Thessaloniki is very important as it is the only state-specific museum for the medium of photography in Greece. In conclusion, the second part, the study presents the realistic implementation of website photography museum, It was designed in management system of Joomla.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	ii
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	iii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iv
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	v
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	vii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	ix
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ	
1.1 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ.....	11
1.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ	12
1.2.1 ΣΥΛΛΟΓΗ.....	12
1.2.2 ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ- ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ	13
1.2.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ	13
1.2.3.α ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ.....	14
1.2.3.β ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ	15
1.3 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	15
1.4 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΜΕΤΡΑ	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	
2.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	18
2.2 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	19
2.2.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	19
2.3 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΙΚΟΝΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ	20
2.4 ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	20
2.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	21
2.6 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΟΥΣΕΙΟ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	
3.1 ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ	33
3.2 ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ	33
3.3 Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ	36
3.4 PHOTOBIENNALE	39
3.5 CEDEFORAWARD.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: JOOMLA	

4.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ JOOMLA	41
4.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ JOOMLA!.....	41
4.3 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ JOOMLA!	41
4.4 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ JOOMLA! 3Χ.....	42
4.5 Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ JOOMLA!	43
4.6 ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ JOOMLA!.....	43
4.7 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΧΑΜΡΡ	44
4.8 ΛΗΨΗ ΤΩΝ ΑΡΧΕΙΩΝ JOOMLA! 3.2	45
4.9 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	46
4.10 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ JOOMLA!.....	47
4.11 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΣΤΟ JOOMLA!	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ	
5.1 ΠΡΟΤΥΠΑ (TEMPLATES)- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	54
5.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΡΘΡΩΝ	55
5.3 ΜΕΝΟΥ	56
5.3.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ ΜΕΝΟΥ (MENU ITEMS)	57
5.3.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΥΠΟΜΕΝΟΥ.....	58
5.4 ΕΝΘΕΜΑΤΑ (MODULES)	59
5.5 ΆΡΘΡΑ	62
5.6 ΛΟΓΟΤΥΠΟ	63
5.7 ΜΕΤΑΦΟΡΤΩΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ	64
5.8 ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΕΝΘΕΜΑΤΟΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ.....	64
5.9 ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΕΝΘΕΜΑΤΟΣ ΑΛΛΑΓΗ ΓΛΩΣΣΑΣ	65
5.10 ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ (HOME)	67
5.11 GOOGLE MAPS	70
5.12 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ.....	71
5.13 ΥΠΟΣΕΛΙΔΟ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	
6.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	75
6.2 ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	75
6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	83
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	86
Βιβλιογραφία	84

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο.....	23
Εικόνα 2: Εθνική Πινακοθήκη.....	23
Εικόνα 3: Εβραϊκό Μουσείο Θεσσαλονίκης	23
Εικόνα 4: Εβραϊκό Μουσείο της Ελλάδος.....	24
Εικόνα 5: Ελληνικό Παιδικό Μουσείο	24
Εικόνα 6: Μουσείο Ακροπόλεως.....	24
Εικόνα 7: Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού	25
Εικόνα 8: Μουσείο Ελληνικής Ιστορίας Π. Βρέλλη.....	25
Εικόνα 9: Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης.....	25
Εικόνα 10: Μουσείο Μπενάκη	26
Εικόνα 11: Ελληνικό Ναυτικό Μουσείο.....	26
Εικόνα 12: Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, Κρήτη	26
Εικόνα 13: Τεχνικό Μουσείο Θεσσαλονίκης	27
Εικόνα 14: Μουσείο Μέγας Αλέξανδρος	27
Εικόνα 15: Asian Civilization Museum.....	28
Εικόνα 16: Chateau de Versailles	28
Εικόνα 17: Deutsche Guggenheim	28
Εικόνα 18: European Virtual Museum	29
Εικόνα 19: Guggenheim Museum	29
Εικόνα 20: Hermitage Museum	29
Εικόνα 21: Metropolitan Museum	30
Εικόνα 22: Musee du Louvre, Paris.....	30
Εικόνα 23: Musée National Picasso, Paris.....	30
Εικόνα 24: National Gallery, London.....	31
Εικόνα 25: National Gallery of Art.....	31
Εικόνα 26: Tate Gallery	31
Εικόνα 27: The State Russian Museum	32
Εικόνα 28: Tokyo National Museum.....	32
Εικόνα 29: Zeppelin Museum Friedrichshafen.....	32
Εικόνα 30: Χάρτης Ελλάδος.....	35
Εικόνα 31: Παγκόσμιος Χάρτης.....	36
Εικόνα 32: Εκθεσιακός Χώρος Μ.Φ.Θ.....	37
Εικόνα 33: Βιβλιοθήκη Μ.Φ.Θ.....	37
Εικόνα 34: Κυλικείο Μ.Φ.Θ	38
Εικόνα 35: Κατέβασμα προγράμματος ΧΑΜΡΡ.....	44
Εικόνα 36: Εγκατάσταση προγράμματος ΧΑΜΡΡ.....	44
Εικόνα 37: ΧΑΜΡΡ Control Panel	45
Εικόνα 38: Λήψη αρχείων Joomla! 3.4.1	45
Εικόνα 39: Λήψη αρχείων Joomla! 3.2	46
Εικόνα 40: Αποσυμπίεση αρχείων Joomla! 3.2.....	46
Εικόνα 41: PhpMyAdmin	46
Εικόνα 42: Φόρμα.....	47
Εικόνα 43: Δημιουργία Βάσης Δεδομένων	47
Εικόνα 44: Εγκατάσταση του Joomla Βήμα 1: Ρυθμίσεις	48
Εικόνα 45: Εγκατάσταση του Joomla	49
Εικόνα 46: Εγκατάσταση του Joomla	49
Εικόνα 47: Εγκατάσταση του Joomla Βήμα 4: Τέλος	50

Εικόνα 48:Εισαγωγή username και password	50
Εικόνα 49: Περιοχή Διαχείρισης (Back End)	51
Εικόνα 50: Extension Manager	51
Εικόνα 51: Εγκατάσταση ελληνικής γλώσσας	51
Εικόνα 52: Μήνυμα επιτυχίας εγκατάστασης	52
Εικόνα 53: Extensions Language Manager	52
Εικόνα 54: Επιλογή ελληνικής γλώσσας ως	53
Εικόνα 55: Διαχείριση Προτύπων	54
Εικόνα 56: Εγκατάσταση προτύπου	55
Εικόνα 57: Δημιουργία κατηγορίας	55
Εικόνα 58: Συμπλήρωση στοιχείων νέας κατηγορίας	56
Εικόνα 59: Διαχείριση Μενού	56
Εικόνα 60: Προσθήκη Μενού	57
Εικόνα 61: Στοιχεία Μενού	57
Εικόνα 62: Επεξεργασία στοιχείων μενού	58
Εικόνα 63: Επιλογή είδους στοιχείου μενού	58
Εικόνα 64: Ενθέματα	59
Εικόνα 65: Επιλογή είδος ενθέματος	60
Εικόνα 66: Μήνυμα ότι το ένθεμα icemegamenu εγκαταστάθηκε με επιτυχία	60
Εικόνα 67: Μήνυμα ότι το ένθεμα icemegamenu εγκαταστάθηκε με επιτυχία	61
Εικόνα 68: Επεξεργασία του ενθέματος IceMegaMenu	61
Εικόνα 69: Εμφάνιση ενθέματος σε όλες τις σελίδες	62
Εικόνα 70: Τελικό αποτέλεσμα του ενθέματος μετά την επεξεργασία	62
Εικόνα 71: Δημιουργία άρθρου	63
Εικόνα 72: Διαχείριση προτύπων	63
Εικόνα 73: Αλλαγή λογότυπου	63
Εικόνα 74: Εμφάνιση ιστότοπου	64
Εικόνα 75: εισαγωγή εικόνων	64
Εικόνα 76: μεταφόρτωση εικόνων	64
Εικόνα 77: ρυθμίσεις ενθέματος αναζήτησης	65
Εικόνα 78: εμφάνιση αναζήτησης στην ιστοσελίδα	65
Εικόνα 79: Επεξεργασία του ενθέματος	66
Εικόνα 80: Εμφάνιση ενθέματος σε όλες τις σελίδες	66
Εικόνα 81: επιλογή γλώσσας	67
Εικόνα 82: Μενού- Main Menu	67
Εικόνα 83: Επεξεργασία του ενθέματος	68
Εικόνα 84: Καρτέλα Σύνδεση Μενού	68
Εικόνα 85: Η Αρχική σελίδα μετά την ενεργοποίηση ενθεμάτων	69
Εικόνα 86: Google Maps	70
Εικόνα 87: iframe για ενσωμάτωση χάρτη	70
Εικόνα 88: Προσθήκη πηγαίου κώδικα	71
Εικόνα 89: Σύνδεση με το Μενού Επικοινωνία	71
Εικόνα 90: κοινωνικά δίκτυα	72
Εικόνα 91: δημιουργία μενού	72
Εικόνα 92: προσθήκη νέου μενού	72
Εικόνα 93: στοιχεία μενού	73
Εικόνα 94: επεξεργασία στοιχείου μενού	73
Εικόνα 95: επεξεργασία ενθέματος υποσέλιδου	73
Εικόνα 96: υποσέλιδο	74

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα μουσεία αποτελούν «αποθήκες» γνώσης και πολιτισμού. Φιλοξενούν εκείνα τα στοιχεία του παρελθόντος αλλά και του παρόντος που χαρακτηρίζουν ένα έθνος και διαμορφώνουν την πολιτιστική του ταυτότητα. Το διαδίκτυο αποτελεί ένα μέσο από το οποίο μπορούμε να φτάσουμε στο πιο απομακρυσμένο γεωγραφικό σημείο του πλανήτη και να πάρουμε αμέτρητες πληροφορίες για οποιοδήποτε θέμα. Τα μουσεία άρχισαν να αναγνωρίζουν τις πιθανότητες που αυτό προσφέρει στη διάδοση των πληροφοριών σε ένα μεγαλύτερο κοινό. Η πλειονότητα των μουσείων διαθέτει ιστότοπο στο διαδίκτυο όπου η ανταπόκριση του κοινού είναι θετική καθώς ο αριθμός των επισκεπτών που δέχονται οι ιστότοποι μουσείων δείχνουν ότι το κοινό αναζητά και εκτιμά την ύπαρξη μουσειακής πληροφορίας στο διαδίκτυο. Η τεχνολογία μπορεί να συνδυάσει εικόνα, ήχο, κείμενο, κίνηση και γραφικά σ' ένα μέσο.

Η αλληλεπίδραση είναι σημαντικό εργαλείο γνώσης καθώς το εντυπωσιακό του εικονικού συγκεντρώνει την προσοχή ακόμη και εκείνων που δεν δείχνουν ενδιαφέρον. Το ψηφιακό μέλλον για τα μουσεία, ωστόσο, είναι λαμπρό. Πολλά μουσεία πλέον φιλοξενούν ψηφιακές εκθέσεις, με τη χρήση των πιο προηγμένων τεχνολογιών. Είναι σύνηθες για τα μεγάλα μουσεία και τις γκαλερί (κυρίως στο εξωτερικό και σε μικρότερη έκταση στη χώρα μας) να έχουν στην κατοχή τους δεκάδες ή εκατοντάδες χιλιάδων από ψηφιακές εικόνες έργων τέχνης. Νέες μορφές πολυμεσικού περιεχομένου, όπως τα τρισδιάστατα μοντέλα και οι εικονικοί χώροι, έχουν τεράστιες δυνατότητες για να ενισχύσουν τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν οι άνθρωποι με τις συλλογές των μουσείων.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία αναπτύσσονται οι διαδικτυακές τεχνολογίες στα ελληνικά μουσεία, η μελέτη του μουσείου φωτογραφίας Θεσσαλονίκης και η κατασκευή ιστότοπου.

Το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης είναι το μοναδικό κρατικό εξειδικευμένο μουσείο για το μέσο της φωτογραφίας στην Ελλάδα. Λειτουργεί ταυτόχρονα ως Μουσείο, ως Κέντρο και ως διοργανωτής Φεστιβάλ. Ενέργειες του είναι ο σχεδιασμός και υλοποίηση εκθέσεων βάσει θεματικών κύκλων, τη συγκρότηση αρχείων και συλλογών, την έκδοση εντύπων, την οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τη διεξαγωγή της photobiennale (διεθνούς φεστιβάλ φωτογραφίας). Παράλληλα ενισχύει το διάλογο και τις συναντήσεις μέσα από τις αξιολογήσεις φωτογραφικών προτάσεων (portfolio reviews), την καθιέρωση βραβείων, τη διοργάνωση ανοιχτών συζητήσεων (σειρά «Λέξεις και Εικόνες») και ημερίδων, όπως και με την πραγματοποίηση παράλληλων εκδηλώσεων σε συνεργασία με άλλους φορείς.

Η μελέτη για την υλοποίηση της εργασίας πραγματοποιήθηκε σε βιβλιογραφικό και ερευνητικό επίπεδο. Επίσης σημαντική πηγή πληροφοριών αποτέλεσε και το διαδίκτυο.

Δομή πτυχιακής εργασίας

Στο πρώτο κεφάλαιο επικεντρωνόμαστε στις νέες τεχνολογίες, στην ηλεκτρονική διαχείριση και στο μάρκετινγκ των μουσείων. Τέλος στην πνευματική ιδιοκτησία του ψηφιακού περιεχομένου και στα τεχνολογικά μέτρα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η σχέση του μουσείου με το διαδίκτυο, λόγοι που μας οδήγησαν στη ψηφιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και δίνονται παραδείγματα μουσείων στο διαδίκτυο ανά τον κόσμο.

Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται το μουσείο φωτογραφίας Θεσσαλονίκης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο περιγράφεται η εφαρμογή διαχείρισης περιεχομένου Joomla και οι δυνατότητες/επιλογές που προσφέρει. Ενδεικτικά παρουσιάζονται τα βήματα δημιουργίας και προβολής περιεχομένου μέσω του περιβάλλοντος διαχείρισης που προσφέρει.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο υλοποιείται η ιστοσελίδα του μουσείου με βάση το σύστημα διαχείρισης Joomla. Δηλαδή την δημιουργία άρθρων, την αλλαγή λογοτύπου, τις ρυθμίσεις της αρχικής σελίδας, την ενεργοποίηση των ενθεμάτων.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το ερευνητικό πλαίσιο της εργασίας, ο σκοπός της έρευνας και η ανάλυση των αποτελεσμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

1.1 ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ

Τα μουσεία αποτελούν για κάθε κοινωνία κορυφαία έργα επιστημονικής, καλλιτεχνικής και παιδευτικής σημασίας όπως με πληρότητα και σαφήνεια προσδιορίζεται από το Διεθνές Συμβούλιο Μουσείων (ICOM). (Μιχαηλίδου,2003)

Σύμφωνα με τον ορισμό του ICOM μουσείο είναι «ένα Ίδρυμα μόνιμο, χωρίς κερδοσκοπικό χαρακτήρα, στην υπηρεσία της κοινωνίας και της εξέλιξης της, ανοικτό στο κοινό και το οποίο ερευνά, αποκτά, συντηρεί, γνωστοποιεί και κυρίως εκθέτει τις υλικές μαρτυρίες του ανθρώπου και του περιβάλλοντος του με σκοπό τη μελέτη την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία».

Η μουσειολογική έκρηξη της δεκαετίας του '80 απαιτεί νέες λύσεις πιο ελκυστικές για ένα κοινό που έχει γίνει πιο απαιτητικό στη γνώση, την ενημέρωση και την ψυχαγωγία του. Τις τελευταίες δεκαετίες παρόλο που η προστασία των χώρων και των συλλογών παραμένει βασική προτεραιότητα υπάρχουν ολοένα και περισσότερες πιέσεις για αλλαγή στον τρόπο παρουσίασης των εκθεμάτων, γι' αυτό το λόγο ο υπολογιστής και η ψηφιακότητα γίνετε σημείο αναφοράς σε πολλούς πολιτισμικούς οργανισμούς.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 οι πολιτισμικοί οργανισμοί εξερευνούν τις δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο, όπως τα τρισδιάστατα μουσεία στο διαδίκτυο αλλά και τα αποκλειστικά διαδικτυακά μουσεία δηλαδή αυτά που δεν συνδέονται με έναν αληθινό μουσειακό χώρο.

Μια σύντομη ιστορική αναφορά εφαρμογής των νέων τεχνολογιών θα βοηθήσει. Τα μουσεία δεν δέχτηκαν τις νέες τεχνολογίες από τα αρχικά στάδια της ανάπτυξης τους. Κάνουν την εμφάνιση τους στα τέλη της δεκαετίας του 1960 όμως λόγω του υψηλού κόστους ενός υπολογιστή μόνο μεγάλοι οργανισμοί μπορούσαν να διαθέτουν. Τη δεκαετία του 1970 με τους mini υπολογιστές γίνετε πιο έντονη η αίσθηση της δημόσιας ευθύνης και η σωστή διαχείριση των συλλογών και καταγραφή, για την κάλυψη των αναγκών ενός μουσείου.

Στη συνέχεια έχουμε την εξάπλωση των υπολογιστών την δεκαετία του 1980 στα μουσεία που όμως περιορίζονται κυρίως στην ηλεκτρονική τεκμηρίωση των αντικειμένων. Το 1990 ο υπολογιστής έχει μπει στη καθημερινότητα μας όπως αναφέρει και ο γάλλος Πιέρ Μυσσό σε μια αναφορά που συνέταξε για το γαλλικό υπουργείο πολιτισμού μιλάμε για «ένα ηλεκτρονικό Μπάουχαους : η καλλιτεχνική δημιουργία και οι νέες τεχνολογίες». Υπήρχαν προϋποθέσεις για μια καλλιτεχνική σκηνή των ηλεκτρονικών τεχνολογιών αλλά δεν υπήρχε επαρκής συνειδητοποίηση από τους καλλιτέχνες. Η ραγδαία ανάπτυξη ήρθε με τη δημιουργία του παγκόσμιου ιστού από τον Τιμ Μπέρνερς-Λη το 1994. (Βασιλείου,2012)

Το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο υπολογιστών στο οποίο οι χρήστες μοιράζονται πληροφορίες, αλληλεπιδρούν και επικοινωνούν μεταξύ τους. Όσο αναφορά την τέχνη παρουσιάζονται εκθέματα με φωτογραφίες, κείμενα, πληροφορίες για ερευνητικά θέματα, σελίδες με εμπορικό χαρακτήρα, εκδηλώσεις και άλλα. Επίσης για εύκολη και γρήγορη

αναζήτηση οι «σελίδες» προσδιορίστηκαν με τη μέθοδο αναζήτησης λέξεις- κλειδιά μέσω μηχανών αναζήτησης.

Σήμερα η τέχνη ανέπτυξε δικούς της θεσμικούς χώρους, σχεδιάζοντας ηλεκτρονικά διαδραστικά εκθέματα, την ανάπτυξη της εικονικής πραγματικότητας αλλά και τις ηλεκτρονικές συσκευές χειρός διαφορετικών ειδών για την αυτόνομη περιήγηση στο μουσείο. Οι εξελίξεις στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών έχουν βελτιώσει αισθητά τα σύγχρονα συστήματα διαχείρισης συλλογών όσον αφορά στην ευχρηστία των συστημάτων, στη διαχείριση εικόνων, στις αποθηκευτικές δυνατότητες και στη δημοσίευση πληροφοριών στο παγκόσμιο ιστό.

1.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

Οι εξελίξεις στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών έχουν βελτιώσει αισθητά τα σύγχρονα συστήματα διαχείρισης συλλογών όσον αφορά στην ευχρηστία των συστημάτων, στη διαχείριση εικόνων, στις αποθηκευτικές δυνατότητες και στη δημοσίευση πληροφοριών στο παγκόσμιο ιστό.

Η σωστή αξιοποίηση του ιντερνέτ και η διαμόρφωση μιας στρατηγικής μάρκετινγκ μπορούν να υποστηρίξουν το έργο και τις επιμέρους λειτουργίες των μουσείων χωρίς να υπονομεύουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα τους.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις όπως και η εξάπλωση του διαδικτύου δίνουν νέες δυνατότητες ανάπτυξης των πολιτιστικών φορέων στην κοινωνία της πληροφορίας και της ψηφιακής εποχής. Η πολιτιστική ψηφιοποίηση μετατρέπει τον πραγματικό πολιτισμό σε ψηφιακό δίνοντας του πλεονεκτήματα και απεριόριστες δυνατότητες στην προβολή την ανάδειξη αλλά και στη διαχείριση (συλλογή, διατήρηση. Συντήρηση).

Η ψηφιοποίηση και η εφαρμογή νέων τεχνολογιών αγγίζουν και τη μουσειακή διαχείριση. Το μουσείο ως φορέας πολιτισμού έχει ανάγκη τη χρήση νέων μέσων για να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις την νέας εποχής και να ανταποκριθεί στο ρόλο του ως φορέας συλλογής, διατήρησης, διαφύλαξης, μελέτης, ερμηνείας, τεκμηρίωσης, έκθεσης του πολιτιστικού αποθέματος και παράλληλα πληροφόρησης, εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας του κοινού.

¹Τα σύγχρονα μουσεία έχουν ένα ολόκληρο φάσμα δραστηριοτήτων οι οποίες μπορούν να διαχειριστούν ηλεκτρονικά την υιοθέτηση της ψηφιακής τεχνολογίας στη μουσειακή διαχείριση.

1.2.1 ΣΥΛΛΟΓΗ

Η συλλογή αντικειμένων είναι η βάση για την ανάπτυξη οποιασδήποτε δραστηριότητας ενός μουσείου. Η διαδικασία απόκτησης αντικειμένων από ένα μουσείο ορίζεται ως η διαδικασία απόκτησης του νόμιμου τίτλου κυριότητας ενός αντικείμενου ώστε να χρησιμοποιηθεί μόνο για σκοπούς του μουσείου. Η συλλεκτική δραστηριότητα είναι εξ'ανάγκης και ορισμού διαδικασία επιλεκτική σε μεγάλο βαθμό της τύχης με την έννοια ότι κάποια αντικείμενα τυχαίνει να διασώζονται, κάποια τυχαίνει να εξαφανίζονται. Τόσο στο

¹ Καραφάκη, Ε. (2008). Ηλεκτρονική Διαχείριση Εκθεμάτων Στα Ελληνικά Μουσεία. Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών.

παρελθόν όσο και σήμερα τα αντικείμενα εισέρχονται στο μουσείο ως δωρεές, ως δανεισμοί, ως ανταλλαγές ή μεταφορές, ως αγορές ή ως αποτέλεσμα ερευνών.

Υπαρξη τριών βασικών τύπων συλλόγων:

1. αναμνηστικές συλλογές: αποτελούνται από αντικείμενα που έχουν συναισθηματική αξία ή είναι φορείς μνήμης και νοσταλγίας.
2. φετιχιστικές συλλογές: η συλλογή των αντικειμένων που είναι εντυπωσιακά και σημαντικά γιατί είναι πάλαια, ακριβά, περίεργα, προέρχονται από απομακρυσμένα μέρη του πλανήτη, είναι το αποτέλεσμα περιπέτειας, κόπου ή προσπάθειας ασκούν γοητεία στο συλλέκτη.
3. συστηματικές συλλογές: αντικείμενα που έχουν επιλεγεί συνειδητά ως αντιπροσωπευτικά δείγματα μιας κατηγορίας αντικειμένων.

Η αναγνώριση ενός αντικείμενου με βάση το κριτήριο της λειτουργικότητας διακρίνονται σε φυσικά και τεχνητά ενώ με βάση της χρηστικότητας τους σε χρηστικά και έργα τέχνης. Με βάση το κριτήριο της πληρότητας τους σε ανοικτά και κλειστά ενώ ως προς την αυθεντικότητα σε αυθεντικά και αντίγραφα. Τέλος με βάση τη μορφή τους μπορεί να είναι είτε τρισδιάστατα αντικείμενα είτε γραπτές, εικαστικές, φωτογραφικές, κινηματογραφικές ηλεκτρονικές καταγραφές.

1.2.2 ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ- ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ

Τα μουσεία έχουν στη διάθεση τους ένα ισχυρό εργαλείο για τη διατήρηση και συντήρηση των συλλόγων τους, την υιοθέτηση της ψηφιακής τεχνολογίας. Είναι δυνατή η τρισδιάστατη και απόλυτα λεπτομερής απεικόνιση των αντικειμένων από κάθε οπτική γωνία με τη χρήση ειδικών ακτινών laser και την ανακατασκευή των πρωτότυπων αντικειμένων με τη φωτογραμμετρία τεχνολογία.

Επίσης επιτρέπεται η ανάκτηση πληροφοριών από ψηφιακά έγγραφα για επαγγελματική πληροφόρηση όπου όλοι μπορούν να απευθύνονται για να αντλήσουν ή να εμπλουτίσουν με πληροφορίες.

1.2.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ

Το μεγαλύτερο διάστημα της μουσειακής εργασίας αφιερώνεται σε δραστηριότητες που αφορούν την άντληση πληροφοριών για την χρήση και την ζωή των αντικειμένων αλλά και για την πορεία τους εντός του μουσείου. Η τεκμηρίωση είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι πληροφορίες αποθηκεύονται και διατηρούνται για το μέλλον.

Η αποτελεσματική τεκμηρίωση διευκολύνει την πολιτική εμπλουτισμού των συλλογών, την φροντίδα των συλλογών και την ευθύνη γητευτές έναντι του κοινωνικού συνόλου, την πρόσβαση στις συλλογές, την ερμηνεία και την χρήση τους.

Ένας από τους πρώτους χώρους όπου ξεκίνησαν να εφαρμόζονται οι νέες τεχνολογίες στο μουσείο ήταν στη διαχείριση των συλλογών και την τεκμηρίωση, όπου έχουν βοηθήσει σημαντικά. Κατάλληλα σχεδιασμένα κι ενημερωμένα συστήματα πληροφοριών έχουν συνεισφέρει στον έλεγχο της ορολογίας, τη διατήρηση διεθνών προτύπων και την εύκολη αναζήτηση και ανάκτηση πληροφοριών για μεγάλες συλλογές.

Τα μουσεία αρχίζουν να γίνονται ιδιαίτερα πλούσια σε παρουσιάσεις έργων τέχνης μέσω πολυμέσων, όπως οι 2D εικόνες και τα 3D μοντέλα. Είναι πλέον σύνηθες για τα μεγάλα μουσεία να έχουν στην κατοχή τους δεκάδες ή χιλιάδες εκατοντάδες από ψηφιακές εικόνες έργων τέχνης.

Οι εφαρμογές περιλαμβάνουν τη διαχείριση, καταλογογράφηση, συντήρηση και αποκατάσταση συλλογών, πώληση εμπορικών εικόνων, υλικό για τη δημόσια πρόσβαση σε ιστοσελίδες μουσείων, διαφήμιση και μάρκετινγκ, πωλήσεις και προσκτήσεις.

Όλο αυτό το εύρος σε ψηφιακό μουσειακό υλικό καθώς και οι εφαρμογές, απαιτούν τη δημιουργία και χρήση προτύπων και σχημάτων, τόσο για την εσωτερική του χρήση όσο και για την έρευνα, εκπαίδευση και πρόσβαση μέσω του Ιστού, τα οποία με αυτόν τον τρόπο θα καθιστούν το ψηφιακό περιεχόμενο εύχρηστο και ευκολονόητο.

1.2.3.α ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

Η ανάπτυξη διεθνών πληροφοριακών προτύπων για τη διαχείριση και την τεκμηρίωση των μουσειακών συλλογών ασχολούνται διάφοροι εθνικοί και διεθνείς οργανισμοί. CIDOC-ICOM η Διεθνή Επιτροπή για την Τεκμηρίωση του Διεθνούς Συμβουλίου Μουσείων, ISO (International Organization for Standardization) έχει ως ²στόχο την ανάπτυξη προδιαγραφών για μια διεθνή κοινότητα, Ένωση «Διεπιστευμα Συλλογών» collections Trust M. Βρετανία.

Στην κατηγορία προτύπων εντάσσονται:

- **CIDOC** περιλαμβάνει 22 ομάδες πληροφορίας, καθεμία εκ των οποίων περιέχει μια ή περισσότερες κατηγορίες πληροφορίας που αναφέρονται και στην περιγραφή των αντικειμένων και στη μουσειακή διαχείριση.
- **Visual Resources Association Record** δημιουργήθηκε για την περιγραφή υποκατάστατων εικόνων τέχνης και αρχιτεκτονικής σε συλλογές οπτικών πηγών και για τη διανομή αυτών των πληροφοριών ηλεκτρονικά. Προτείνει στοιχεία δεδομένων τα οποία απαιτούνται για την περιγραφή ενός αντικειμένου σε μια συλλογή οπτικών πηγών σε κοινό περιβάλλον.
- **Object ID** ξεκίνησε από το ίδρυμα Getty και είναι ένα διεθνές πρότυπο για την περιγραφή πολιτιστικών αντικειμένων. Το πρότυπο ορίζεται πιο σωστά όσον αφορά τις πολλαπλές του χρήσεις:
 - Ø Σαν ένας κατάλογος των πληροφοριών που απαιτούνται για την αναγνώριση κλεμμένων ή αγνοούμενων αντικειμένων.
 - Ø Σαν ένα πρότυπο τεκμηρίωσης που θέτει το ελάχιστο επίπεδο πληροφοριών που χρειάζονται για την ταυτοποίηση ενός αντικειμένου.
 - Ø Σαν σε ένα βασικό σύστημα στην ανάπτυξη πληροφοριακών δικτύων που θα επιτρέπουν στους παγκόσμιους οργανισμούς την ταχεία ανταλλαγή περιγραφής αντικειμένων.
 - Ø Σαν μία βασική συνιστώσα σε οποιοδήποτε εκπαιδευτικό πρόγραμμα που διδάσκει την τεκμηρίωση της τέχνης, των παλαιοτήτων και των αρχαιοτήτων.
- **A Manual and Data Standard for Monument Inventories (MIDAS)** παρουσιάζει μία σύμφωνη λίστα εκείνων των αντικειμένων ή μονάδων πληροφοριών που πρέπει να συμπεριληφθούν σε έναν κατάλογο ή άλλες συστηματικές καταγραφές μνημείων ή ιστορικού περιβάλλοντος. Είναι ένα πρότυπο περιεχομένου ή μεταδεδομένων για

² Μπούνια, Α.(2009). *Στα Παρασκήνια του Μουσείου*. Αθήνα: Πατάκη.

πληροφορίες ιστορικού περιβάλλοντος. Σκοπός του δεν είναι ο έλεγχος του περιεχομένου ενός καταλόγου, αλλά η παροχή ενός κοινού πλαισίου μέσω του οποίου θα πρέπει να αναπτυχθούν τέτοιου είδους κατάλογοι.

- **SPECTRUM** είναι το αγγλικό πρότυπο για την τεκμηρίωση στα μουσεία. Αποτελείται από δύο κύρια τμήματα: τις διαδικασίες και τις πληροφοριακές απαιτήσεις.
- **INSCRIPTION** είναι μια συλλογή από καταλόγους που διατηρούνται ή προτείνονται από το FISH (Forum on Information Standards in Heritage). Παρέχει εργαλεία για την περιεκτική και συνεπή ευρετηρίαση διαφόρων πλευρών από τη σχηματισμένη και θαμμένη πολιτιστική κληρονομιά.

³ Στην Ελλάδα το τμήμα του ICOM σε συνεργασία του Διεύθυνση του ΥΠ.ΠΟ., δημιούργησε μια ειδική ελληνική επιτροπή για την μουσειακή τεκμηρίωση η οποία μέσω του προγράμματος «Ethnomuseum-net» προχώρησε σε μια σειρά δράσεων: διοργάνωσε σεμινάρια με θέμα την τεκμηρίωση, κατέγραψε την κατάσταση τεκμηρίωσης των λαογραφικών συλλογών στην Ελλάδα, δημιούργησε πιλοτικό κατάλογο λέξεων-κλειδιά για τα αγγεία και προχώρησε στην έκδοση εγχειριδίου που διένειμε σε όλα τα λαογραφικά μουσεία και τους ενδιαφερόμενους φορείς. Πολλά μουσεία αξιοποίησαν αυτές τις προσπάθειες και σήμερα διαθέτουν αξιοπρεπή συστήματα τεκμηρίωσης.

1.2.3.β ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

Οι πολυμεσικές βάσεις δεδομένων μπορούν να καταγράψουν σημαντικές πληροφορίες για τα αντικείμενα όπως φωτογραφίες και ήχους που βοηθούν στην ταύτιση, μπορούν να ξανά χρησιμοποιηθούν για δημοσιεύσεις, ιστοσελίδες εκπαιδευτικά προγράμματα. Επίσης βοηθούν στην γρήγορη και εύκολη ανάκτηση των πληροφοριών, στην αποφυγή επαναλήψεων, στην ασφάλεια (έλεγχος πρόσβασης, αντίγραφα), γίνεται ευκολότερη η προώθηση πρωτότυπης ορολογίας κι ολοκλήρωσης της καταγραφής, η δυνατότητα μεταφοράς σε άλλα συστήματα και έχουν την δυνατότητα για σύνθετες συνδυαστικές αναζητήσεις.

Απαιτούν όμως ειδικές γνώσεις εξοικείωση και εκπαίδευση στη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, διαθέτουν εξοπλισμό άρα υψηλό κόστος, επιπλέον ο κύκλος ζωής των μηχανημάτων και του λογισμικού είναι μικρός. Η εισαγωγή των δεδομένων είναι συνήθως χρονοβόρα όμως πολύ εύκολα σβήνεις- διαγράφεις που σημαίνει εύκολη καταστροφή χρόνων δουλειάς.

1.3 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στο παρελθόν οι περισσότεροι πολιτιστικοί οργανισμοί θεωρούσαν πως το μάρκετινγκ αφορούσε μόνο τις εμπορικές επιχειρήσεις καθώς είναι ο καταλύτης για την οικονομική ανάπτυξη. Το μάρκετινγκ είναι ο τρόπος επιχειρηματικής σκέψης και δράσης. Στηρίζεται στην αρχή της πλήρους ικανοποίησης των αναγκών του πελάτη μέσα από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και τη σωστή εξυπηρέτηση που του προσφέρεται και όχι απλά στην πώληση στην ικανοποίηση των αναγκών της επιχείρησης. Το μάρκετινγκ είναι η τέχνη να δημιουργεί η

³ Σταυρινάδου, Χ. (2003). *Η Χρήση του Internet στα Μουσεία: Διεθνής και Ελληνική Εμπειρία. Πτυχιακή εργασία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.*

επιχείρηση ικανοποιημένους πελάτες και να μπορεί να τους διατηρεί. Οι ικανοποιημένοι πελάτες αποτελούν το μοναδικό στοιχείο που διασφαλίζει την μακροπρόθεσμη επιβίωση και ανάπτυξη.

Το μάρκετινγκ επέφερε σημαντικές αλλαγές στη φιλοσοφία διοίκησης των μουσείων. Καταρχήν έστρεψε το ενδιαφέρον από τα ίδια τα αντικείμενα στο κοινό. Μέσα στα ⁴πλαίσια του σύγχρονου μουσειακού μάρκετινγκ το κάθε μουσείο προσπαθεί να κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του κοινού του και να του παρέχει αντίστοιχα προϊόντα και υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που το κοινό επιθυμεί. Το μουσειακό μάρκετινγκ διευρύνθηκε στο πέρασμα του χρόνου ώστε να αποτελέσει επικοινωνία με τις διάφορες ομάδες του μουσείου όπως οι επισκέπτες, οι πηγές χρηματοδότησης, οι τοπικές αρχές, το προσωπικό, τα μέλη του διοικητικού συμβούλιου, οι επαγγελματίες, οι ερευνητές, οι χορηγοί και τα μέσα επικοινωνίας.

Παράγοντες που επιβάλλουν την εφαρμογή του μάρκετινγκ από τα μουσεία είναι:

1. Η επέκταση των δραστηριοτήτων των μουσείων πέρα από τον παραδοσιακό ρόλο με προσωρινές εκθέσεις. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι εμπορικές δραστηριότητες και οι εκδόσεις έχουν θετικά αποτελέσματα.
2. Το θέμα της χρηματοδότησης καθώς οι κρατικές επιχορηγήσεις μειώνονται.
3. Η αύξηση του ανταγωνισμού για τον ελεύθερο χρόνο του κοινού.
4. Την ανάγκη να γνωρίσουν τα μουσεία καλύτερα τους επισκέπτες , ώστε να προσφέρουν περισσότερο και να προσεγγίζουν νέο κοινό.

1.4 ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

Είναι αναμφισβήτητο ότι η είσοδος του διαδικτύου στην ζωή μας τις τελευταίες δυο δεκαετίες έκανε την διακίνηση πληροφοριών πιο εύκολη γιατί εκμηδένισε τις αποστάσεις. Σε συνδυασμό με την ψηφιοποίηση των έργων που προστατεύονται από την πνευματική ιδιοκτησία το διαδίκτυο δημιουργεί επαναστατικά δεδομένα για τις δομές της επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων. Διευκολύνει την παραγωγή νέων προϊόντων με τη χρήση υλικού που ήδη προστατεύονται από νόμους της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η πνευματική ιδιοκτησία είναι η διασφάλιση ενός υψηλού επιπέδου προστασίας του δημιουργού. Προστατεύει το έργο ως άυλο αγαθό που έχει μοναδικό και παγκόσμιο χαρακτήρα ενώ μέσα από αυτό διαγράφεται η προσωπικότητα του δημιουργού.

Η ψηφιακή διαχείριση πνευματικών δικαιωμάτων απέκτησε νομικό υπόβαθρο το 1996 στη Γενεύη από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Διανοητικής Ιδιοκτησίας (WIPO) με την υλοποίηση δυο Συνθηκών Internet.

Στην ελληνική νομοθεσία ο νόμος 2121/93 (ΦΕΚ Α 25/4-3-1993) προστατεύει την πνευματική ιδιοκτησία. Στο άρθρο 1 ορίζει ότι αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα ενός έργου έχουν οι πνευματικοί δημιουργοί καθώς και το δικαίωμα της προστασίας του προσωπικού τους δεσμού προς αυτό αλλά και της εκμεταλλεύσεως αυτού. Στο άρθρο 2 ο νόμος περιλαμβάνει όλα τα πολυμέσα αφού ως έργο ορίζει «κάθε πρωτότυπο πνευματικό

⁴ Καλλινίκου, Δ. (2005). *Η Προστασία της Πνευματικής Ιδιοκτησίας στο Διαδίκτυο*.

⁵ Τσόλης, Δ. *Προστασία και Διαχείριση Πνευματικών Δικαιωμάτων ψηφιακού Περιεχομένου. Οι Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία, Πολεμικό Μουσείο Αθηνών, 16 Ιουνίου 2007.*

δημιούργημα λόγου τέχνης ή επιστήμης που εκφράζεται με οποιαδήποτε μορφή». Στο άρθρο 3 αναφέρει ότι το περιουσιακό δικαίωμα δίνει στους δημιουργούς την εξουσία να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την εγγραφή, την προσωρινή ή μόνιμη αναπαραγωγή των έργων τους με οποιαδήποτε μέσο και μορφή, εν όλω ή εν μέρει. Στο άρθρο 29 ορίζεται ως διάρκεια της πνευματικής ιδιοκτησίας ενός έργου η διάρκεια της ζωής του δημιουργού και 70 χρόνια μετά τον θάνατο του.

Η Ελλάδα ήταν το πρώτο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ολοκλήρωσε τη διαδικασία εναρμόνισης μέσα στην προβλεπόμενη προθεσμία. Στη συνέχεια η χώρα μας κύρωσε τις δυο συνθήκες internet με δυο νόμους που ψηφίστηκαν από το ελληνικό κοινοβούλιο το 2003. (Ν.3183/2003 ΦΕΚ Α 227/26-9-2003), (Ν.3184/2003 ΦΕΚ Α 228/26-9-2003).

Θεωρώντας ως δεδομένο την ορθότητα των νόμων που αναφέρθηκαν παραπάνω κάθε ένδειξη ότι τίθεται σε κίνδυνο πρέπει να γίνετε μια έρευνα . τα κύρια προβλήματα εντοπίζονται στην ευκολία και την ακρίβεια της αντιγραφής , στην υψηλή ποιότητα των αντιγράφων με αποτέλεσμα την αδυναμία διακρίσεως μεταξύ πρωτότυπου και αντιγράφου, στο χαμηλό κόστος αναπαραγωγής και διανομής των αντιγράφων και τέλος την ανωνυμία που χαρακτηρίζει τις διαδικτυακές δραστηριότητες.

Οι συνέπειες είναι εμφανείς καθώς ψηφιακό περιεχόμενο χρησιμοποιείται καθημερινά χωρίς την απαραίτητη εξουσιοδότηση. Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα την δημιουργία τεχνικών μέτρων για την προστασία των ψηφιακών έργων. Τα τεχνικά αυτά μέτρα αναφέρονται με τον όρο DRMS (Digital Rights Management Systems- Συστήματα Ψηφιακής Διαχείρισης Δικαιωμάτων). Το DRMS αναφέρεται σε ένα μεγάλο εύρος προτύπων και τεχνολογιών που στοχεύει στην απόλυτη προστασία των ψηφιακών έργων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

2.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Με τη ραγδαία ανάπτυξη του χώρου των νέων τεχνολογιών αναπόφευκτη είναι η υποχρεωτική προσαρμογή των τομέων της πολιτισμικής βιομηχανίας. Δεδομένου ότι η χρήση των νέων τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας καθίσταται όλο και περισσότερο προσπελάσιμη από το ευρύ κοινό, ο πολιτιστικός χώρος αναγκάζεται να ακολουθήσει τη ροή εξέλιξης αλλάζοντας ρόλο και μορφή. Έτσι επαναπροσδιορίζεται ο παραδοσιακός ρόλος των μουσείων και φορέων που διαχειρίζονται και κατέχουν την πολιτισμική κληρονομία σε ότι αφορά την τεκμηρίωση και παρουσίαση καθώς και προβολή της στο ευρύτερο κοινό.

Ο αριθμός των μουσείων που προβάλλονται στο διαδίκτυο αυξάνονται συνεχώς η Virtual Library Museums Pages (VLMP) η οποία διατηρείται από το International Council of Museums (ICOM) παρέχει εκτενή κατάλογο με on-line μουσεία.

Μια εικονική περιήγηση σε μοντέλα ανά τον κόσμο μπορεί να γίνει μέσω της Google Art Project όπου φιλοξενούνται αμέτρητα μουσεία και γκαλερί απ' ολο τον κόσμο με εκατοντάδες έργα που έχουν φωτογραφηθεί. Η Google Art Project είναι μια συνεργασία μεταξύ της Google και 151 φημισμένους εταίρους τέχνης από 40 χώρες.

Οι χρήστες μπορούν να εξερευνήσουν ένα ευρύ φάσμα έργων λεπτομερώς να κάνουν μια εικονική περιήγηση ενός μουσείου ακόμη και να δημιουργήσουν δικές τους συλλογές τις οποίες μπορούν να κοινοποιήσουν. Αποκτούν όλοι πρόσβαση στη τέχνη, ο κάθε άνθρωπος σε όποιο σημείο του πλανήτη βρίσκεται μπορεί από το σπίτι του να περιηγηθεί σε όλα τα μεγάλα μουσεία και να θαυμάσει τα έργα στη κάθε τους λεπτομέρεια. Ακόμη και οι επιστήμονες που ασχολούνται με την τέχνη και την αρχαιολογία μπορούν να μελετήσουν το τεχνούργημα που τους ενδιαφέρει χωρίς να μετακινηθούν από τον τόπο τους.

Στην Ελλάδα δεδομένης της πολιτιστικής κληρονομιάς που αποτελεί μεγάλης σημασίας για την ανάδειξη και προώθηση της στο εξωτερικό η ελληνική πολιτεία αναγνωρίζοντας τη σημασία των νέων τεχνολογιών έχει αναπτύξει μια σειρά πρωτοβουλιών.

Μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του υπουργείου πολιτισμού (<http://www.culture.gr>) κάποιος μπορεί να συνδεθεί με διάφορα ελληνικά μουσεία, μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους. Παρέχονται πληροφορίες σχετικά με το σύνολο των ελληνικών μουσείων με μια σύντομη περιγραφή κυρίως των μόνιμων συλλογών τους.

Πέρα όμως από το υπουργείο πολιτισμού, πληροφορίες για τα μουσεία στη χώρα μας μπορεί κάποιος να βρει από τον on-line οδηγό για τα ελληνικά μουσεία στο (www.greekmuseums.gr) . πρόκειται για έναν δωρεάν κατάλογο, μη εμπορικού χαρακτήρα που παρουσιάζει μια πλειάδα μουσείων απ' όλες τις περιοχές της Ελλάδας.

Επίσης το πληροφοριακό σύστημα MICHAEL Plus (www.michael-culture.org) το οποίο δημιουργήθηκε για την εξασφάλιση διαχείρισης και προβολής πολιτιστικού περιεχομένου σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Τα έργα MICHAEL και MICHAEL Plus χρηματοδοτήθηκαν μέσω του προγράμματος eTen της ευρωπαϊκής κοινότητας (European commission's eTen programme). Το έργο MICHAEL είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας μεταξύ της Γαλλίας, Ιταλίας και Αγγλίας για την ανάπτυξη μιας πολιτιστικής δικτυακής πύλης. Το MICHAEL Plus επεκτείνει το έργο MICHAEL περιλαμβάνοντας την Τσεχία, Φιλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Μάλτα, Ολλανδία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ισπανία και Σουηδία.

Στόχος του είναι η δημιουργία ενός πολυγλωσσικού ηλεκτρονικού καταλόγου της πολιτιστικής κληρονομιάς όλης της Ευρώπης. Παρέχει ένα εργαλείο αρχειοθέτησης⁵ και αναζήτησης επιτρέποντας σε διαφορετικά κοινά να έχουν πρόσβαση σε ψηφιοποιημένες συλλογές πολιτισμικού χαρακτήρα.

Το έργο MICHAEL Plus στην Ελλάδα, ολόκληρη η πλατφόρμα έχει μεταφραστεί από το ΕΜΠ στα ελληνικά. Όλες οι σελίδες πλοήγησης του λογισμικού διατίθεται στα ελληνικά όπως και όλα τα μηνύματα, επεξηγήσεις, προειδοποιήσεις, απαγορεύσεις.

2.2 ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το ιντερνετ μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο εργαλείο μάρκετινγκ τόσο για επιχειρήσεις όσο και για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, αλλά και για τα μουσεία. Πολλά μουσεία αξιοποιούν τις δυνατότητες που τους προσφέρει το νέο αυτό μέσο προβολής και επικοινωνίας ώστε να αναπτύσσουν καλύτερες σχέσεις με το κοινό τους και να δώσουν πρόσβαση στις συλλογές τους σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο αριθμό «εικονικών επισκεπτών».

Ο όρος e-marketing χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις προσπάθειες μιας επιχείρησης «να ενημερώσει, να επικοινωνήσει, να προωθήσει και να πουλήσει τα προϊόντα της online».

Για ένα πετυχημένο online μάρκετινγκ ακολουθούνται μια σειρά από βήματα:

1. Καθορισμός στόχων
2. Προσδιορισμός τεχνολογικής και τηλεπικοινωνιακής υποδομής
3. Συλλογή πληροφοριών για το κοινό
4. Υλοποίηση της στρατηγικής
5. Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της στρατηγικής

Η σημασία και χρήση που μπορεί να έχει μια ιστοσελίδα μουσείου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως τα χαρακτηριστικά του μουσείου, οι συλλογές του και το προφίλ των επισκεπτών του. Πάντα όμως θα πρέπει να υπάρχει ένας προκαθορισμένος από το ίδιο το μουσείο λόγος για την ύπαρξη του ιστοτοπου.

2.2.1 ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ

Η λειτουργία των ιστοσελίδων σε σχέση με το μουσείο διακρίνεται σε δυο κατηγορίες:

1. Οι ιστοσελίδες που έχουν σχεδιαστεί ως συμπληρωματικές για το πραγματικό μουσείο, όπως τα ενημερωτικά ηλεκτρονικά φυλλάδια, οι διαφημιστικές ιστοσελίδες και αυτές που αναπαριστούν το μουσείο σε εικονικό περιβάλλον.
2. Οι ιστοσελίδες που προσφέρουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία στον επισκέπτη, δηλαδή τα «virtual museums» τα οποία είναι εναλλακτικές μορφές των πραγματικών μουσείων και απευθύνονται κυρίως στο κοινό που δεν έχει σκοπό να επισκεφτεί τι ίδιο το μουσείο .

Βεβαίως οι δυο κατηγορίες μπορούν να συνυπάρχουν.

⁶ Σταυρινάδου, Χ. (2003). *Η Χρήση του Internet στα Μουσεία: Διεθνής και Ελληνική Εμπειρία*. Πτυχιακή εργασία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

2.3 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΙΚΟΝΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Το εικονικό μουσείο εκμεταλλεύεται τις τεχνολογίες του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών μέσων για την παρουσίαση των εκθεμάτων του και άλλων δραστηριοτήτων. Το διαδίκτυο προσφέρει την προοπτική της σύνδεσης κειμένου, εικόνων, βίντεο, ήχου σε ένα αλληλεπιδραστικό περιβάλλον που υπόσχεται απομακρυσμένη σύνδεση στις συλλογές.

Οπότε θα λέγαμε ότι εικονικό μουσείο είναι μια συλλογή από ψηφιακά καταγεγραμμένες εικόνες, αρχεία ήχου, κείμενα και εξαιτίας της ικανότητας της παρέχει συνδεσιμότητα σε διάφορα σημεία πρόσβασης. Δεν διαθέτει πραγματικό χώρο ή μέρος, τα αντικείμενα του και οι σχετικές με αυτά πληροφορίες μπορούν να διαδίδονται σε όλο τον κόσμο.

2.4 ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Η προσοχή έχει στραφεί προς την εφαρμογή τεχνικών τρισδιάστατης ψηφιοποίησης για σκοπούς που εξυπηρετούν τη συντήρηση έργων πολιτιστικής κληρονομιάς. Κάποιοι από τους λόγους είναι στην παρακάτω λίστα:

1. Ψηφιακά αρχεία τρισδιάστατων μοντέλων.
Οι παραδοσιακές μέθοδοι περιλαμβάνουν χειροποίητα σχέδια και φωτογραφίες των αντικειμένων υπό διαφορετικές οπτικές γωνίες. Όλες αυτές οι μέθοδοι είναι χρονοβόρες και περιλαμβάνουν ένα σωρό περιορισμούς. Ένα ψηφιακό αρχείο υψηλής ποιότητας τρισδιάστατων μοντέλων θα αποτελούσε σοβαρή βελτίωση σε αυτό το τομέα. Αυτού του είδους τα αρχεία είναι ανθεκτικά μη αναλώσιμα και αμετάβλητα. Ψηφιακά μοντέλα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μελέτη, από μουσεία για λόγους καταγραφής και αρχειοθέτησης των συλλόγων. Επίσης με περιοδική σάρωση μπορεί να διασφαλίσει τον έλεγχο για πιθανές τυχαίες φθορές από ανθρώπινο σφάλμα.
2. Υψηλής πιστότητας αντίγραφα των έργων τέχνης
Μια πολύ δημοφιλής τεχνική πρωτοτυποποίησης είναι η στερεολιθογραφία. Ο υπολογιστής στη στερεολιθογραφία καθοδηγεί το laser να στερεοποιήσει ένα φωτοευαίσθητο πολυμερές, στρώση στρώση για να αναπαράγει ένα φυσικό αντικείμενο. Συνήθως αντικείμενα που εκτίθενται σε εξωτερικό περιβάλλον πρέπει να αντικατασταθούν από αντίγραφα όσο για αρχειοθέτηση όσο και για εμπορικούς σκοπούς. Με τα τρισδιάστατα μοντέλα απλοποιείται η διαδικασία γίνεται ευκολότερη και οικονομικότερη.
3. Γνωριμία με έργα από απόσταση
Η απώλεια ενός έργου τέχνης ή απλά τα μακρινά ταξίδια που απαιτούνται για να τα επισκεφτεί κανείς κάνουν την διδασκαλία της τεχνικής όχι τόσο αποτελεσματική. Τα ψηφιακά μοντέλα προσφέρουν μια εντυπωσιακή προοπτική.
4. Ψηφιακή αποκατάσταση
Τα τρισδιάστατα ψηφιακά μοντέλα δίνουν κίνητρο για τεχνικές εικονικής αποκατάστασης. Τα εργαλεία που παρέχουν οι υπολογιστές μπορούν εικονικά να αναδομήσουν κατεστραμμένα τμήματα έργων τέχνης και να τους δώσουν την αρχική τους μορφή. Επίσης μπορούν να αποδοθούν ακόμη και στο αρχικό αρχιτεκτονικό περιβάλλον στο οποίο βρίσκονταν.

5. Παρακολούθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Η πολιτιστική κληρονομιά χρειάζεται συνεχή παρακολούθηση. Τα έργα που βρίσκονται σε εξωτερικό περιβάλλον βλάπτονται διαρκώς από ατμοσφαιρικούς παράγοντες και μη αναστρέψιμα ενώ οι ζημιές ανακαλύπτονται συχνά πολύ αργά. Υψηλής ακρίβειας ψηφιακή παρακολούθηση ανά τακτά χρονικά διαστήματα μπορεί να ανιχνεύσει πολύ μικρές παραμορφώσεις, επιτρέποντας αποτελεσματική και έγκυρη παρέμβαση.

2.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ

- Ψηφιακή διατήρηση

Οι φυσικές καταστροφές, οι καταστροφές που προκαλεί ο άνθρωπος αλλά και οι κλιματικές αλλαγές θέτουν σε κίνδυνο την ακεραιότητα των εκθεμάτων. Η δημιουργία εικονικών μουσείων αποτελεί ένα αποτελεσματικό μέσο για την διατήρηση των έργων αλλά και την ανάκληση δεδομένων οποιαδήποτε στιγμή από οπουδήποτε.

- Προβολή

Μια εικονική σύνθεση μπορεί να περιέχει πληροφορίες τις οποίες δεν μπορεί να έχει μια προθήκη εκθεμάτων.

- Διάδοση πληροφοριών και προώθηση προϊόντων

⁶Ο παγκόσμιος ιστός χρησιμοποιείται ευρέως από τα μουσεία για την διάδοση των δεδομένων. Είναι ένα ισχυρό εργαλείο επικοινωνίας με γρήγορο, εύχρηστο και χαμηλού κόστους τρόπο σε κάθε εικονικό επισκέπτη. Προσφέρουν αυξημένες εμπορικές δυνατότητες και παγκόσμια προώθηση προϊόντων όπως αναμνηστικά έντυπα, βιβλία κ.α. οι συναλλαγές διεξάγονται on-line.

- Άμεση πρόσβαση

Τα εικονικά μουσεία μπορούν να παρέχουν πρόσβαση από οπουδήποτε σε όλα τα σημεία του κόσμου σε 24ωρη βάση.

- Μάθηση, ψυχαγωγία και διαδραστικότητα

Τα περισσότερα εικονικά μουσεία έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να λαμβάνουν υπόψη τους τις βασικές αρχές της μάθησης μέσω κατασκευής και παιχνιδιού. Οι χρηστές μπορούν να διαλέξουν τις γωνίες θέασης των εκθεμάτων. Επίσης επιτρέπουν στον χρήστη να πιάσει, να σηκώσει και να επεξεργαστεί τα εκθέματα και να τα δει στα χέρια του μέσω της συσκευής προβολής χρήστης είναι ο ξεναγός του εαυτού του.

- Προβολή εκθεμάτων λόγω έλλειψης ή στενότητας χώρων φυσικού μουσείου

⁷ Οικονόμου, Μ. *Νέες Τεχνολογίες στα Μουσεία: διάδραση και νέα μοντέλα επικοινωνίας με τον επισκέπτη. Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, Πολεμικό Μουσείο Αθηνών, 16 Ιουνίου 2007.*

⁸Καραφάκη, Ε. (2008). *Ηλεκτρονική Διαχείριση Εκθεμάτων Στα Ελληνικά Μουσεία. Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών.*

Δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας ενός χώρου φιλοξενίας εκθεμάτων όταν υπάρχουν οικονομικοί λόγοι που καθιστούν αδύνατη τη δημιουργία ενός εκθεσιακού χώρου.

- Προσέλκυση νέων ομάδων επισκεπτών

Προσελκύονται νέες ομάδες επισκεπτών- χρηστών του διαδικτύου. Η παρουσία των εικονικών μουσείων στο διαδίκτυο μπορεί να αναθερμάνει και να δραστηριοποιήσει τους νέους για τον πολιτισμό. Αυξάνουν την πιθανότητα μιας φυσικής επίσκεψης.

- Αποτελεσματική και άμεση επικοινωνία

Η επικοινωνία και η ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών ανάμεσα στους επιστήμονες και το κοινό γίνεται πολύ πιο γρήγορα και εύκολα με τη χρήση του ηλεκτρονικού μέσου.

- Ενίσχυση του πολιτισμικού τουρισμού

Ο πολιτισμικός τουρισμός, ως μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού στηρίζεται στην προστασία, προβολή και ανάδειξη της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς.

- Αυτόματη συλλογή στοιχείων

Μια πλήρης ανάλυση της διαχείρισης του ιστοποτου παρέχει πλήθος πληροφοριών όπως ο αριθμός των επισκεπτών, η διάρκεια των επισκέψεων, ο χρόνος αναμονής σε κάθε σελίδα, περιοχές/χώρες των επισκεπτών, οι περισσότεροι επισκέψιμες σελίδες, χρησιμοποιούμενες μηχανές αναζήτησης.

- Δυνατότητα παγκόσμιας δημοσιότητας
- Απεριόριστη πρόσβαση στις συλλογές.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Τα εξελιγμένα συστήματα γραφικών που χρησιμοποιούνται για την αναπαράσταση μέσω υπολογιστή μπορούν πολλές φορές να είναι υπερβολικά ρεαλιστικά. Έτσι ο χρήστης έχει μια εσφαλμένη εντύπωση για το πραγματικό αντικείμενο.
- Για τους επισκέπτες των εικονικών μουσείων απαιτούνται δεξιότητες και γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή. Αυτό σημαίνει ότι οι υπολογιστικά αναλφάβητοι αποκλείονται.

2.6 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

- www.byzantinemuseum.gr



Εικόνα 1: Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο

- www.nationalgallery.gr



Εικόνα 2: Εθνική Πινακοθήκη

- www.jmth.gr



Εικόνα 3: Εβραϊκό Μουσείο Θεσσαλονίκης

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

- www.jewishmuseum.gr



Εικόνα 4: Εβραϊκό Μουσείο της Ελλάδος

- www.hcm.gr



Εικόνα 5: Ελληνικό Παιδικό Μουσείο

- www.theacropolismuseum.gr



Εικόνα 6: Μουσείο Ακροπόλεως

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

- www.mbp.gr



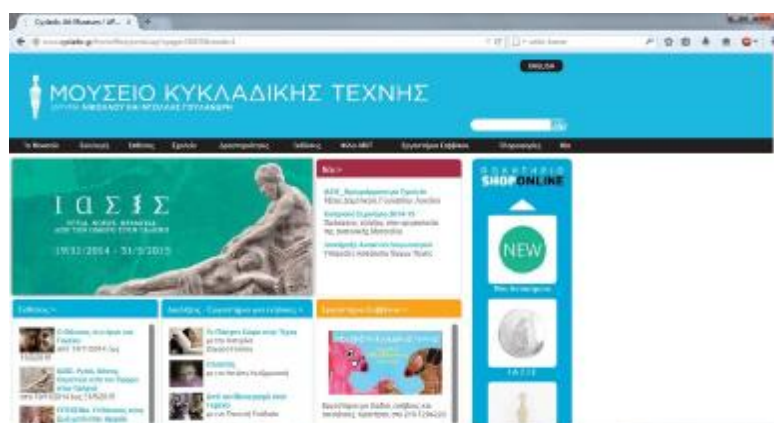
Εικόνα 7: Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού

- www.vrellis.gr



Εικόνα 8: Μουσείο Ελληνικής Ιστορίας Π. Βρέλλη

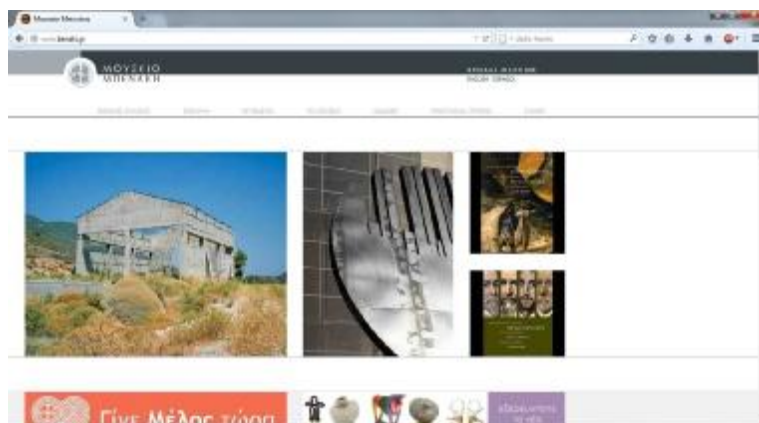
- www.cycladic.gr



Εικόνα 9: Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

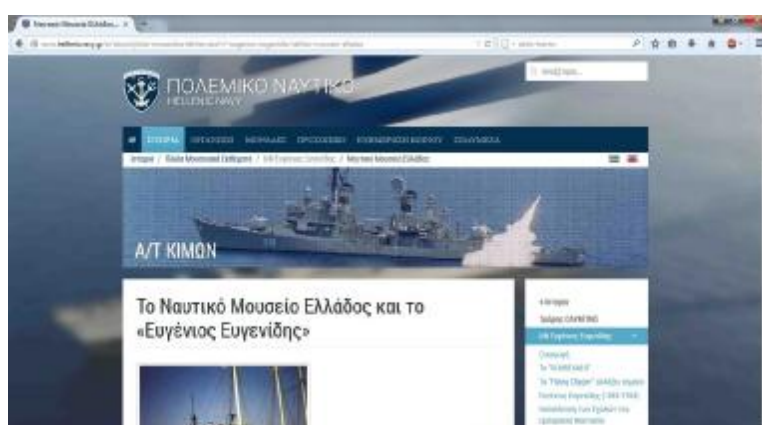
- www.benaki.gr

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 10: Μουσείο Μπενάκη

- www.hellenicnavy.gr



Εικόνα 11: Ελληνικό Ναυτικό Μουσείο

- www.nhmc.uoc.gr



Εικόνα 12: Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, Κρήτη

- www.noesis.edu.gr

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 13: Τεχνικό Μουσείο Θεσσαλονίκης

· www.aigai.gr



Εικόνα 14: Μουσείο Μέγας Αλέξανδρος

ΜΟΥΣΕΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

- www.acm.org.sg



Εικόνα 15: Asian Civilization Museum

- www.chateauversailles.fr



Εικόνα 16: Chateau de Versailles

- www.deutsche.guggenheim.de



Εικόνα 17: Deutsche Guggenheim

- www.europeanvirtualmuseum.it

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



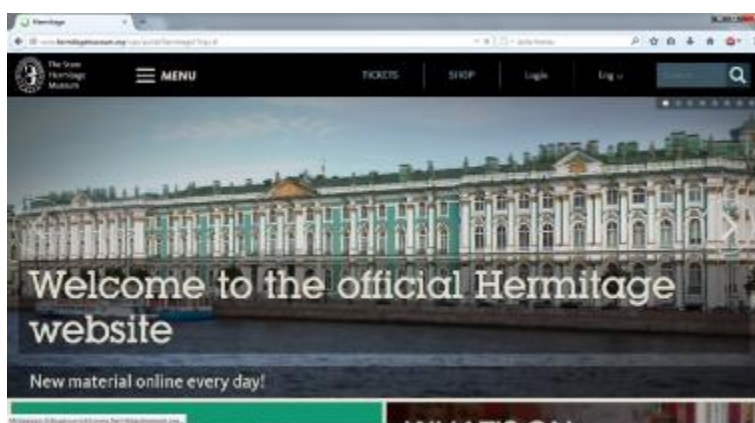
Εικόνα 18: European Virtual Museum

- www.guggenheim.org



Εικόνα 19: Guggenheim Museum

- www.hermitagemuseum.org



Εικόνα 20: Hermitage Museum

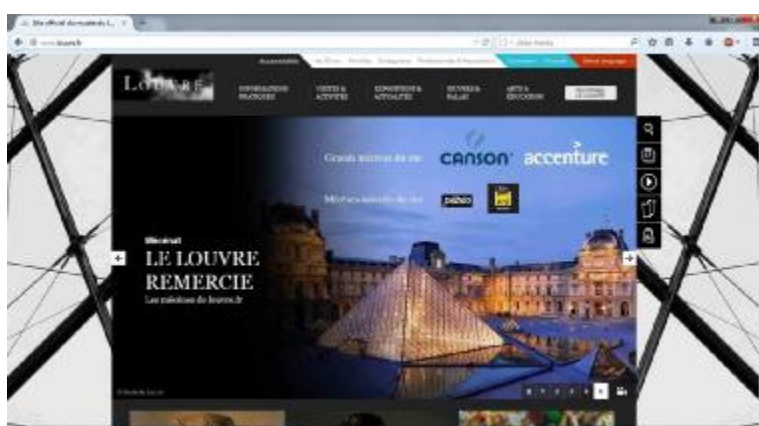
- www.metmuseum.org

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 21: Metropolitan Museum

- www.louvre.fr



Εικόνα 22: Musee du Louvre, Paris

- www.museepicassoparis.fr



Εικόνα 23: Musée National Picasso, Paris

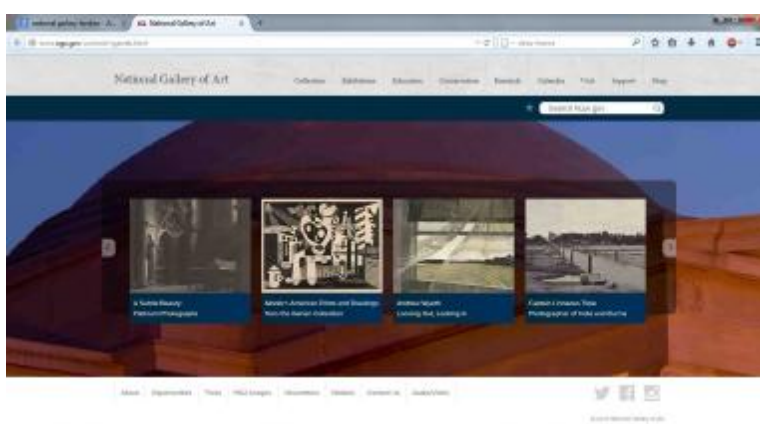
- www.nga.gov

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



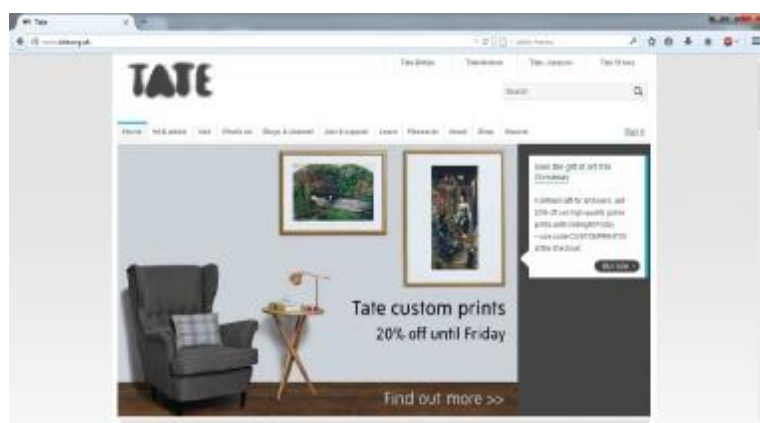
Εικόνα 24: National Gallery, London

• www.nationalgallery.org



Εικόνα 25: National Gallery of Art

• www.tate.org.uk



Εικόνα 26: Tate Gallery

• www.rusmuseum.ru

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 27: The State Russian Museum

- www.tnm.jp



Εικόνα 28: Tokyo National Museum

- www.zppelin-museum.de



Εικόνα 29: Zeppelin Museum Friedrichshafen

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΟΥΣΕΙΟ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

3.1 ΤΟ ΜΟΥΣΕΙΟ

Το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης είναι το μοναδικό κρατικό εξειδικευμένο μουσείο για το μέσο της φωτογραφίας στην Ελλάδα, υπό την εποπτεία του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού.

Θεσμοθετήθηκε το 1997 με το Νόμο 2557, ενώ ένα χρόνο αργότερα ξεκίνησε η συγκρότηση του. Το 2001 στεγάστηκε στον πρώτο όροφο της Αποθήκης Α στον Ά προβλήτα στο Λιμάνι Θεσσαλονίκης με ειδική ρύθμιση του Νόμου 2947/2001 διέπεται από νομικό καθεστώς διαχειριστικής, οικονομικής, λειτουργικής και οργανωτικής αυτοτέλειας. Λειτουργεί ταυτόχρονα ως Μουσείο, ως Κέντρο και ως διοργανωτής Φεστιβάλ. Από το 2006 βάσει της νέας στρατηγικής του και στο πλαίσιο της αποστολής του, λειτουργεί γύρω από τους άξονες της μνήμης, της συνάντησης και της ανακάλυψης στοχεύοντας σε δράσεις τοπικής, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας μέσα από τις παρακάτω ενέργειες: το σχεδιασμό και υλοποίηση εκθέσεων βάσει θεματικών κύκλων, τη συγκρότηση αρχείων και συλλογών, την έκδοση εντύπων, την οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τη διεξαγωγή της photobiennale (διεθνούς φεστιβάλ φωτογραφίας). Παράλληλα ενισχύει το διάλογο και τις συναντήσεις μέσα από τις αξιολογήσεις φωτογραφικών προτάσεων (portfolio reviews), την καθιέρωση βραβείων, τη διοργάνωση ανοιχτών συζητήσεων (σειρά «Λέξεις και Εικόνες») και ημερίδων, όπως και με την πραγματοποίηση παράλληλων εκδηλώσεων σε συνεργασία με άλλους φορείς.

Μέσα από τη δράση του αποκαλύπτει στο κοινό οπτικές πάνω α) στην τέχνη, μια και η αισθητική του μέσου δεν αποκλίνει από αυτή των καλών τεχνών, β) στην τεχνολογία, μέσα από τη χρήση ψηφιακών εφαρμογών, γ) στις ανθρωπιστικές επιστήμες, καθώς η φωτογραφία φανερώνει τον κόσμο και την κοινωνική του δράση. Σκοπός του είναι να προσεγγίζει τις διαφορετικές χρήσεις και εφαρμογές της φωτογραφίας (ντοκουμέντα, τεκμήριο, καλλιτεχνικό έργο, φωτοδημοσιογραφία, βιομηχανική φωτογραφία, διαφήμιση, κλπ).

3.2 ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ

Το πρόγραμμα του Μ.Φ.Θ βασίζεται στην παρουσίαση των διαφορετικών χρήσεων του μέσου της φωτογραφίας, καθώς και στην προβολή των τριών σημαντικών περιόδων του, της φωτογραφίας του 19^{ου} αιώνα (1839- 1920), της μοντέρνας (1920- 1950) και της σύγχρονης (1950 έως σήμερα).⁷

Η σύνθεση του προγράμματος αποτελείται από πρωτότυπες ή μη, ατομικές ή ομαδικές περιοδικές εκθέσεις που παρουσιάζονται στο ΜΦΘ, καθώς και σε εκθεσιακούς χώρους συνεργαζόμενων μουσείων και οργανισμών στη Θεσσαλονίκη, σε άλλες πόλεις της Ελλάδας και στο εξωτερικό. Παράλληλα το Μ.Φ.Θ εκδίδει καταλόγους και λευκώματα, διοργανώνει συζητήσεις και συμπόσια γύρω από το φωτογραφικό μέσο, εκπονεί εκπαιδευτικά προγράμματα και συνεργάζεται με άλλους φορείς, ιδρύματα και μουσεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

⁹ Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης. <http://www.thmphoto.gr>

Στόχοι του θεσμού

Βάσει των νόμων 2557/97 και του 2947/2001 βασικοί σκοποί του Μ.Φ.Θ είναι:

1. Η συλλογή και μελέτη φωτογραφιών με καλλιτεχνική αξία, έργων δημιουργών του παρελθόντος, καθώς και η συλλογή φωτογραφιών σύγχρονων δημιουργών.
2. Η δημιουργία οργανωμένου αρχείου.
3. Η διενέργεια ερευνητικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων που αποβλέπουν την προώθηση της επιστημονικής έρευνας στην τέχνη και την ιστορία της φωτογραφίας, αλλά και την επιμόρφωση του κοινού.
4. Η διοργάνωση εκθέσεων Ελλήνων και ξένων δημιουργών.
5. Η πραγματοποίηση εκδόσεων που προωθούν τη φωτογραφία.
6. Προστασία και ανάπτυξη του συλλεγόμενου υλικού.

Για την εκπλήρωση των σκοπών του το Μ.Φ.Θ. συνεργάζεται με άλλους συναφείς φορείς και μεριμνά για τη μελέτη και τεκμηρίωση κάθε είδους υλικού σχετικού με τη φωτογραφική τέχνη, καθώς και τη γενικότερη ανάπτυξη και προβολή αυτής. Παράλληλα το Μ.Φ.Θ επιδιώκει: **α)** να λειτουργεί ως τόπος μνήμης, συνάντησης και ανακάλυψης ανάμεσα στους δημιουργούς, στα έργα τους και στο κοινό, **β)** καλλιεργήσει το βλέμμα του κοινού και να το εξοικειώσει με τις διαφορετικές χρήσεις και προσεγγίσεις της φωτογραφίας, όπως αυτές εξελίχθηκαν από το 19ο αιώνα μέχρι και σήμερα, **γ)** να καθιερώσει δηλαδή ένα θεσμικό πλαίσιο και παράλληλα να αποτελέσει έναν πολιτιστικό οργανισμό ανοιχτό και στη συνδιαλλαγή με τις υπόλοιπες τέχνες.

Συλλογές- Αρχεία

Οι συλλογές και τα αρχεία του Μουσείου αποτελούνται από περισσότερα από 100.000 φωτογραφικά αντικείμενα (φωτοστοιχεία- γυάλινες πλάκες- αρνητικά- διαφάνειες- εκτυπώσεις).

Τα αρχεία που καλύπτουν τη χρονική περίοδο 1890-1980:

- Αρχείο Σωκράτη Ιορδανίδη (1912-1985) 13.726 αντικείμενα
- Αρχείο Δημήτρη Λέτσιου (1910-2008) 56.809 αντικείμενα
- Αρχείο Γιάννη Στυλιανού (1941-1996) 3.100 αντικείμενα
- Αρχείο Κώστα Μπαλάφα (1920-2011) 676 αντικείμενα
- Αρχείο Nelly's (1899-1998) 700 αντικείμενα
- Αρχείο Fred Boissonnas (1858-1946) 12.500 αντικείμενα

Έλληνες Κλασικοί Μοντέρνα περίοδο 1920-1960

- Τάκη Γλούπα (26 έργα)
- Σπύρου Μελετζή (7 έργα)
- Θόδωρου Νικολέρη (9 έργα)

«Μικρές» Συλλογές

- Νίκου Γκιουζέλη (470 αντικείμενα)
- Αθανασίου Σαραφίδη (94 αντικείμενα)

Η συλλογή του Μ.Φ.Θ αποτελείται από έργα Ελλήνων και διεθνών δημιουργών, τα οποία περιήλθαν στην κατοχή του Μουσείου με τους ακόλουθους τρόπους: α) από αγορές, β) από δωρεές, γ) από παραχωρήσεις κληρονόμων ή άλλων φορέων, δ) από συμπαραγωγές του Μουσείου με τους ίδιους τους δημιουργούς ή άλλους φορείς, ε) αποτέλεσμα φωτογραφικών αποστολών και αναθέσεων του Μ.Φ.Θ σε δημιουργούς, στ) από εκθέσεις που ήταν εξολοκλήρου παράγωγες του Μ.Φ.Θ. Καλύπτουν τη χρονική περίοδο από το 1970 μέχρι σήμερα είναι περισσότερα από 4.000 έργα από 186 έλληνες δημιουργούς και 94 διεθνείς δημιουργούς.

Το Μ.Φ.Θ πραγματοποίησε 319 εκθέσεις στην Ελλάδα από το 2006- 2014 (Αλεξανδρούπολη, Κομοτηνή, Ξάνθη, Καβάλα, Δράμα, Σέρρες, Θεσσαλονίκη, Βέροια, Φλώρινα, Καστοριά, Πτολεμαΐδα, Κοζάνη, Αιανή, Λάρισα, Βόλο, Ιωλκό, Σκόπελο, Αθήνα, Χίο, Οία, Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Χανιά, Κύθηρα, Καλαμάτα, Πάτρα, Αργίριο, Ιωάννινα Κέρκυρα).



Εικόνα 30: Χάρτης Ελλάδος

Το Μ.Φ.Θ πραγματοποίησε 43 εκθέσεις στο εξωτερικό από το 2007- 2014 (Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Γερμανία, Κριμνιν, Σλοβακία, Βουλγαρία, Η.Π.Α, Λίβανο, Τουρκία, Βραζιλία, Ισπανία, Ουκρανία, Γαλλία, Ιταλία, Ρωσία, Βέλγιο).



Εικόνα 31: Παγκόσμιος Χάρτης

Εκδόσεις

Η εκδοτική δραστηριότητα του Μ.Φ.Θ αριθμεί περισσότερες από 35 εκδόσεις καταλόγων εκθέσεων, καθώς και περισσότερες από 60 αφίσες που έχουν κυκλοφορήσει μέχρι σήμερα. Παράλληλα, το Μουσείο συνεργάζεται και με εκδοτικούς οίκους.

Επιπλέον μέχρι σήμερα έχουν εκδοθεί 3 τεύχη της εφημερίδας 'Βλέπω', στην οποία παρουσιάζονται θέματα από το χώρο της φωτογραφίας και τα νέα του Μουσείου.

Επίσης, το Μ.Φ.Θ συνεκδοσε την τριμηνιαία εφημερίδα 'Προβλήτα' με το Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης και το Μουσείο Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, με θέματα για τις πολιτιστικές δράσεις των φορέων αυτών, οι οποίοι στεγάζονται στην Α Προβλήτα του Λιμανιού της Θεσσαλονίκης. Συνολικά εκδόθηκαν 5 τεύχη της εφημερίδας.

3.3 Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ

Το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης προχώρησε σε αναβάθμιση και αναδιαμόρφωση του εσωτερικού του χώρου, στο πλαίσιο του Υποέργου 1 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Πολιτισμός» στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι εργασίες στο χώρο πραγματοποιήθηκαν σταδιακά και ο κεντρικός εκθεσιακός χώρος του Μουσείου παρέμεινε κλειστός για το κοινό για περίπου 100 ημέρες το 2007 και για 70 ημέρες το 2008.

Μεγάλος εκθεσιακός χώρος, βιβλιοθήκη, ηλεκτρονικό και διαδραστικό information point, ενημερωμένο παλλητήριο-βιβλιοπωλείο: τμήματα σύμφυτα με τη λειτουργικότητα ενός Μουσείου, αποτέλεσαν τα σημεία στα οποία εστιάστηκε και ο νέος αρχιτεκτονικός σχεδιασμός.

Στο πλαίσιο των εργασιών συντελέστηκαν αναβαθμίσεις σε πέντε τομείς-χώρους του Μουσείου, ενώ κατασκευάστηκε εκ νέου και ένας χώρος για την αποθήκευση και διατήρηση ενός μέρους του αρχείου του Μουσείου.

Εκθεσιακός χώρος

Με την αποξήλωση των διαγώνιων τμημάτων των γραφείων, ο εκθεσιακός χώρος του Μουσείου Φωτογραφίας αυξήθηκε. Συγκεκριμένα, από 350 τ.μ. σήμερα είναι 430 τ.μ. Σ' αυτό συνέβαλε και η μετακίνηση του πωλητηρίου σε κεντρικό σημείο του χώρου. Με τον τρόπο αυτό αναδεικνύεται καλύτερα η εκάστοτε έκθεση που φιλοξενείται στο Μουσείο και διευκολύνεται η διαμόρφωση της μουσειογραφίας.



Εικόνα 32: Εκθεσιακός Χώρος Μ.Φ.Θ

Πωλητήριο-Βιβλιοπωλείο

Το νέο πωλητήριο του Μουσείου, με εξωτερικά ράφια περιμετρικά, τοποθετήθηκε σε κεντρικό και εύκολα προσβάσιμο σημείο με σκοπό την καλύτερη λειτουργία του. Στο σημείο αυτό παρέχονται πληροφορίες στον επισκέπτη, ενώ παράλληλα παρουσιάζεται όλο το ενημερωτικό υλικό του Μουσείου που αναφέρεται στις δράσεις και τις εκθέσεις του. Το πωλητήριο βεβαίως περιλαμβάνει και όλες τις εκδόσεις και συνεκδόσεις του Μουσείου, όπως και λευκώματα και καταλόγους άλλων φορέων και εκδοτικών οίκων της Ελλάδας και του εξωτερικού, που εκδίδουν φωτογραφικούς τίτλους.



Εικόνα 33:Βιβλιοθήκη Μ.Φ.Θ

Βιβλιοθήκη

Η βιβλιοθήκη του Μουσείου αυτονομήθηκε από τα γραφεία της Γραμματείας. Σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο μέσα στο Μουσείο, εκεί όπου προηγουμένως βρίσκονταν γραφεία, δημιουργήθηκε η βιβλιοθήκη και το αναγνωστήριο, όπου οι επισκέπτες θα μπορούν να μελετήσουν βιβλία και περιοδικές εκδόσεις σχετικές με το φωτογραφικό μέσο. Έχοντας δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή, σε επίπεδο χωροταξικό αλλά και τεχνολογικό (με την απόκτηση νέου λογισμικού συστήματος καταλογογράφησης και αρχειοθέτησης), το Μουσείο θα εμπλουτίσει τους τίτλους του με την απόκτηση νέων εκδόσεων – αποκλειστικά για τη φωτογραφία. Σήμερα το Μουσείο διαθέτει 5.000 τίτλους βιβλίων και περιοδικών.

Αρχείο/ Χώρος διατήρησης φωτογραφικού υλικού

Πάνω από το χώρο του ανελκυστήρα και από το μπαρ του κυλικείου κατασκευάστηκε μεταλλικό πατάρι 50 τ.μ., το οποίο λειτουργεί ως χώρος αποθήκευσης ειδικών συνθηκών (όπως ορίζεται από τις διεθνείς προδιαγραφές για την αρχειοθέτηση αρνητικών, γυάλινων πλακών και έγχρωμων εκτυπώσεων).

Info point/ Κυλικείο

Ο χώρος του κυλικείου του Μουσείου αυξήθηκε και αυτονομήθηκε, με την κατασκευή δύο συρόμενων θυρών που επιτρέπουν την απομόνωσή του από τον εκθεσιακό χώρο. Ο χώρος αυτός λειτουργεί πλέον και ως χώρος συζητήσεων και εκδηλώσεων. Εδώ φιλοξενούνται επίσης άλλες δράσεις του Μ.Φ.Θ. όπως τα εκπαιδευτικά προγράμματα, στρογγυλά τραπέζια, διαλέξεις και ημερίδες.

Σε ένα ξεχωριστό τμήμα του κυλικείου ο επισκέπτης έχει πλέον τη δυνατότητα να ενημερώνεται για το μέσο της φωτογραφίας μέσα από εξειδικευμένα περιοδικά από όλο τον κόσμο, αλλά και να περιηγείται στο διαδίκτυο αναζητώντας σχετικές πληροφορίες και βλέποντας ειδικά site και δικτυακούς τόπους φεστιβάλ, μουσείων και άλλων ιδρυμάτων.



Εικόνα 34: Κυλικείο Μ.Φ.Θ

Άλλες αλλαγές

Άλλες αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στο χώρο του Μουσείου Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης περιλαμβάνουν την κατασκευή τουαλέτας Α.Μ.Ε.Α. στον ισόγειο χώρο εισόδου, την αναδιάταξη και ηχομόνωση των γραφείων του προσωπικού και την αύξηση των αποθηκευτικών χώρων, την αναβάθμιση του εκθεσιακού φωτισμού.

Το Μ.Φ.Θ. πληρεί όλες τις απαραίτητες προδιαγραφές για την αποθήκευση και διατήρηση των έργων και των συλλογών του. Παράλληλα, σε έναν ειδικό χώρο, οι ⁸ερευνητές θα έχουν πρόσβαση στο κέντρο ψηφιοποιημένων αρχείων του Μουσείου, το οποίο περιλαμβάνει περισσότερα από 100.000 φωτογραφικά αντικείμενα.

Οι αλλαγές πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση σύγχρονων μέσων και υλικών, που δένουν αρμονικά με το περιβάλλον που φιλοξενεί το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης, το Λιμάνι, αλλά και με το κτίριο της Αποθήκης Α.

¹⁰ Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης. <http://www.photobiennale.gr/>

¹¹ Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης. www.photomuseum-cedefopaward.gr/

3.4 PHOTOBIIENNALE

Το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης διοργανώνει κάθε δύο χρόνια το Διεθνές Φεστιβάλ Φωτογραφίας PhotoBiennale, το οποίο αποτελεί μετεξέλιξη της εικοσαετούς Φωτογραφικής Συγκυρίας.

Οι δράσεις της PhotoBiennale παρουσιάζονται σε μουσεία, γκαλερί και άλλους εκθεσιακούς χώρους σε όλη τη Θεσσαλονίκη, αλλά και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας και του εξωτερικού, σε συνεργασία με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς. Πέρα από το Κεντρικό Πρόγραμμα, το Παράλληλο Πρόγραμμα, τις προτάσεις των αιθουσών τέχνης και τις εκθέσεις που ταξιδεύουν, η διοργάνωση περιλαμβάνει παράλληλες εκδηλώσεις και δράσεις, όπως τα Portfolio Reviews, αλλά και το διεθνές βραβείο Cedefop/Photomuseum, το οποίο σχετίζεται με την εργασία και τη φωτογραφία.

Η PhotoBiennale χαρτογραφείται στα ευρωπαϊκά φεστιβάλ φωτογραφίας μεταξύ της Photobiennale της Μόσχας και της PhotoEsprana της Μαδρίτης, ενώ το διεθνές κύρος του θεσμού πιστοποιείται και από την ένταξή του στο διεθνές δίκτυο φωτογραφικών φεστιβάλ "Festival of Light" (www.festivaloflight.net).

3.5 CEDEFOPAWARD

Το βραβείο THESSALONIKI PHOTOMUSEUM / CEDEFOP AWARD θεσμοθετήθηκε από το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης σε συνεργασία με το Cedefop το 2007.

Η καλύτερη σύνδεση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς εργασίας είναι θέμα που απασχολεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα κράτη μέλη, αλλά και τους κοινωνικούς εταίρους. Στην αναζήτηση των πλέον κατάλληλων λύσεων και αποφάσεων, όλοι συνεπικουρούνται από το Cedefop, το Ευρωπαϊκό Κέντρο για την Ανάπτυξη της Επαγγελματικής από το από το από το Cedefop, το Ευρωπαϊκό Κέντρο για την Ανάπτυξη της Επαγγελματικής Κατάρτισης, που από το 1995 έχει έδρα τη Θεσσαλονίκη.

Μεταξύ των στοιχείων που έχει αναδείξει το Κέντρο στις εκθέσεις, αναλύσεις και προγνώσεις του για μελλοντικές ανάγκες σε δεξιότητες, ορισμένα αφορούν καθαρά δημογραφικές εξελίξεις: π.χ. το 90% περίπου των θέσεων εργασίας που θα δημιουργηθούν στην Ευρώπη έως το 2025 δεν θα είναι εντελώς νέες θέσεις, αλλά θα προέρχεται από την αποχώρηση σημερινών εργαζομένων, πολλοί από τους οποίους θα συνταξιοδοτηθούν κατά τα επόμενα δέκα χρόνια. Άλλα στοιχεία αποκαλύπτουν την αύξηση του εκπαιδευτικού επιπέδου: το εργατικό δυναμικό της Ευρώπης αποκτά ολοένα και περισσότερα προσόντα, παράλληλα όμως και οι θέσεις εργασίας γίνονται πιο απαιτητικές. Έργο του Cedefop είναι, αφενός μεν, να αναλύει το πώς αντιμετωπίζει κάθε εθνικό σύστημα τις εξελίξεις αυτές, αφετέρου δε, να στηρίζει τις σχετικές προσπάθειες των χωρών. Σήμερα, για παράδειγμα, το Κέντρο μεσολαβεί για τη δημιουργία συνεργασιών μεταξύ κρατών μελών με στόχο τη βελτίωση των συστημάτων μαθητείας.

Το Κέντρο συμμετέχει επιπλέον στο σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας σειράς κοινών ευρωπαϊκών εργαλείων. Αυτά έχουν στόχο να καταστήσουν πιο κατανοητά τα επαγγελματικά προσόντα και τους τίτλους σπουδών, που χορηγούνται σε μια χώρα, στις αρχές και τους εργοδότες άλλων χωρών. Τέτοια εργαλεία είναι, μεταξύ άλλων, το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Προσόντων και τα ευρωπαϊκά συμπληρώματα διπλώματος και πτυχίου. Το Cedefop συντονίζει εξάλλου ένα από τα πιο γνωστά εργαλεία, το ευρωπαϊκό βιογραφικό του

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ
ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

Ευρωδιαβατηρίου: από το 2005, 40 εκατομμύρια άτομα έχουν συμπληρώσει ευρωπαϊκό βιογραφικό – 8,7 εκατομμύρια μόνο το 2013 – για να αναδείξουν με τον πλέον σαφή τρόπο τα επαγγελματικά προσόντα τους σε πιθανούς εργοδότες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: JOOMLA

4.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ JOOMLA



Το Joomla! είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού κώδικα που εγκαθίσταται σε ένα διακομιστή (server). Διανέμεται δωρεάν στο διαδίκτυο και χρησιμοποιείται για τη δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων. Ουσιαστικά η χρήση του Joomla! αφορά την δημοσίευση περιεχομένου στον παγκόσμιο ιστό αλλά και σε τοπικά επίπεδα. Είναι φιλικό τόσο ως προς τη χρήση του αλλά και ως προς τον ίδιο τον χρήστη. Ο κώδικας λογισμικού είναι γραμμένος σε γλώσσα PHP και αποθηκεύει τα δεδομένα του σε μια βάση τύπου MySQL.

Απαραίτητο για τη λειτουργία του είναι ένα σύστημα εξυπηρετητή όπως είναι ο Apache, ο οποίος εξυπηρετεί τις αιτήσεις που λαμβάνει από τους χρήστες. Η λήψη των δεδομένων γίνεται με αποστολή ερωτημάτων προς τη βάση, ακολουθεί η μορφοποίηση τους και τέλος η αποστολή στον εκάστοτε φυλλομετρητή του χρήστη. Το Joomla! παρέχει αρκετές δυνατότητες εμφάνισης μερικές από αυτές είναι τα RSS feeds, οι εκτυπώσιμες εκδόσεις των σελίδων, ιστολόγια, έρευνες, δημοσκοπήσεις κ.ά. Επίσης πολύ σημαντική δυνατότητα είναι ότι έχει πολύγλωσση υποστήριξη στις εκδόσεις του. Το Joomla κυκλοφορεί και διανέμετε υπό την GNU General Public License.

4.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ JOOMLA!

«Το Joomla! γεννήθηκε την **1η Σεπτεμβρίου του 2005** και το όνομά του προήλθε από τη λέξη Jumla που στα Σουαχίλι σημαίνει «**όλοι μαζί**». Η πρώτη έκδοση είναι το **Joomla! 1.0** που κυκλοφόρησε στις 15 Σεπτεμβρίου του ίδιου έτους. Το ανανεωμένο Joomla! 1.5 έρχεται το 2008, θα ακολουθήσουν οι Joomla! 1.5.23, Joomla! 1.6, και Joomla! 1.7 το 2011. Το 2012 θα κυκλοφορήσει η έκδοση Joomla! 2.5 και την ίδια χρονιά στις 27 Σεπτεμβρίου θα κυκλοφορήσει η έκδοση του Joomla! 3.0.»⁹

4.3 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ JOOMLA!

- Είναι ανοιχτός κώδικας.
- Έχει μεγάλη κοινότητα χρηστών στο www.joomla.org και στο www.joomla.gr.
- Μεγαλύτερη άνεση στη δημοσίευση περιεχομένου.
- Διαχειριστής αρχείων για μεταφόρτωση και διαχείριση των αρχείων.
- Η χρήση του είναι τόσο εύκολη ακόμα και από αρχάριους χρήστες σε Η/Υ.
- Δυνατότητα RSS.

¹²Marriott, J. & Waring, E. (2010). The official joomla! Book (joomla! Press)

- Περιλαμβάνει κάδο ανακύκλωσης για όλα τα αντικείμενα.
- Για τις μηχανές αναζήτησης λειτουργεί ειδικός μηχανισμός.
- Διαχείριση διαφημίσεων.
- Υποστηρίζεται σε πολλές γλώσσες.
- Υπάρχουν χιλιάδες πρόσθετες εφαρμογές στο διαδίκτυο για την επέκτασή της.
- Εύκολη εγκατάσταση των εφαρμογών και των προσθέτων.
- Πολλά επίπεδα χρηστών με διαφορετικά δικαιώματα.
- Στατιστικά.
- WYSIWYG επεξεργαστής κειμένου.
- Σύστημα αξιολόγησης για τα άρθρα.

4.4 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ JOOMLA! 3X

- Στον πυρήνα της περιέχει ενσωμάτωση του Twitter Bootstrap.
- Νέο responsive, φιλικό στις κινητές συσκευές, πρότυπο για την περιοχή διαχείρισης με ανανεωμένη και πιο φιλική σχεδίαση.
- Νέο προκαθορισμένο πρότυπο βασισμένο στο Twitter Bootstrap.
- Απλοποιημένη διαδικασία εγκατάστασης σε 3 βήματα.
- Εγκατάσταση πακέτων γλώσσας απευθείας από τη διαχείριση των γλωσσών.
- Νέα προκαθορισμένη ομάδα χρηστών Guest.
- Δυνατότητα αποθήκευσης άρθρων χωρίς περιεχόμενο.
- Νέο ένθετο στατιστικών στην περιοχή διαχείρισης.
- Νέα έκδοση του TinyMCE.
- ¹⁰Βελτιώσεις του Smart Search.
- Δυνατότητα χρήσης ετικετών.
- Προσθήκη σελιδοποίησης στην εφαρμογή αναζήτησης.
- Περισσότερες δυνατότητες διαχείρισης απευθείας από την ιστοσελίδα.
- Αφαίρεση της βιβλιοθήκης Mootools και ενσωμάτωση της βιβλιοθήκης JQuery.
- Δυνατότητα αποθήκευσης διαφορετικών εκδόσεων στα στοιχεία του περιεχομένου.
- Ανανεωμένο σύστημα προτύπων.
- Ασφάλεια σύνδεσης στην περιοχή διαχείρισης δύο επιπέδων.
- Κατά τη διαδικασία εγκατάστασης αυτόματη πολυγλωσσική δυνατότητα.
- Και πολλές άλλες βελτιώσεις σχετικά με τον πυρήνα του Joomla!.

¹³ Κώστας, Ξ. & Μανώλης, Μ. (2014). *Μαθαίνετε εύκολα Joomla! 3.X*. Αθήνα: Ξαρχάκος

4.5 Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ JOOMLA!

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του Joomla! είναι τα παρακάτω:

Δημόσιο τμήμα (Front End)

Το δημόσιο τμήμα είναι αυτό που ουσιαστικά βλέπει ο τελικός χρήστης. Σε αυτό βρίσκονται αυτά που θέλουμε να δει ο χρήστης, δηλαδή τα άρθρα, το μενού, και γενικά ότι στοιχεία θέλουμε να εμφανίζονται στην ιστοσελίδα μας.

Περιοχή διαχείρισης (Back End)

Η περιοχή διαχείρισης είναι η τοποθεσία που δουλεύουμε την ιστοσελίδα μας. Είναι το “εργαστήριο” του Joomla!. Στη περιοχή διαχείρισης ο διαχειριστής μπορεί να εμφανίζει ή να αποκρύπτει, να προσθέτει περιεχόμενα και γενικά να εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατότητες που έχει το Joomla!.

Μενού (Menu)

Τα μενού είναι τα αντικείμενα που βοηθάνε τον χρήστη να πλοηγηθεί στην ιστοσελίδα. Τα μενού μπορεί να είναι οριζόντια ή κάθετα ανάλογα με τι μας εξυπηρετεί κάθε φορά. Συνδέονται με τα αντικείμενα του **Joomla!** (κατηγορίες, άρθρα) και δημιουργούνται δυναμικά. Δεν υπάρχει περιορισμός του αριθμού των μενού που μπορούμε να έχουμε σε μια ιστοσελίδα.

Εφαρμογές (Components)

Οι εφαρμογές βοηθούν ώστε να επεκτείνουμε το **Joomla!**. Στο διαδίκτυο διανέμονται είτε εμπορικά είτε δωρεάν. Μερικές εφαρμογές είναι για e-shop, gallery φωτογραφιών, e-learning.

Ενθέματα (Modules)

Τα ενθέματα είναι μικρά προγράμματα, στην ουσία επεκτάσεις, στα οποία εμφανίζονται τα περιεχόμενα, οι εφαρμογές και γενικά αντικείμενα που βλέπουμε στην ιστοσελίδα.

Πρόσθετα (Plug-ins)

Τα πρόσθετα είναι μικρά κομμάτια κώδικα που εκτελούν κάποιες ειδικές λειτουργίες. Ένα παράδειγμα πρόσθετου είναι η μηχανή αναζήτησης του **Joomla!** για την αναζήτηση περιεχομένων.

Πρότυπα (Templates)

Τα πρότυπα καθορίζουν την εμφάνιση της ιστοσελίδας διαχωρίζοντας παράλληλα το περιεχόμενο από την εμφάνιση. Αυτά ρυθμίζουν τα χρώματα, το μέγεθος των γραμματοσειρών, τα pixels του κεντρικού κειμένου, τις θέσεις αυτών καθώς και άλλων στοιχείων στη σελίδα, την ύπαρξη εκδόσεων για κινητά ή tablets και γενικά όλη την σχεδίαση της ιστοσελίδας.

4.6 ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ JOOMLA!

Η τελευταία έκδοση του **Joomla!** βρίσκεται στην ιστοσελίδα του www.joomla.org (<http://www.joomla.org/download.html>) αλλά και σε πάρα πολλές άλλες ιστοσελίδες. Η χρήση του είναι απολύτως δωρεάν και δίνει τη δυνατότητα ελεύθερης χρήσης τροποποίησης και διερεύνησης των δυνατοτήτων χωρίς να πρέπει να πληρωθεί κάποια άδεια χρήσης. Το Joomla! είναι ελεύθερο λογισμικό με γραμμένο κώδικα υπό την GPL License (<http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html>).

4.7 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΧΑΜΡΡ



«Για να κάνουμε την εγκατάσταση του Joomla πρέπει να έχουμε πρόσβαση σε κάποιο διακομιστή (server) που να υποστηρίζει γλώσσα προγραμματισμού PHP και μία βάση δεδομένων τύπου MySQL για να αποθηκεύει τις πληροφορίες. Για αρχή, η εγκατάσταση του Joomla! θα γίνει τοπικά, οπότε χρησιμοποιούμε ένα τοπικό εξυπηρετητή και πάνω σε αυτόν θα στηθεί η ιστοσελίδα. Στην παρούσα Πτυχιακή εργασία έχουμε χρησιμοποιήσει τον Apache HTTP.

Όλα αυτά τα απαραίτητα εργαλεία που χρειαζόμαστε τα συγκεντρώνει το XAMPP. Το XAMPP είναι ένα πακέτο ελεύθερου και ανοιχτού λογισμικού που περιέχει τον εξυπηρετητή Apache, τη βάση δεδομένων MySQL και τον διερμηνέα για κώδικα γραμμένο σε γλώσσες προγραμματισμού PHP και Perl. Με την εγκατάσταση του XAMPP μετατρέπουμε τον υπολογιστή μας σε δικτυακό εξυπηρετητή (Web Server).»¹¹ Το XAMPP μπορούμε να το κατεβάσουμε από την παρακάτω διεύθυνση <https://www.apachefriends.org/index.html>



Εικόνα 35: Κατέβασμα προγράμματος XAMPP

Επιλέγουμε να κατεβάσουμε την έκδοση που μας εξυπηρετεί, στη συγκεκριμένη περίπτωση την έκδοση για Windows.



Εικόνα 36: Εγκατάσταση προγράμματος XAMPP

¹⁴ Securitydnainfo.Blogspot.gr. Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου, 2014, από <http://securitydnainfo.blogspot.gr/2013/01/windows-7.html>.



Εικόνα 37: XAMPP Control Panel

Αφού τελειώσει η εγκατάσταση, τρέχουμε από τη συντόμευση το XAMPP Control Panel και πατάμε Start στον Apache και στην MySQL.

4.8 ΛΗΨΗ ΤΩΝ ΑΡΧΕΙΩΝ JOOMLA! 3.2

Εφόσον τελειώσουμε με την εγκατάσταση του XAMPP, κατεβάζουμε τα αρχεία του Joomla! από την παρακάτω διεύθυνση: <http://www.joomla.org/download.html>

Εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη όπου έχουμε την νεότερη έκδοση του Joomla!



Εικόνα 38: Λήψη αρχείων Joomla! 3.4.1

Η έκδοση που χρησιμοποιούμε για την υλοποίηση της Πτυχιακής εργασίας είναι το Joomla 3.2 οπότε μεταβαίνουμε στη διεύθυνση http://joomlancode.org/gf/project/joomla/frs/?action=FrsReleaseBrowse&frs_package_id=6783

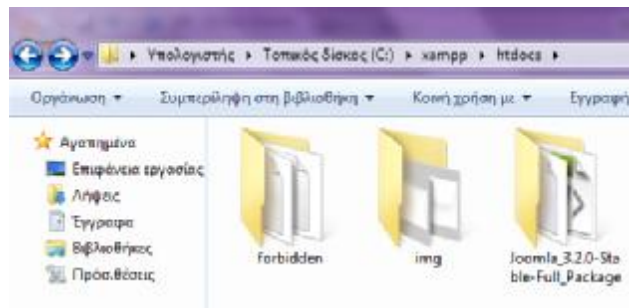
Επιλέγουμε το πακέτο Joomla! 3.2 για να ξεκινήσει η διαδικασία της λήψης.



Εικόνα 39: Λήψη αρχείων Joomla! 3.2

Βρίσκουμε το αρχείο Joomla! 3.2 και κάνουμε αποσυμπίεση.

Είναι απαραίτητο το αρχείο να το αντιγράψουμε ή να το μετακινήσουμε στο φάκελο όπου θα φιλοξενήσει την ιστοσελίδα μας (Τοπικός δίσκος (C:) /xampp/htdocs/ Joomla_3.2.0-Stable-Full_Package).



Εικόνα 40: Αποσυμπίεση αρχείων Joomla! 3.2

4.9 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

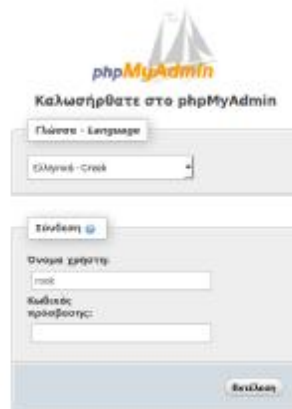
Το Joomla! αποθηκεύει οτιδήποτε δημιουργούμε στη βάση δεδομένων MySQL. Επόμενο βήμα είναι να δημιουργήσουμε τη βάση δεδομένων.

Στον browser πληκτρολογούμε [http://127.0.0.1/ XAMPP](http://127.0.0.1/XAMPP) ή [http://localhost/ XAMPP](http://localhost/XAMPP) για να μεταβούμε στην κεντρική σελίδα του XAMPP, απ' όπου μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τα εργαλεία που έχει στο πακέτο όπως το PhpMyAdmin, και πατάμε Enter.



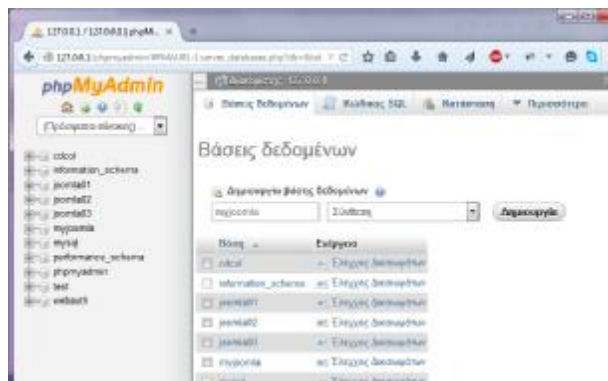
Εικόνα 41: PhpMyAdmin

Στην οθόνη εμφανίζεται η παρακάτω φόρμα συμπλήρωσης. Στο πεδίο Όνομα χρήστη εισάγουμε το όνομα «root» και στο πεδίο Κωδικός πρόσβασης παραμένει κενό. Κάνουμε κλικ στο κουμπί Εκτέλεση.



Εικόνα 42: Φόρμα συμπλήρωσης για το PhpMyadmin

Έπειτα στο σύνδεσμο Βάσεις Δεδομένων πατάμε κλικ. Στη συνέχεια στο πλαίσιο κειμένου «Δημιουργία νέα βάσης» πληκτρολογούμε το όνομα που θα έχει η βάση δεδομένων μας (π.χ. mysite) και στην συνέχεια πατάμε το κουμπί «Δημιουργία».



Εικόνα 43: Δημιουργία Βάσης Δεδομένων

4.10 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ JOOMLA!

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, μετά τη λήψη, αποσυμπίεση και την αντιγραφή των αρχείων του Joomla! μέσα στο φάκελο Τοπικός δίσκος (C:) / xampp/htdocs είμαστε έτοιμοι να ξεκινήσουμε την εγκατάσταση του Joomla! Η εγκατάσταση είναι μια απλή διαδικασία και ολοκληρώνεται μέσα από 4 βήματα.

Ανοίγουμε τον browser και στη γραμμή διευθύνσεων πληκτρολογούμε localhost/mysite.

Βήμα 1: Ρυθμίσεις

Στην πρώτη οθόνη εγκατάστασης εμφανίζονται οι παρακάτω επιλογές.



Εικόνα 44:Εγκατάσταση του Joomla! Βήμα 1: Ρυθμίσεις

- Στην αναδιπλούμενη λίστα «Επιλογή γλώσσας» αφήνουμε την προεπιλεγμένη γλώσσα για την εγκατάσταση, «Greek (Ελληνικά)».
- Στο πλαίσιο κειμένου «Όνομα ιστοσελίδας» εισάγουμε το όνομα της ιστοσελίδας που θα δημιουργήσουμε (π.χ. ιστοσελίδα μουσείου) το οποίο μπορεί να αλλάξει μέσα από τη διαχείριση.
- Στο πλαίσιο κειμένου «Περιγραφή» εισάγουμε μια σύντομη περιγραφή περιεχομένου της ιστοσελίδας μας. Η περιγραφή αυτή θα βοηθήσει την ιστοσελίδα μας στην καλύτερη κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Στο πλαίσιο κειμένου «Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο Διαχειριστή» εισάγουμε το e-mail του διαχειριστή της ιστοσελίδας το οποίο θα χρησιμεύσει στη μετέπειτα επικοινωνία με τους χρήστες. (π.χ. dimitra1.1@hotmail.com)
- Στο πλαίσιο κειμένου «Όνομα χρήστη Διαχειριστή» εισάγουμε το username για να συνδεόμαστε στην Περιοχή διαχείρισης (π.χ. admin)
- Στο πλαίσιο κειμένου «Κωδικός Διαχειριστή» εισάγουμε τον κωδικό για να μπορούμε να συνδεόμαστε στην Περιοχή Διαχείρισης (π.χ. admin_01)
- Στο πλαίσιο κειμένου «Επιβεβαίωση Κωδικού Διαχειριστή» επαναλαμβάνουμε τον ίδιο κωδικό
- Με την επιλογή «Η ιστοσελίδα είναι εκτός λειτουργίας» ορίζουμε εάν η ιστοσελίδα μας θα είναι ορατή ή θα εμφανίζεται μια οθόνη όπου θα ενημερώνουμε τους επισκέπτες ότι η ιστοσελίδα είναι εκτός λειτουργίας. Αυτή η ρύθμιση είναι διαθέσιμη και στην Περιοχή Διαχείρισης.

Κάνουμε κλικ στο κουμπί «Επόμενο».

Βήμα 2: Βάση δεδομένων

Είμαστε στο πιο σημαντικό βήμα. Εδώ θα πρέπει να εισαγάγουμε τα στοιχεία της βάσης δεδομένων με την οποία θα συνεργάζεται το Joomla! Εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη:



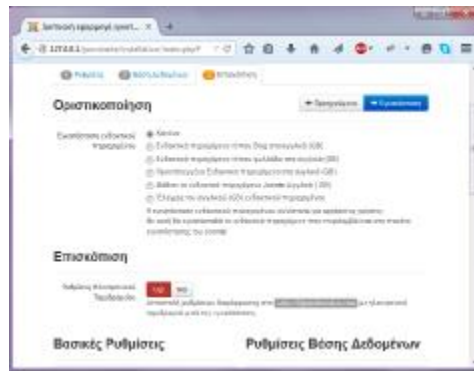
Εικόνα 45:Εγκατάσταση του joomla

Βήμα 2: Βάση δεδομένων

- Στην λίστα «Είδος βάσης δεδομένων» επιλέγουμε την MySQL.
- Στο πλαίσιο κειμένου «Όνομα διακομιστή» συνήθως βάζουμε το όνομα «localhost».
- Στο «Όνομα χρήστη» εισαγάγουμε το όνομα «root»
- Στο «Κωδικός» δεν εισάγουμε τίποτα.
- Στο πλαίσιο κειμένου «Όνομα Βάσης Δεδομένων» εισάγουμε το όνομα της βάσης δεδομένων που δώσαμε όταν την δημιουργήσαμε. Δηλαδή mysite.
- Στο πλαίσιο κειμένου «Πρόθεμα πίνακα» αφήνουμε την προεπιλογή.
- Με την επιλογή «Επεξεργασία Παλιάς Βάσης Δεδομένων» ορίζουμε τι θα απογίνουν οι πίνακες σε περίπτωση που η εγκατάσταση θα γίνει σε μία βάση δεδομένων που ήδη χρησιμοποιείται.

Όταν ολοκληρώσουμε την εισαγωγή των δεδομένων, κάνουμε κλικ στο κουμπί «Επόμενο».

Βήμα 3: Προεπισκόπηση



Εικόνα 46:Εγκατάσταση του joomla

Βήμα 3: Προεπισκόπηση

Εδώ επιλέγουμε εάν θέλουμε την «Εγκατάσταση Ενδεικτικού περιεχομένου». Αφήνουμε την επιλογή «Κανένα» και πατάμε το κουμπί «Εγκατάσταση».

Βήμα 4: Τέλος

Στο τελευταίο βήμα το Joomla! μας ενημερώνει ότι η εγκατάσταση ολοκληρώθηκε με επιτυχία. Σε αυτό το σημείο μπορούμε να προχωρήσουμε στη διαχείριση της ιστοσελίδας ή

να εγκαταστήσουμε επιπλέον γλώσσες. Αυτό όμως θα το κάνουμε στη συνέχεια από την διαχείριση. Για να μπορέσουμε να συνεχίσουμε πρέπει να διαγράψουμε το φάκελο «installation» για λόγους ασφαλείας. Οπότε πατάμε το κουμπί «Αφαίρεση φακέλου installation».

Αφού αφαιρεθεί μπορούμε να πάμε είτε στην Ιστοσελίδα είτε στη Διαχείριση. Εάν δεν έχουμε διαγράψει το φάκελο **installation** δεν θα εμφανιστεί το **Front End** (Εμφάνιση Ιστοσελίδας).



Εικόνα 47:Εγκατάσταση του joomla Βήμα 4: Τέλος

Θα πάμε στην Περιοχή Διαχείρισης (Back End).



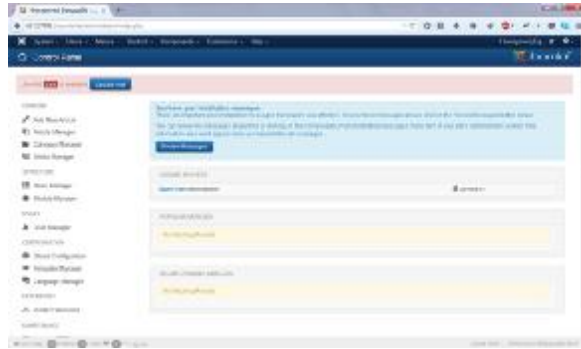
Εικόνα 48:Εισαγωγή username και password

για την Περιοχή Διαχείρισης (Back End)

Για την είσοδο στην σελίδα διαχείρισης απαιτείται το όνομα διαχειριστή και ο κωδικός πρόσβασης. Τα ορίσαμε κατά την διαδικασία εγκατάστασης του Joomla!

Άρα στο «User Name» εισάγουμε το «admin» και στο «Password» εισάγουμε το «admin_01».

Εφόσον έχουμε εισάγει σωστά τα στοιχεία θα πρέπει να βλέπουμε την παρακάτω εικόνα:

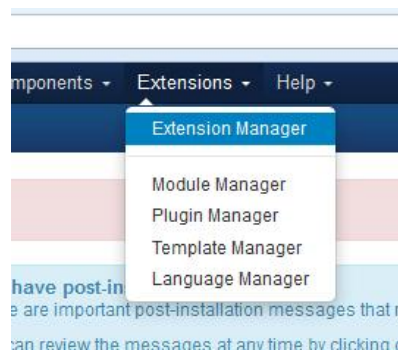


Εικόνα 49: Περιοχή Διαχείρισης (Back End)

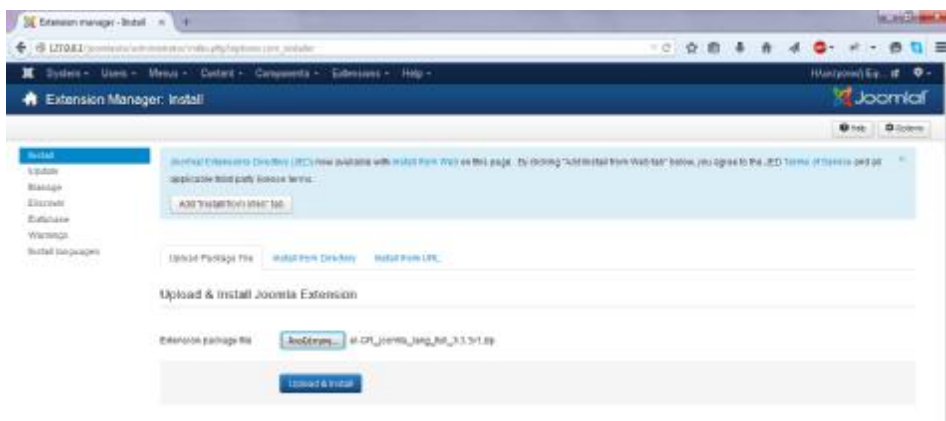
4.11 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΣΤΟ JOOMLA!

Τα αρχεία της ελληνικής γλώσσας αλλά και των υπόλοιπων γλωσσών για το Joomla! βρίσκονται σε αυτή τη διεύθυνση <http://community.joomla.org/translations.html>. Τα αρχεία είναι συμπιεσμένα. Η εγκατάσταση της ελληνικής γλώσσας γίνεται από την σελίδα της Διαχείρισης (Administrator) χωρίς να αποσυμπεστούν τα αρχεία εγκατάστασης. Αφού κατεβάσουμε την ελληνική γλώσσα, για να την εγκαταστήσουμε κάνουμε τα εξής:

Βήμα1: Άνοιγμα της καρτέλας «Extensions» και επιλογή του «Extension Manager» όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:



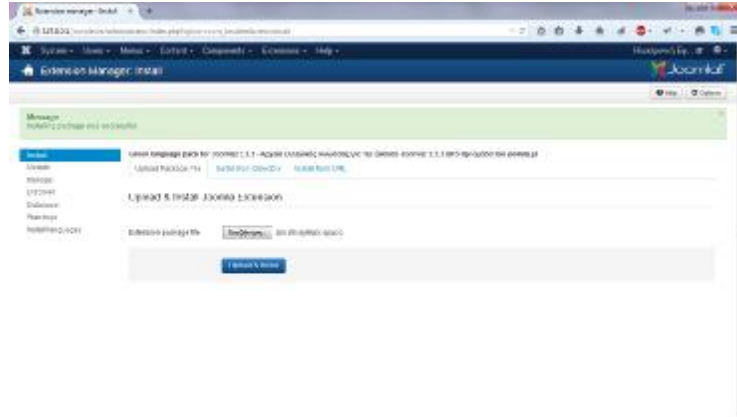
Εικόνα 50: Extension Manager



Εικόνα 51: Εγκατάσταση ελληνικής γλώσσας

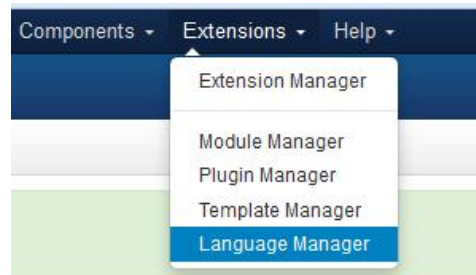
Με το πάτημα του κουμπιού «Upload and Install» ολοκληρώνεται η εγκατάσταση.

Βήμα 2: Μετά την εγκατάσταση θα πρέπει να μας εμφανίσει ένα μήνυμα ότι η εγκατάσταση ολοκληρώθηκε με επιτυχία όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα:



Εικόνα 52: Μήνυμα επιτυχίας εγκατάστασης

Βήμα 3: Επιλογή ελληνικής γλώσσας ως προεπιλεγμένη γλώσσα για την περιοχή Διαχείρισης μέσω του «Language Manager» που βρίσκεται στο μενού «Extensions».



Εικόνα 53: Extensions Language Manager

Επιλέγουμε από τα αριστερά το «Installed-Administrator» για ορίσουμε την ελληνική γλώσσα ως γλώσσα περιοχής Διαχείρισης. Κάνουμε κλικ στο αστεράκι που βρίσκεται δίπλα στην ελληνική γλώσσα. Μετά το πάτημα το αστεράκι θα πρέπει να έχει κιτρινίσει που σημαίνει ότι η γλώσσα προεπιλογής της Διαχείρισης είναι η ελληνική.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



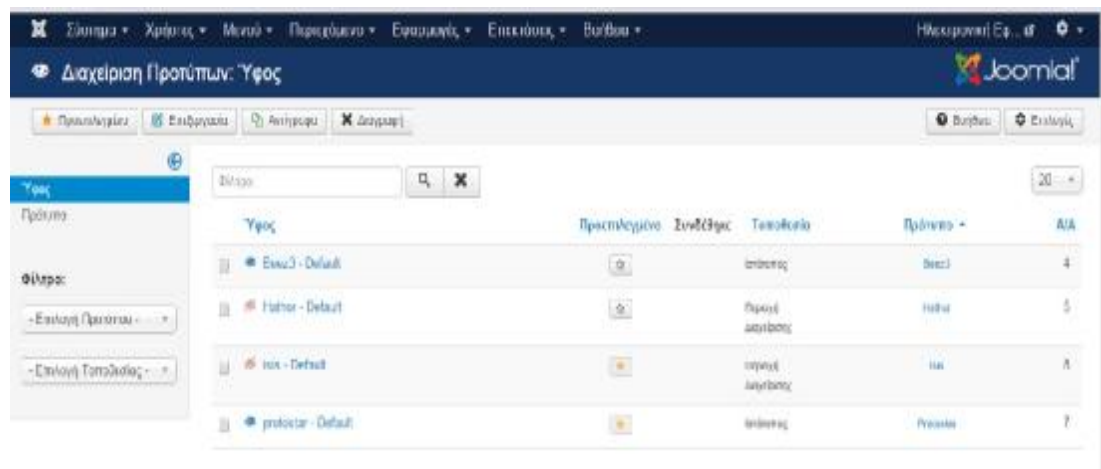
Εικόνα 54: Επιλογή ελληνικής γλώσσας ως προεπιλεγμένη γλώσσα διαχείρισης

Από την καρτέλα «Installed site» ορίζουμε και για την ιστοσελίδα μας ως προεπιλεγμένη γλώσσα την ελληνική με τον παραπάνω τρόπο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

5.1 ΠΡΟΤΥΠΑ (TEMPLATES)- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

¹² «Τα Πρότυπα (Templates) είναι στην ουσία ο τρόπος με τον οποίο θα εμφανίζεται το δικό μας Joomla!. Κανείς δε θέλει μία ιστοσελίδα η οποία θα μοιάζει με κάποια άλλη και πολύ περισσότερο με κάποιες άλλες. Γι' αυτό το λόγο ή θα αλλάξουμε τον τρόπο εμφάνισης μόνοι μας ή θα επιλέξουμε κάποιο πρότυπο που έχει φτιάξει κάποιος άλλος. Για να μεταβούμε στη διαχείριση των Προτύπων επιλέγουμε από το μενού Επεκτάσεις την εντολή Διαχείριση Προτύπων. Στην οθόνη που εμφανίζεται βλέπουμε τον πίνακα με τα διαθέσιμα πρότυπα που είναι προεγκατεστημένα από το Joomla!»



Εικόνα 55: Διαχείριση Προτύπων

Για την παρούσα Πτυχιακή εργασία, το πρότυπο που χρησιμοποιούμε είναι το it black-and-white-2 το οποίο μπορούμε να το κατεβάσουμε από την παρακάτω διεύθυνση: <http://www.icetheme.com/themes/black-and-white-2>

Αφού τελειώσει η λήψη του πραγματοποιούμε αποσυμπίεση. Με την ολοκλήρωση της αποσυμπίεσης θα δούμε ότι μέσα υπάρχουν άλλα 3 αρχεία. Αποσυμπιέζουμε το αρχείο «IT_BlackWhite2_V3.2-(unizip-first)» το οποίο είναι για την έκδοση Joomla!3.x. Θα παρατηρήσουμε ότι και σε αυτό το φάκελο υπάρχουν και άλλα συμπίεσμένα αρχεία τα οποία θα πρέπει να τα ανεβάσουμε ένα ένα.

¹⁵ Πετσούκος, *Tutorials.computerman.gr*. ανακτήθηκε 10 Ιουλίου, 2014, από <http://tutorials.computerman.gr/series/joomla-25-basics/>

Κάνουμε κλικ στην εντολή «Διαχείριση Επεκτάσεων» του μενού «Επεκτάσεις» και επιλέγουμε την καρτέλα «Εγκατάσταση από φάκελο».



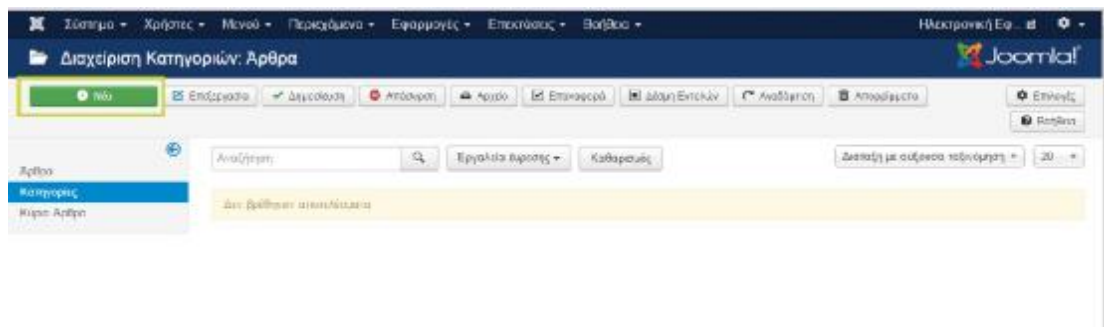
Εικόνα 56:Εγκατάσταση προτύπου

5.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΡΘΡΩΝ

Για την ευκολότερη διαχείριση των άρθρων το Joomla! δίνει την δυνατότητα δημιουργίας κατηγοριών. Με τις κατηγορίες ομαδοποιούνται τα άρθρα και έτσι ο διαχειριστής μπορεί να τροποποιεί μία φορά τα δικαιώματα μιας κατηγορίας και οι αλλαγές να επηρεάζουν όλα τα άρθρα που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία.

Δημιουργία Κατηγορίας

Η δημιουργία κατηγορίας γίνεται από την καρτέλα «Διαχείριση κατηγοριών» που βρίσκεται στον Πίνακα Ελέγχου του Joomla!. Με το κουμπί «Νέο» ξεκινάει η δημιουργία της κατηγορίας.



Εικόνα

57:Δημιουργία κατηγορίας

Μετά το πάτημα του κουμπιού «Νέο» εμφανίζεται η σελίδα δημιουργίας της νέας κατηγορίας όπως φαίνεται στην παρακάτω εικόνα. Σε αυτή την φόρμα επιλέγεται το όνομα της κατηγορίας, η κατάσταση της (δημοσιευμένη, αδημοσίευτη κ.α.), τα δικαιώματά της και κάποια ακόμα στοιχεία που δεν είναι υποχρεωτικό να συμπληρωθούν όπως για παράδειγμα μια μικρή περιγραφή της κατηγορίας. Η διαδικασία ολοκληρώνεται με το κουμπί «Αποθήκευση».



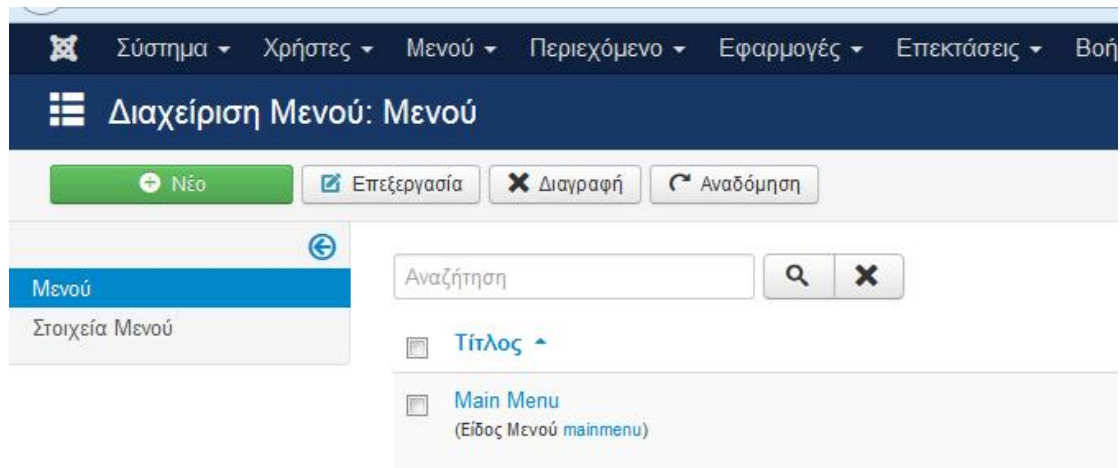
Εικόνα 58: Συμπλήρωση στοιχείων νέας κατηγορίας

5.3 ΜΕΝΟΥ

Τα Μενού είναι τα αντικείμενα που μας βοηθάνε να πλοηγηθούμε στην ιστοσελίδα μας. Συνδέουμε τα αντικείμενα περιεχόμενα που έχουμε φτιάξει (άρθρα, κατηγορίες, ενότητες) ώστε να έχουμε πρόσβαση σε αυτά. Η θέση του εξαρτάται από τα ενθέματα (Modules) που θα δημιουργήσουμε στη συνέχεια. Τα μενού μας μπορεί να είναι οριζόντια ή κατακόρυφα και μπορούμε να έχουμε όσα μενού θέλουμε μέσα στη σελίδα μας.

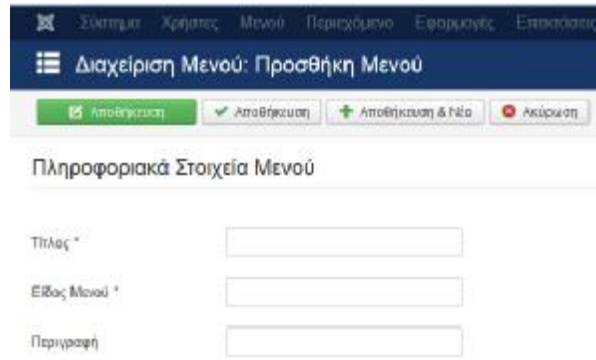
Δημιουργία μενού

Για να δημιουργήσουμε ένα νέο μενού θα πάμε στο κατάλογο Μενού κάνοντας κλικ στην εντολή «Διαχείριση Μενού».



Εικόνα 59: Διαχείριση Μενού

Πατώντας το κουμπί «Νέο» εμφανίζεται η σελίδα για την δημιουργία του μενού στην οποία καθορίζονται ο τίτλος του μενού, το είδος στοιχείου μενού και μια μικρή περιγραφή. Η διαδικασία ολοκληρώνεται πατώντας το κουμπί «Αποθήκευση».

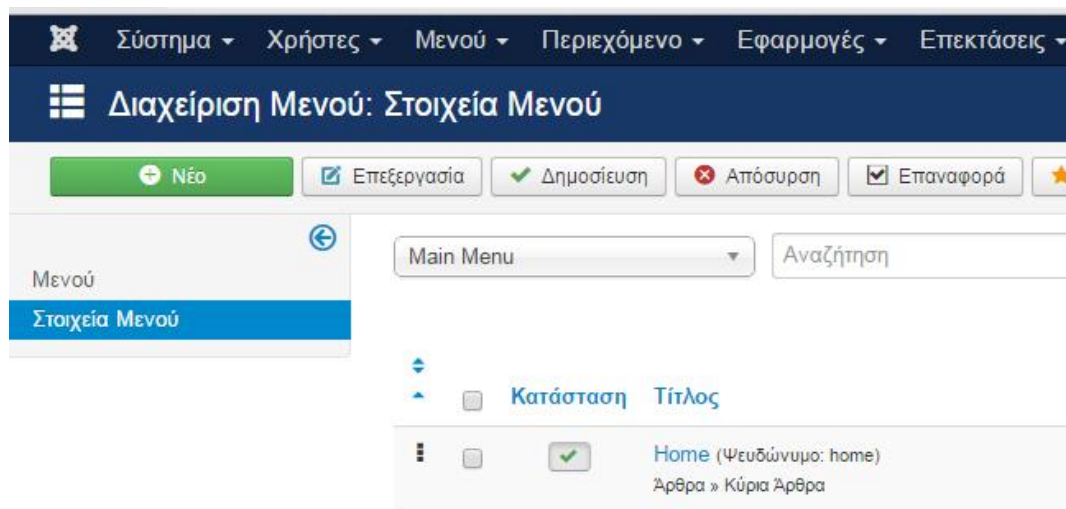


The screenshot shows the Joomla! administration interface for adding a new menu item. At the top, there is a navigation menu with options like 'Σύστημα', 'Χρήστες', 'Μενού', 'Περιεχόμενο', 'Εφαρμογές', and 'Επεκτάσεις'. Below this is a blue header bar with the text 'Διαχείριση Μενού: Προσθήκη Μενού'. Underneath the header, there are four buttons: 'Αποθήκευση' (Save), 'Αποθήκευση' (Save), 'Αποθήκευση & Ρύθμιση' (Save & Configure), and 'Ακύρωση' (Cancel). The main content area is titled 'Πληροφοριακά Στοιχεία Μενού' (Menu Information) and contains three input fields: 'Τίτλος*' (Title), 'Είδος Μενού*' (Menu Type), and 'Περιγραφή' (Description).

Εικόνα 60: Προσθήκη Μενού

5.3.1 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ ΜΕΝΟΥ (MENU ITEMS)

Η δημιουργία των «Στοιχείων Μενού» γίνεται από την καρτέλα «Διαχείριση Μενού» που βρίσκεται στο κατάλογο «Μενού». Εδώ έχουμε το «Στοιχείο Μενού» «Main Menu» που προϋπάρχει στο Joomla. Ανοίγοντας το «Main Menu» μεταβαίνουμε στην οθόνη «Διαχείριση Μενού: Στοιχεία Μενού» όπου βλέπουμε ότι υπάρχει ήδη το πρώτο μας «Στοιχείο Μενού» «Home». Στη συνέχεια μπορούμε να προσθέσουμε νέα «Στοιχεία Μενού» πατώντας το κουμπί «Νέο». Το στοιχείο «Home» το αφήνουμε όπως είναι.

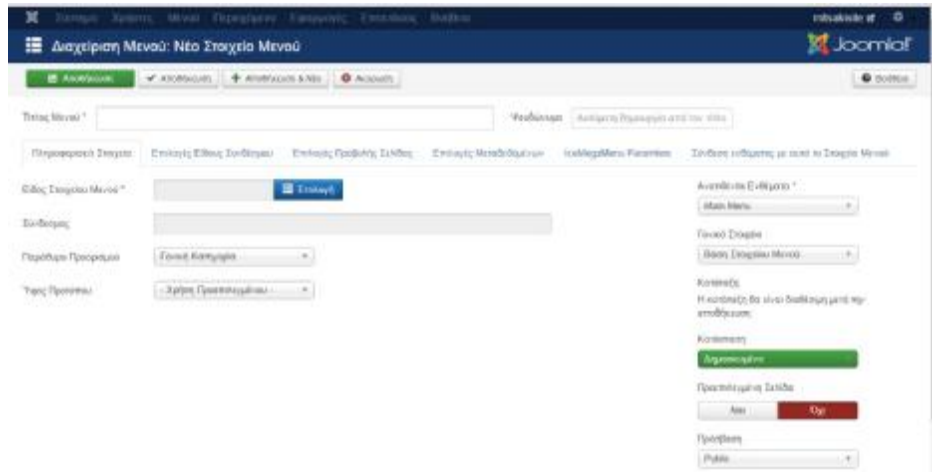


The screenshot shows the Joomla! administration interface for managing menu items. At the top, there is a navigation menu with options like 'Σύστημα', 'Χρήστες', 'Μενού', 'Περιεχόμενο', 'Εφαρμογές', and 'Επεκτάσεις'. Below this is a blue header bar with the text 'Διαχείριση Μενού: Στοιχεία Μενού'. Underneath the header, there are several buttons: 'Νέο' (New), 'Επεξεργασία' (Edit), 'Δημοσίευση' (Publish), 'Απόσυρση' (Unpublish), 'Επαναφορά' (Reset), and a star icon. The main content area is titled 'Μενού' (Menu) and contains a dropdown menu with 'Main Menu' selected and a search box labeled 'Αναζήτηση'. Below this, there is a table with columns 'Κατάσταση' (Status) and 'Τίτλος' (Title). The table contains one row with a status of 'Published' (indicated by a green checkmark) and the title 'Home (Ψευδώνυμο: home)'. Below the title, there is a link 'Άρθρα » Κύρια Άρθρα'.

Εικόνα 61: Στοιχεία Μενού

Η διαδικασία προσθήκης καινούριου «Στοιχείου Μενού» είναι η εξής: Πατάμε το κουμπί «Νέο», στην επιλογή «Τίτλος Μενού», γράφουμε το όνομα που θέλουμε να έχει το στοιχείο μας. Για την δημιουργία υπομενού επιλέγεται το «Γονικό Στοιχείο».

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 62:Επεξεργασία στοιχείων μενού

Έπειτα στο «Είδος Στοιχείου Μενού» πατάμε το κουμπί «Επιλογή» για να επιλέξουμε το είδος του Στοιχείου Μενού.



Εικόνα 63:Επιλογή είδους στοιχείου μενού

Τα στοιχεία μενού που θα προσθέσουμε στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα ονομάζονται: «ΜΟΥΣΕΙΟ», «ΕΚΘΕΣΕΙΣ», «ΣΥΛΛΟΓΗ», «PHOTOBIENNALE», «ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ», «CEDEFOP AWARD», «ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ» και αποτελούν το Μενού της ιστοσελίδας.

5.3.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΥΠΟΜΕΝΟΥ

Για να φτιάξουμε ένα υπομενού ακολουθούμε την διαδικασία δημιουργίας Στοιχείου Μενού (βλ. πάνω) με τη διαφορά ότι στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε το όνομα του Μενού στο οποία θα ανήκει.

Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «ΙΣΤΟΡΙΚΟ», «ΣΤΟΧΟΙ-ΔΡΑΣΕΙΣ», «ΧΩΡΟΣ», «ΕΠΙΣΚΕΨΗ» στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «**ΜΟΥΣΕΙΟ**». Τα Στοιχεία μενού «ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ- ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ», «ΟΔΗΓΙΕΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ» » στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «ΕΠΙΣΚΕΨΗ».

Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ», «ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ», «ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΕΣ» στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «**ΕΚΘΕΣΕΙΣ**».

Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ», «ΑΡΧΕΙΟ», «ΨΗΦΙΑΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ», «ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ» στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «ΣΥΛΛΟΓΗ».

Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «PHOTOBIENNALE», «ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ», «ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ» στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «PHOTOBIENNALE».

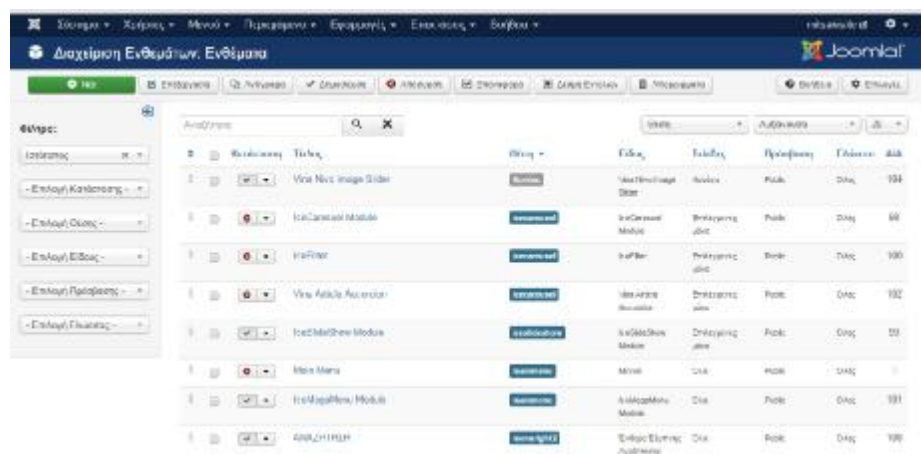
Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ», «ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ», «ΕΚΔΟΣΕΙΣ», στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ».

Δημιουργούμε τα Στοιχεία μενού «photomuseum/cedefopaward», «ΒΡΑΒΕΙΟ», «ΑΙΤΗΣΗ», στην καρτέλα «Γονικό Στοιχείο» επιλέγουμε «CEDEFOP AWARD».

5.4 ΕΝΘΕΜΑΤΑ (MODULES)

Τα ενθέματα είναι τα αντικείμενα μέσα στα οποία μπορούμε να εμφανίσουμε πληροφορίες. Η θέση τους καθορίζεται από το αρχείο ineh.php του επιλεγμένου προτύπου (template), ενώ το στυλ της εμφάνισής τους καθορίζεται από το αρχείο CSS του προτύπου (template). Κάθε ένθεμα πρέπει να έχει μοναδικό όνομα για να μην μπερδεύεται με τα άλλα. Τα ενθέματα μπορούν να περιέχουν μενού, διαφημίσεις, ψηφοφορίες, άλλες εφαρμογές ή περιεχόμενο της επιλογής μας. Μπορούμε να δημιουργήσουμε αντίγραφα ενθεμάτων και να τα τοποθετήσουμε σε διαφορετικά σημεία της ιστοσελίδας μας. Επίσης, μέσα από τη διαχείριση και τις παραμέτρους μπορούμε να ορίσουμε πότε θα εμφανίζονται καθώς και σε ποιους.

Κάνουμε κλικ στην εντολή Διαχείριση ενθεμάτων από το μενού Επεκτάσεις. Εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη.



Εικόνα 64: Ενθέματα

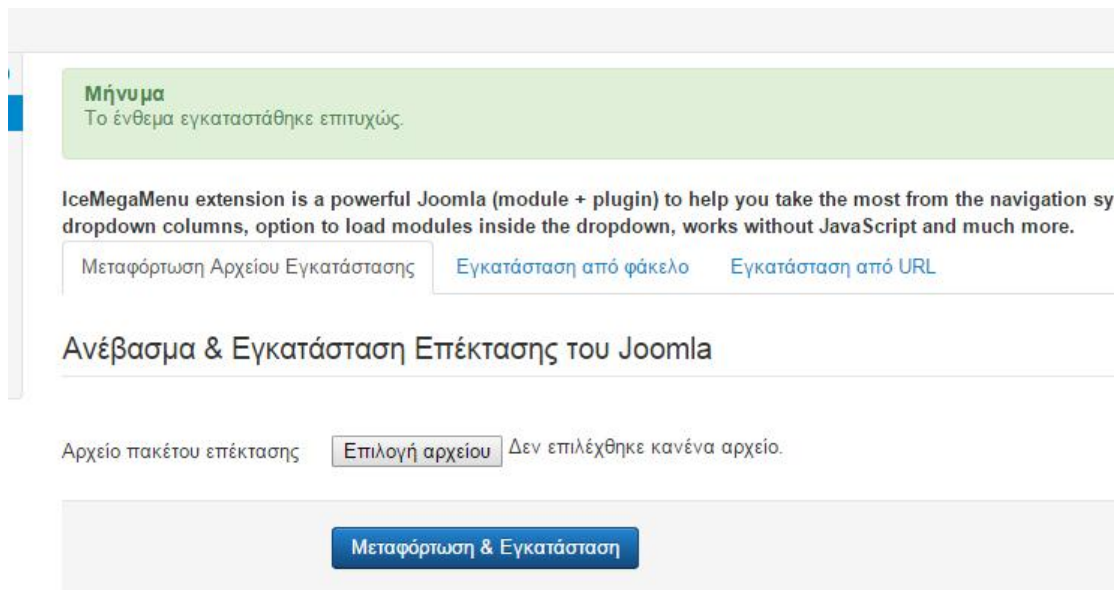
Πατώντας το κουμπί Νέο ανοίγει η καρτέλα με τους τύπους των ενθεμάτων ώστε να επιλεγεί ο κατάλληλος.



Εικόνα 65:Επιλογή είδος ενθέματος

Εγκατάσταση ενθέματος mod_icemegamenu

Το ένθεμα αυτό είναι για να εμφανίσουμε στην ιστοσελίδα μας το Μενού που φτιάξαμε πιο πάνω. Για να το εγκαταστήσουμε θα πάμε «Επεκτάσεις», «Διαχείριση Επεκτάσεων», επιλογή αρχείου «mod_icemegamenu_v.3.0.1» και «Μεταφόρτωση & Εγκατάσταση».



66: Μήνυμα ότι το ένθεμα icemegamenu εγκαταστάθηκε με επιτυχία

Εικόνα

Μήνυμα ότι το ένθεμα «icemegamenu» εγκαταστάθηκε με επιτυχία.

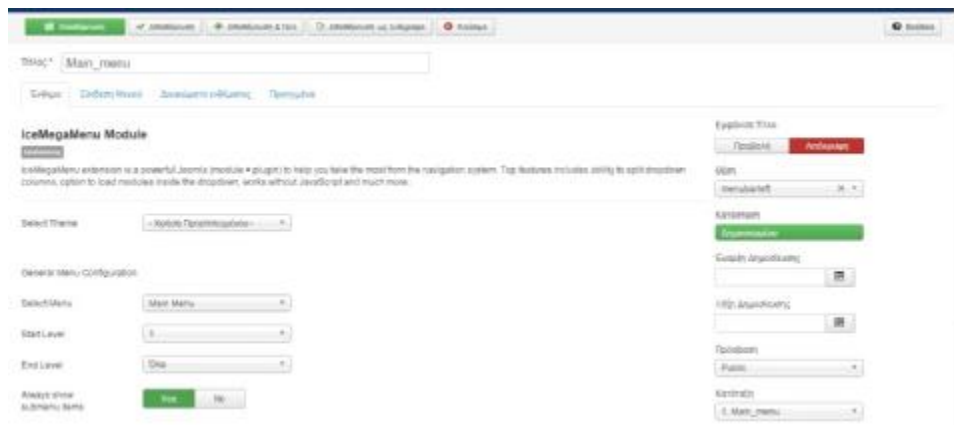
Ενεργοποίηση του ενθέματος icemegamenu

Για να ενεργοποιήσουμε το ένθεμα «icemegamenu» θα πάμε στη εντολή «Διαχείριση Επεκτάσεων» από το μενού «Επεκτάσεις».



Εικόνα 67:Μήνυμα ότι το ένθεμα icemegamenu εγκαταστάθηκε με επιτυχία

Επιλέγουμε το «IceMegaMenu Module» για να μπούμε στο εσωτερικό του.



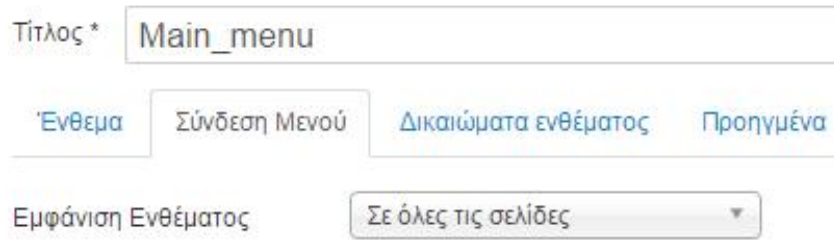
Εικόνα 68:Επεξεργασία του ενθέματος IceMegaMenu

Στο πεδίο «Τίτλος» γράφουμε «Main_menu».

Στο πεδίο «Εμφάνιση Τίτλο» επιλέγουμε «Απόκρυψη».

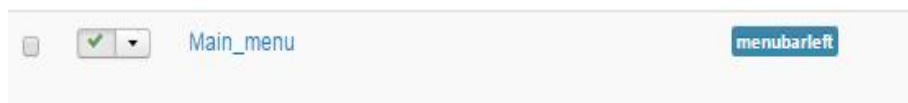
Στο πεδίο «Θέση» επιλέγουμε «menubarleft» του πρότυπου «IT_BlackWhite2»

Στη καρτέλα «Σύνδεση Μενού» επιλέγουμε να εμφανίζεται το ένθεμα μας σε όλες τις σελίδες.



Εικόνα 69:Εμφάνιση ενθέματος σε όλες τις σελίδες

Πατάμε αποθήκευση για να ολοκληρωθεί η διαδικασία.



Εικόνα 70:Τελικό αποτέλεσμα του ενθέματος μετά την επεξεργασία

5.5 ΑΡΘΡΑ

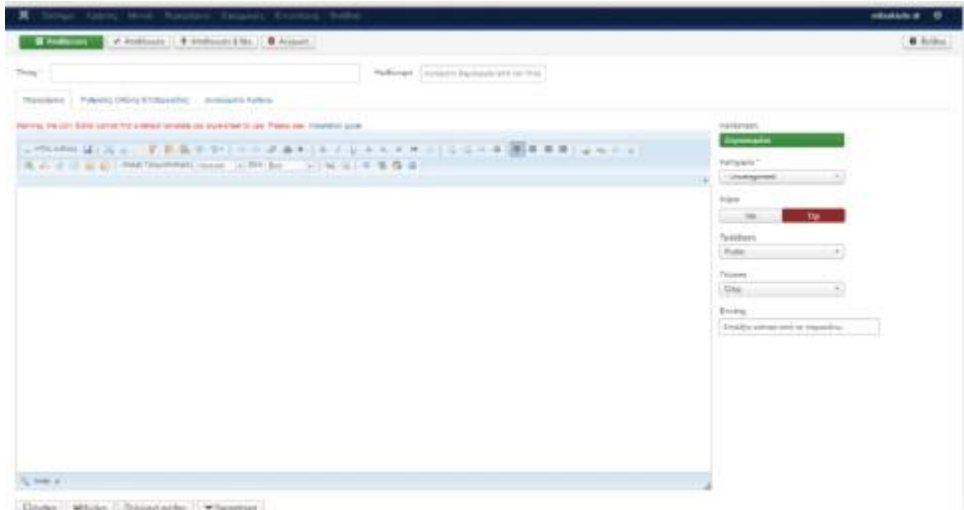
Τα άρθρα είναι ένα από τα σημαντικότερα τμήματα του Joomla!. Το μεγαλύτερο κομμάτι του περιεχομένου που εμφανίζεται στις περισσότερες ιστοσελίδες, περιέχεται σε άρθρα.

Δημιουργία άρθρων

Η δημιουργία νέου άρθρου γίνεται με δύο τρόπους. Είτε από το κουμπί «Νέο» μέσα από την καρτέλα «Διαχείριση Άρθρων» που βρίσκεται στον Πίνακα Ελέγχου του Joomla!, είτε από την καρτέλα «Προσθήκη Νέου Άρθρου» που βρίσκεται στον Πίνακα Ελέγχου του Joomla!. Επιλέγοντας έναν από τους παραπάνω τρόπους ανοίγει η σελίδα για την δημιουργία του άρθρου. Σε αυτήν την σελίδα ορίζεται ο τίτλος του άρθρου, η κατηγορία στην οποία ανήκει, η κατάστασή του (δημοσιευμένο, αδημοσίευτο), και το περιεχόμενο του άρθρου.

Το περιεχόμενο ενός άρθρου μπορεί να είναι απλό κείμενο, κώδικας html, εικόνες, link. Αυτές είναι οι δυνατότητες που παρέχονται από προεπιλεγμένο Editor του Joomla!.

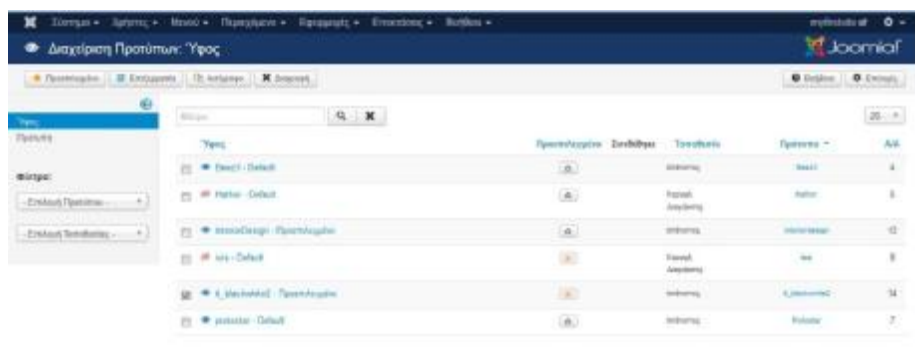
Μέσω της σελίδας δημιουργίας νέου άρθρου δίνεται η δυνατότητα επιλογής των στοιχείων του άρθρου που θα εμφανίζονται όταν αυτό είναι δημοσιευμένο. Για παράδειγμα ορίζεται αν θα εμφανίζεται ο τίτλος του άρθρου, η κατηγορία στην οποία ανήκει, ο συντάκτης του και πολλά άλλα στοιχεία.



Εικόνα 71: Δημιουργία άρθρου

5.6 ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Πηγαίνοντας στην εντολή «Διαχείριση Προτύπων» από το μενού «Επεκτάσεις» στο πλαίσιο κειμένου «Ύφος», μπορούμε να αλλάξουμε το λογότυπο επιλέγοντας το προεπιλεγμένο πρότυπο. Κάνοντας κλικ στο it_blackwhite2 θα εισέλθουμε στα αρχεία του.



Εικόνα 72: Διαχείριση προτύπων

Στην οθόνη που εμφανίζεται κάνουμε κλικ στην καρτέλα logo έπειτα στο κουμπί select.



Εικόνα 73: Αλλαγή λογότυπου

Στο παράθυρο που εμφανίζεται, κάνουμε κλικ στο κουμπί αναζήτηση επιλέγουμε το αρχείο που θέλουμε και στη συνέχεια κάνουμε κλικ στο κουμπί άνοιγμα. Μεταφόρτωση και αποθήκευση.

Το αποτέλεσμα είναι αυτό:



Εικόνα 74:Εμφάνιση ιστοτόπου

5.7 ΜΕΤΑΦΟΡΤΩΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ

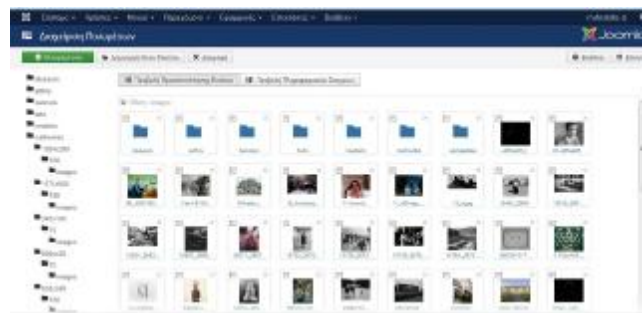
Θα μεταφορτώσουμε τις εικόνες που θα χρειαστούμε για την ιστοσελίδα από το φάκελο του μουσείου φωτογραφίας που έχω στην επιφάνεια εργασίας. Στην περιοχή διαχείρισης και στο μενού πίνακας ελέγχου (content) κάνουμε κλικ στην εντολή διαχείριση πολυμέσων (media manager).

- Κάνουμε κλικ στο κουμπί μεταφόρτωση (upload) και στη συνέχεια κάνουμε κλικ στο κουμπί αναζήτηση.



Εικόνα 75:εισαγωγή εικόνων

- Ανοίγουμε το φάκελο μουσείο φωτογραφίας που έχουμε στην επιφάνεια εργασίας. Επιλέγουμε τα αρχεία που θέλουμε. Στη συνέχεια κάνουμε κλικ στο κουμπί άνοιγμα.
- Συνεχίζοντας κάνουμε κλικ στο κουμπί start upload.
- Το αποτέλεσμα το βλέπουμε στην παρακάτω εικόνα.



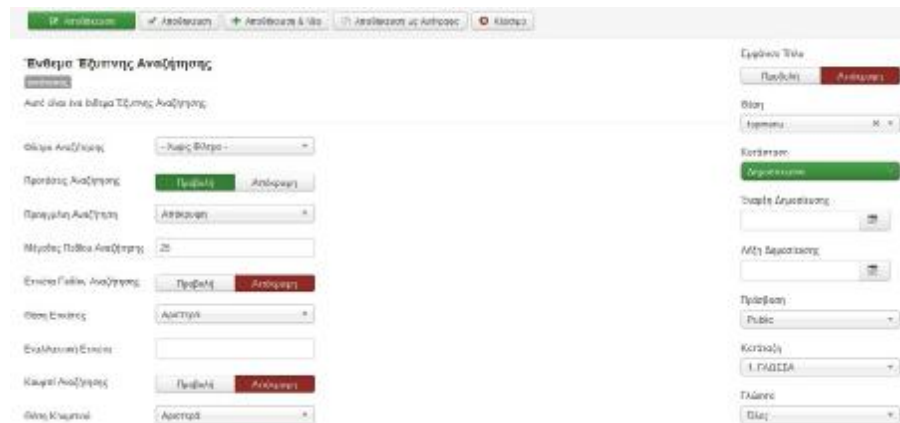
Εικόνα 76:μεταφόρτωση εικόνων

5.8 ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΕΝΘΕΜΑΤΟΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ

Στο μενού επεκτάσεις κάνουμε κλικ στην εντολή διαχείριση ενθεμάτων για να εμφανίσουμε το ένθεμα αναζήτησης στην ιστοσελίδα:

- Κάνουμε κλικ στο κουμπί νέο.
- Στην οθόνη που εμφανίζεται επιλέγουμε το σύνδεσμο αναζήτησης.

- Στην οθόνη που εμφανίζεται εισάγουμε τα παρακάτω στοιχεία :
 - Τίτλος: στο πλαίσιο κειμένου πληκτρολογούμε Αναζήτηση
 - Εμφάνιση τίτλου: απόκρυψη. Με την επιλογή αυτή δεν θα εμφανιστεί ο τίτλος του ενθέματος στην ιστοσελίδα.
 - Θέση: από την αναδιπλούμενη λίστα επιλέγουμε το σημείο που θα εμφανίζεται η γραμμή αναζήτησης.
 - Κατάσταση: δημοσιευμένο. Με την επιλογή αυτή ενεργοποιούμε το ένθεμα για την εμφάνιση του στην ιστοσελίδα.
- Κάνουμε κλικ στο κουμπί αποθήκευση.



Εικόνα 77:ρυθμίσεις ενθέματος αναζήτησης

Στην περιοχή εμφάνισης ιστοσελίδας πατάμε ανανέωση. Εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη στην οποία βλέπουμε το πλαίσιο κειμένου της αναζήτησης στο πάνω δεξιό μέρος της ιστοσελίδας.



Εικόνα 78:εμφάνιση αναζήτησης στην ιστοσελίδα

5.9 ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΕΝΘΕΜΑΤΟΣ ΑΛΛΑΓΗ ΓΛΩΣΣΑΣ

Το ένθεμα αυτό είναι για να εμφανίσουμε στην ιστοσελίδα μας το ένθεμα της αλλαγής γλώσσας . Για να το εγκαταστήσουμε θα πάμε «Επεκτάσεις», «Διαχείριση Επεκτάσεων», επιλογή αρχείου «mod_multitrans200» και «Μεταφόρτωση & Εγκατάσταση».

Για να ενεργοποιήσουμε το ένθεμα «multitrans» θα πάμε στη εντολή «Διαχείριση Επεκτάσεων» από το μενού «Επεκτάσεις».

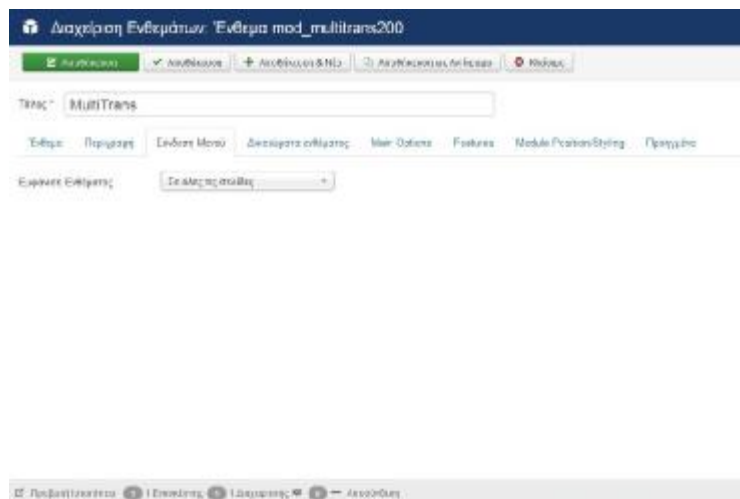
Επιλέγουμε το «multitrans» για να μπούμε στο εσωτερικό του.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 79: Επεξεργασία του ενθέματος

Στο πεδίο «Τίτλος» γράφουμε «multitrans».
Στο πεδίο «Εμφάνιση Τίτλο» επιλέγουμε «Απόκρυψη».
Στο πεδίο «Θέση» επιλέγουμε «language» του πρότυπου «IT_BlackWhite2»
Στη καρτέλα «Σύνδεση Μενού» επιλέγουμε να εμφανίζεται το ένθεμα μας σε όλες τις σελίδες.



Εικόνα 80: Εμφάνιση ενθέματος σε όλες τις σελίδες

Στην καρτέλα main options προσθέτουμε τις γλώσσες στις οποίες θα μεταφράζετε η ιστοσελίδα.

Individual Languages

List Individual Languages
Separate with comma
[Click here for code list.](#)
First item is taken as target language in forced translation option.

sq, bg, ba, en, fr, de, ga, it, ja, no, pt, ru, sr, es, el, gr

Your Site Language

Greek

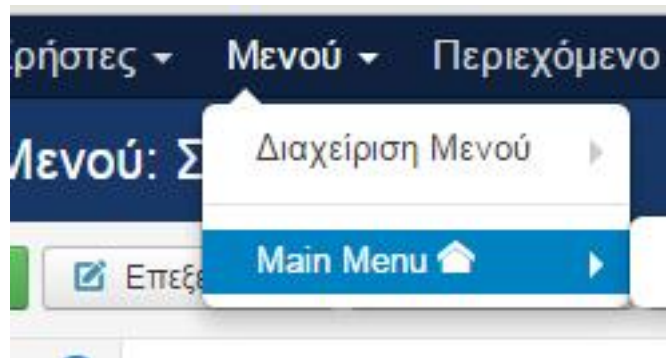
Εικόνα 81:επιλογή γλώσσας

Οι γλώσσες που επέλεξα είναι οι παρακάτω: αγγλικά, αλβανικά, βουλγάρικα, γαλλικά, γερμανικά, ιαπωνικά, ιρλανδικά, ισπανικά, ιταλικά, νορβηγικά, πορτογαλικά, ρώσικα, σέρβικα.

5.10 ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ (HOME)

Η αρχική σελίδα δεν έχει περιεχόμενο είναι λευκή, εκεί θα τοποθετήσουμε ενθέματα για να εμφανίζονται άρθρα των κατηγοριών που θα επιλέξουμε.

Σε αυτό το σημείο θα επεξεργαστούμε το Στοιχείο Μενού Home. Θα πάμε στην καρτέλα Μενού, και Main Menu όπως φαίνεται στη παρακάτω εικόνα.



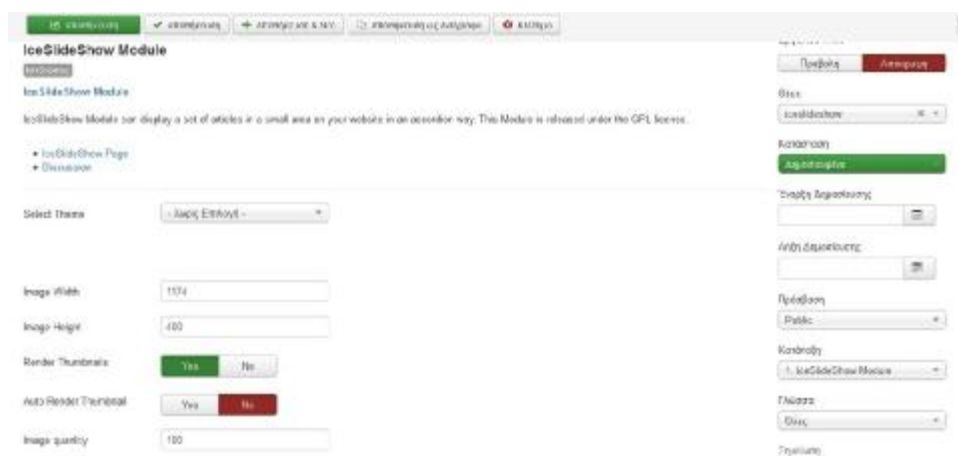
Εικόνα 82: Μενού-Main Menu

Το προκαθορισμένο (Home) στοιχείο μενού, είναι αυτό που κάνοντας κλικ πάνω του μας οδηγεί στη σελίδα που εμείς έχουμε αποφασίσει ότι θα είναι η αρχική.

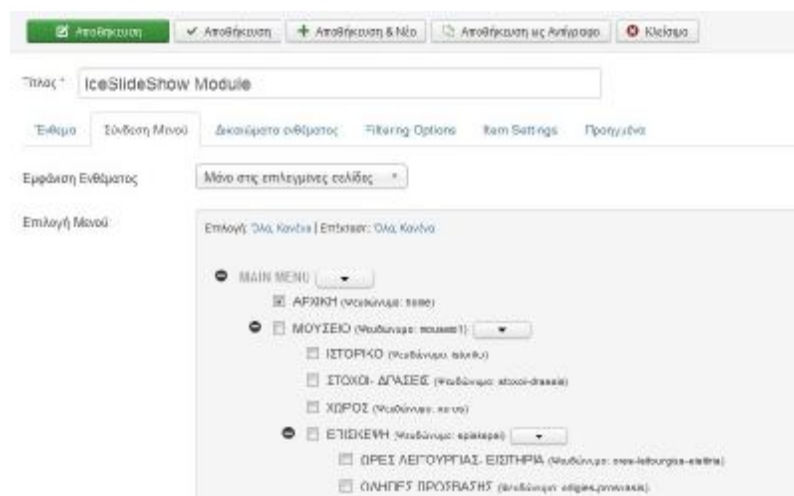
Σε αυτό το σημείο το «Στοιχείο Μενού» «Home» θα το μετονομάσουμε σε «Αρχική». Το «Είδος Στοιχείου Μενού» το αφήνουμε ως έχει, στην καρτέλα «Επιλογές Προβολής Σελίδας», στο πλαίσιο κειμένου «Προβολή Κεφαλίδας Σελίδας» θα επιλέξουμε «Όχι». Πατάμε το κουμπί «Αποθήκευση».

Στη συνέχεια ενεργοποιούμε τα ενθέματα που εγκαταστήσαμε.

Κάνοντας κλικ ένθεμα «IceSlideShow Module» μπαίνουμε στο εσωτερικό του όπου κάνουμε τις ρυθμίσεις που θέλουμε. Η διαδικασία φαίνεται στις παρακάτω εικόνες.



Εικόνα 83: Επεξεργασία του ενθέματος



Εικόνα 84: Καρτέλα Σύνδεση Μενού

Πατάμε «Αποθήκευση» στο τέλος των ρυθμίσεων.

Με τον ίδιο τρόπο ενεργοποιούμε και τα υπόλοιπα ενθέματα όπως το «JE LightBox». Το καθένα με τις δικές του ρυθμίσεις. Μια πρώτη όψη της Αρχικής σελίδας είναι αυτή που φαίνεται στην επομένη εικόνα.

The screenshot shows the homepage of the Museum of Photography Thessaloniki. At the top left is the logo, a stylized 'O' with an arrow pointing right, and the text 'ΜΟΥΣΕΙΟ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ' and 'MUSEUM OF PHOTOGRAPHY THESSALONIKI'. To the right is a search bar and a language selection dropdown set to 'Επιλογή γλώσσας'. Below the header is a navigation menu with links: 'ΑΡΧΙΚΗ', 'ΜΟΥΣΕΙΟ', 'ΕΚΘΕΣΕΙΣ', 'ΣΥΜΟΧΗ', 'PHOTOBIENNALE', 'ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ', 'CEDEFOP AWARD', and 'ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ'. The main content area features a large collage of various photographs, including a red truck, a white van, and several portraits. Below this are five news items, each with a title, a short text, and a small image thumbnail. The thumbnails are arranged in a grid on the right side of the page.

Επιλογή γλώσσας
Με την υποστήριξη της Google Μετάφραση

ΑΡΧΙΚΗ ΜΟΥΣΕΙΟ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΟΧΗ PHOTOBIENNALE ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ CEDEFOP AWARD ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΜΦΘ / 14-16 Αυγούστου 2015
Το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης θα παραμείνει κλειστό στις 14-16 Αυγούστου.

ΜΦΘ / Αλλαγή έκθεσης
Λόγω αλλαγής έκθεσης, ο εκθεσιακός χώρος του Μουσείου θα

Ώρες λειτουργίας εκθέσεων Μ.Φ.Θ. κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Εβδομάδας-Πάσχα 2015
Κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Εβδομάδας και του Πάσχα οι ώρες λειτουργίας της έκθεσης «Recorded Memories-Καταγεγραμμένη Μνήμη» στο ΜΦΘ και στις Αποθήκες Στρατού θα είναι οι εξής:

Εγκαίνια έκθεσης / 20 Μαρτίου 2015
Το Goethe-Institut Thessaloniki και το Μουσείο Φωτογραφίας Θεσσαλονίκης

Χριστουγεννιάτικες εκπτώσεις στις εκδόσεις του Μ.Φ.Θ.

ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΙΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΟΥ Μ.Φ.Θ.

Εικόνα 85: Η Αρχική σελίδα μετά την ενεργοποίηση ενθεμάτων

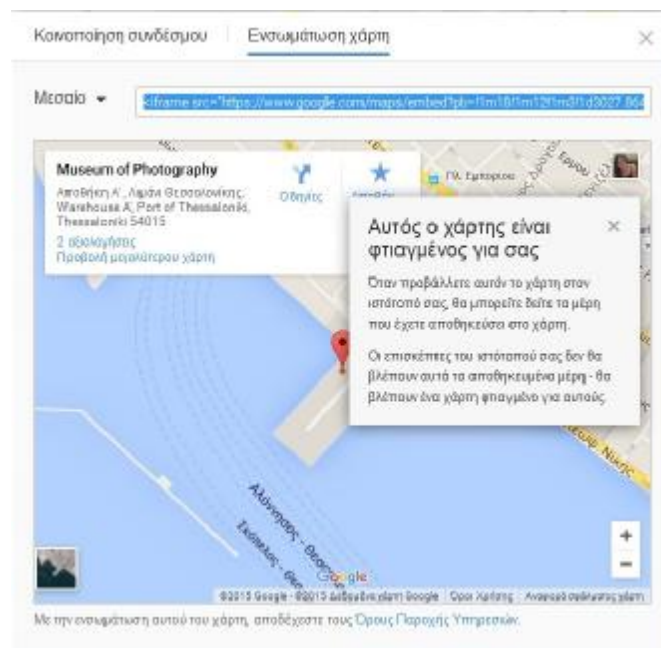
5.11 GOOGLE MAPS

Πληκτρολογούμε την διεύθυνση: <https://www.google.gr/maps> και επιλέγουμε την τοποθεσία μας.



Εικόνα 86: Google Maps

Έπειτα επιλέγουμε ενσωμάτωση χάρτη.



Εικόνα 87: iframe για ενσωμάτωση χάρτη

Κάνουμε αντιγραφή το «iframe» που μας έδωσε.

Στη συνέχεια, θα μεταβούμε στις «Επεκτάσεις», «Διαχείριση ενθεμάτων», «Νέο» και θα επιλέξουμε «Προσαρμοσμένος κώδικας HTML».

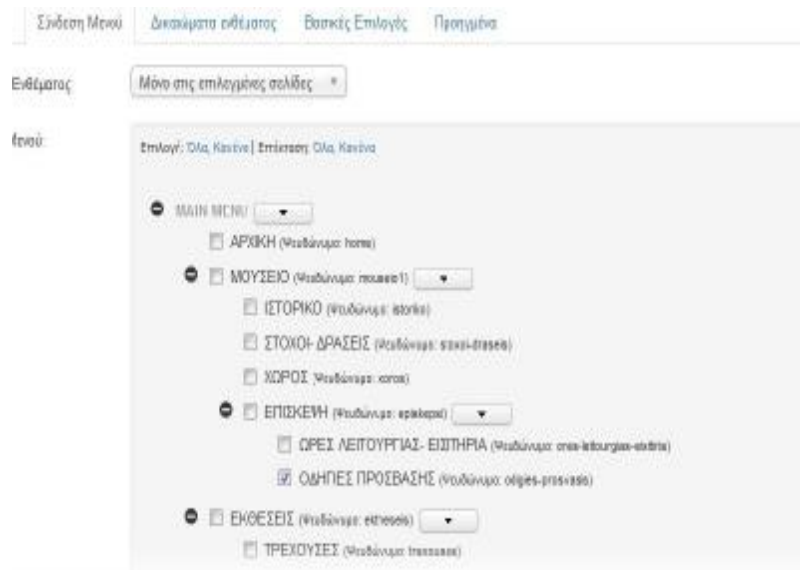
Ορίζουμε ως τίτλο «Google Maps» και πατάμε το εργαλείο του editor που λέγεται code editor. Σε αυτό το σημείο αντιγράφουμε το iframe που μας έδωσε η google μέσα σε μια παράγραφο.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 88: Προσθήκη πηγαίου κώδικα

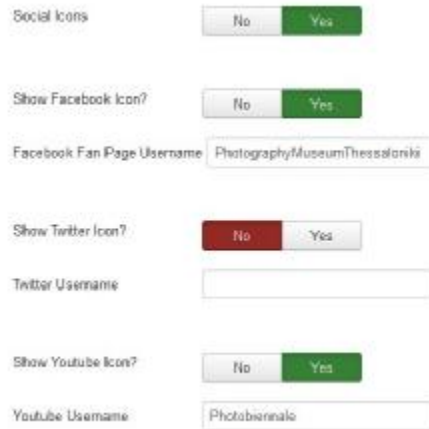
Στην καρτέλα «Σύνδεση Μενού» επιλέγουμε με το μενού με το οποίο θέλουμε να συνδέσουμε το ένθεμα μας.



Εικόνα 89: Σύνδεση με το Μενού Επικοινωνία

5.12 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Το Μουσείο Φωτογραφίας διαθέτει λογαριασμό στο facebook και στο youtube. Κάνουμε κλικ στο μενού Επεκτάσεις, Διαχείριση προτύπων επιλέγουμε το πρότυπο της ιστοσελίδας μας. Εισάγουμε τις διευθύνσεις των κοινωνικών δικτύων του μουσείου και τα ενεργοποιούμε κάνοντας κλικ στο κουμπί Yes.



Screenshot of a settings form for social media integration. It includes toggle switches for 'Social Icons', 'Show Facebook Icon?', 'Show Twitter Icon?', and 'Show Youtube Icons?'. Below these are text input fields for 'Facebook Fan Page Username' (containing 'PhotographyMuseumThessalonika'), 'Twitter Username', and 'Youtube Username' (containing 'Photobiennale').

Εικόνα 90: κοινωνικά δίκτυα

5.13 ΥΠΟΣΕΛΙΔΟ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ

Για την δημιουργία του υποσέλιδου χρειάστηκε την προσθήκη νέου μενού.

Στο μενού menus κάνουμε κλικ στην εντολή menu manager. Στη συνέχεια κάνουμε κλικ στο κουμπί νέο (new).

Στην οθόνη που εμφανίζεται εισάγουμε τα παρακάτω στοιχεία:

- Τίτλος: μενού 2
- Είδος μενού: υποσέλιδο



Screenshot of the Joomla! 'Menu Manager' interface. The title is 'Διαχείριση Μενού: Επεξεργασία Μενού'. There are buttons for 'Αποθήκευση', 'Αποθήκευση', 'Αποθήκευση & Νέο', and 'Κλείσιμο'. Below is the 'Πληροφορικά Στοιχεία Μενού' section with input fields for 'Τίτλος *' (filled with 'menu 2'), 'Είδος Μενού *' (filled with 'υποσέλιδο'), and 'Παράγραφ'.

Εικόνα 91: δημιουργία μενού

Κάνουμε κλικ στο κουμπί αποθήκευση. Εμφανίζεται η παρακάτω οθόνη.

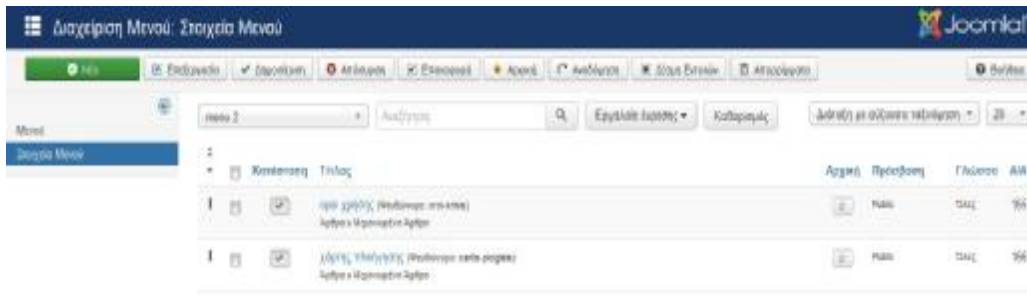


Screenshot of the Joomla! 'Menu Manager' interface showing a list of menus. The title is 'Διαχείριση Μενού: Μενού'. There are buttons for 'Νέο', 'Επιλογή', 'Αποθήκευση', and 'Ανάκτηση'. The list shows two menu items: 'Main Menu' and 'menu 2'. The 'menu 2' item is highlighted.

Εικόνα 92: προσθήκη νέου μενού

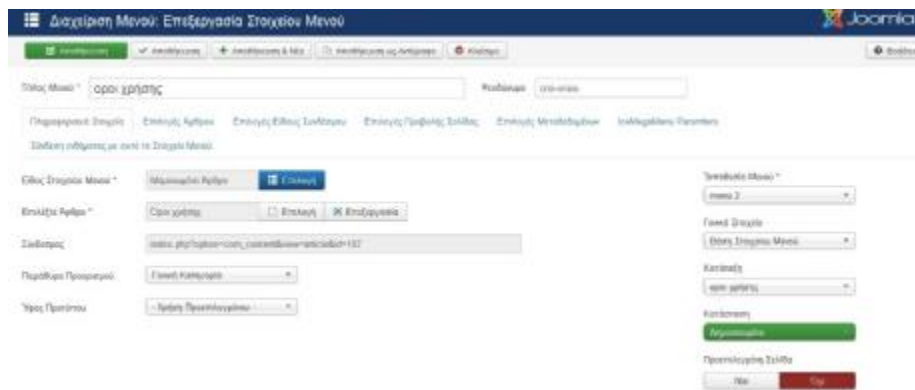
Στη συνέχεια δημιουργούμε τα στοιχεία του νέου μενού (όροι χρήσης, χάρτης πλοήγησης).

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ



Εικόνα 93: στοιχεία μενού

Συντάσσουμε τα άρθρα που θα εισάγουμε και έπειτα αρχίζουμε την επεξεργασία των στοιχείων μενού.

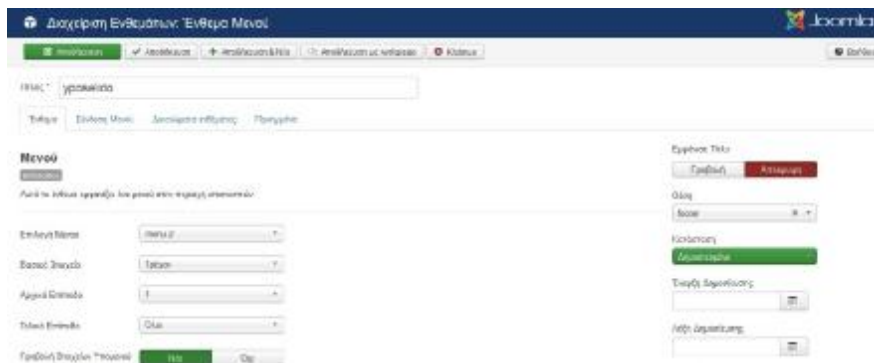


Εικόνα 94: επεξεργασία στοιχείου μενού

Αφού ολοκληρώσουμε κάνουμε κλικ στο μενού επεκτάσεις, επιλέγουμε διαχείριση ενθεμάτων. Δημιουργούμε ένα νέο ενθεμα με τον τίτλο υποσέλιδο.

Κάνουμε κλικ στο ενθεμα που δημιουργήσαμε ώστε να το επεξεργαστούμε. Στην οθόνη που εμφανίζεται επιλέγουμε:

- Επιλογή μενού: μενού 2
- Βασικό στοιχείο: τρέχον
- Εμφάνιση τίτλου: απόκρυψη
- Θέση: υποσέλιδο (footer)



Εικόνα 95: επεξεργασία ενθέματος υποσέλιδου

Κάνοντας κλικ στο κουμπί αποθήκευση το αποτέλεσμα είναι στη παρακάτω εικόνα.



Εικόνα 96: υποσέλιδο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ:6 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

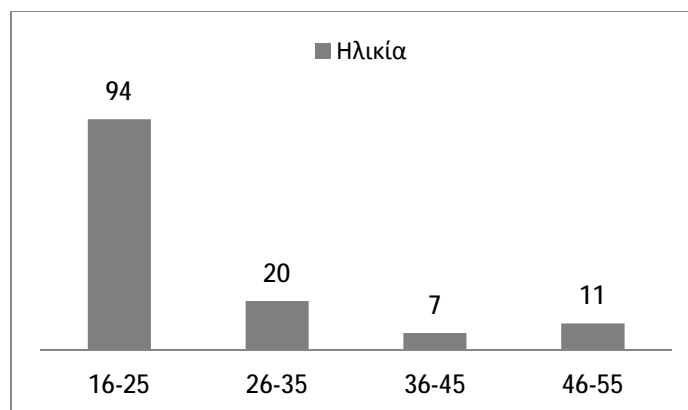
6.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι καταγραφή της χρήσης των διαδικτυακών υπηρεσιών στα μουσεία αναζητώντας την ανταπόκριση του κοινού στις πηγές των καλλιτεχνικών και πολιτιστικών πληροφοριών. Ιδιαίτερα σε μια περίοδο όπως η σημερινή που χαρακτηρίζεται από τη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και της χρήσης του διαδικτύου και την παράλληλη προσπάθεια των πολιτιστικών οργανισμών να αξιοποιήσουν τις διαθέσιμες τεχνολογικές εφαρμογές. Ο αριθμός των μουσειακών ιστοσελίδων στο διαδίκτυο είναι μεγάλος και καθημερινά αυξάνεται.

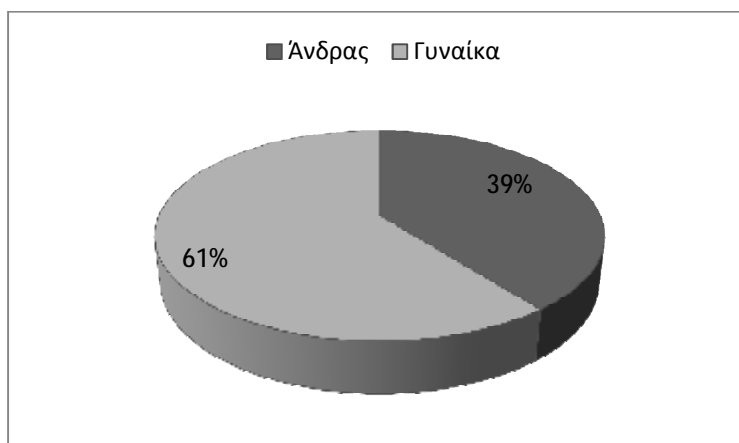
Στη φάση της επιλογής μεθόδου συλλογής των στοιχείων της έρευνας κρίθηκε ότι είναι απαραίτητη η συλλογή δεδομένων μέσω της δημιουργίας ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Αφού προσδιορίστηκε το πλαίσιο της έρευνας οι υποθέσεις εργασίας και τα υπό εξέταση θέματα, προσδιορίστηκε το είδος και το περιεχόμενο των ερωτήσεων καθώς και οι κλίμακες μέτρησης. Στη συνέχεια δημοσιεύτηκε , συνολικά συλλέχτηκαν 130 απαντήσεις σε προγραμματισμένο διάστημα 2 εβδομάδων (10-23 Νοεμβρίου 2014). Τέλος πραγματοποιήθηκε η επεξεργασία των απαντήσεων και η ανάλυση των δεδομένων.

6.2 ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.Ποια είναι η ηλικία σας;



2.Φύλο;



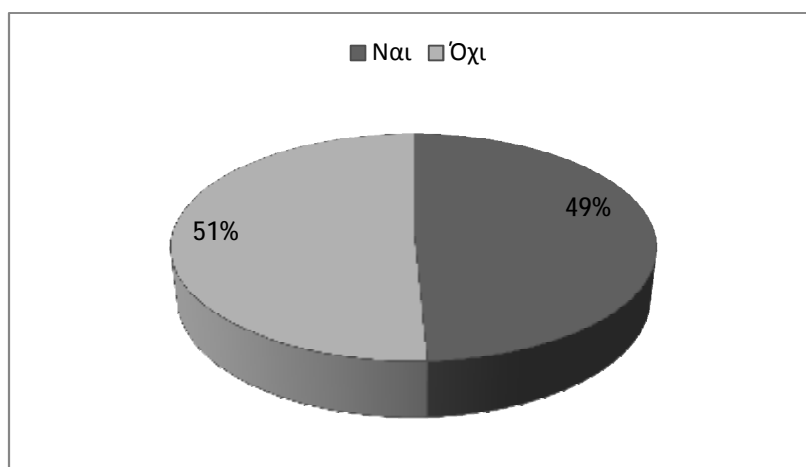
3.Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;



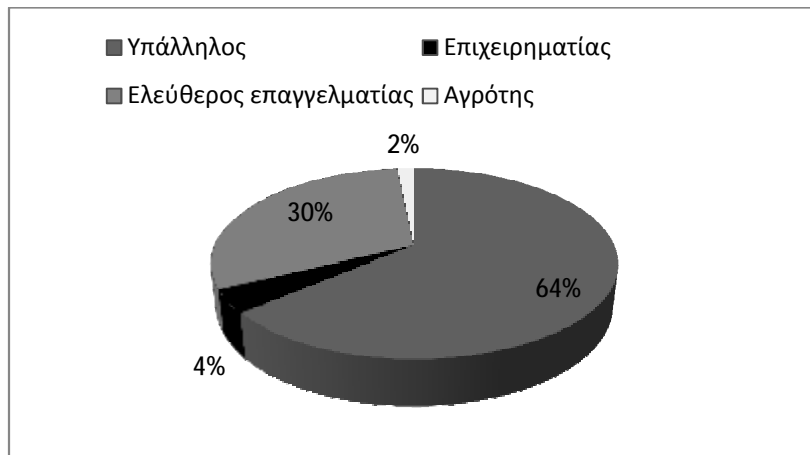
4.Ποιος είναι ο τύπος κατοικίας σας;

Το ερωτηματολόγιο απάντησαν άτομα από πολλές περιοχές τις Ελλάδας μιας και ήταν δημοσιευμένο στο διαδίκτυο.

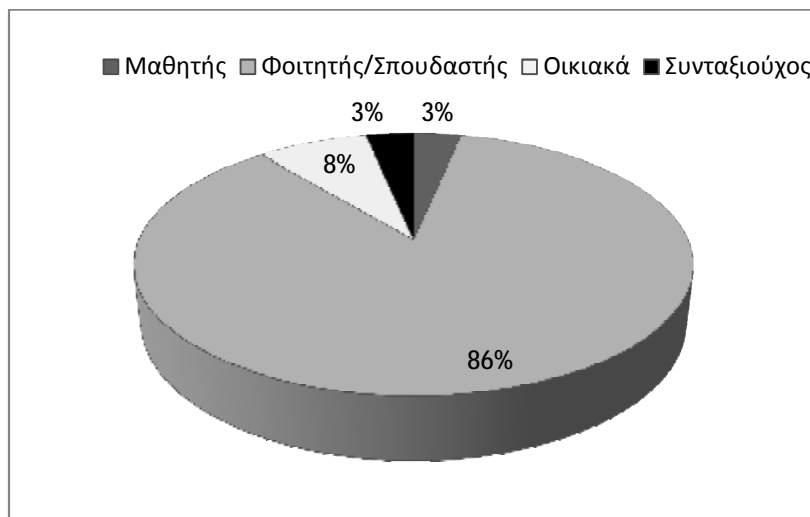
5.Είστε εργαζόμενη-ος;



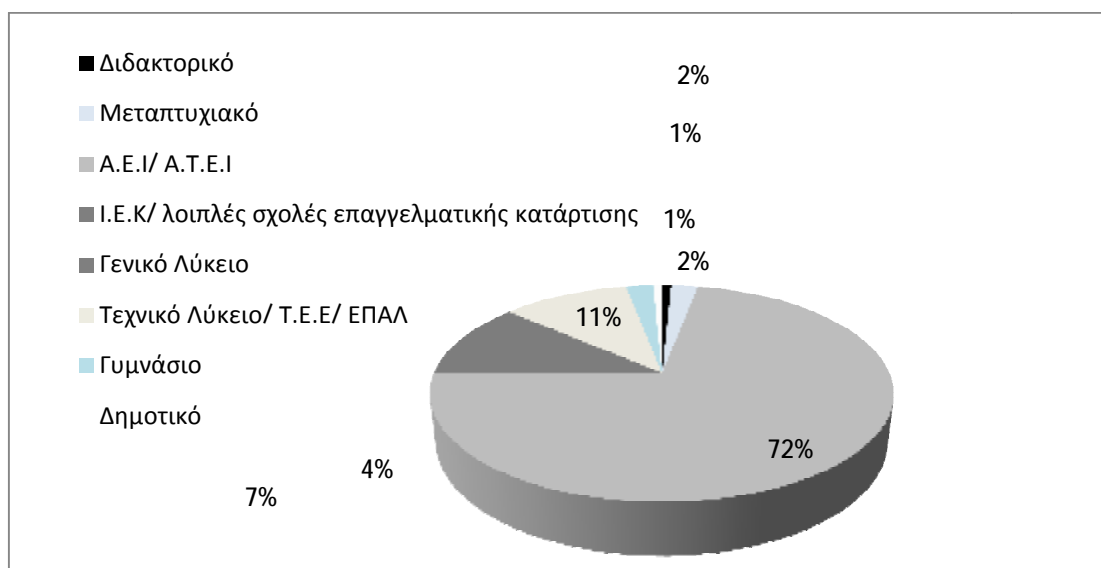
6. Αν ναι ποιο από τα παρακάτω θα σας χαρακτήριζε;



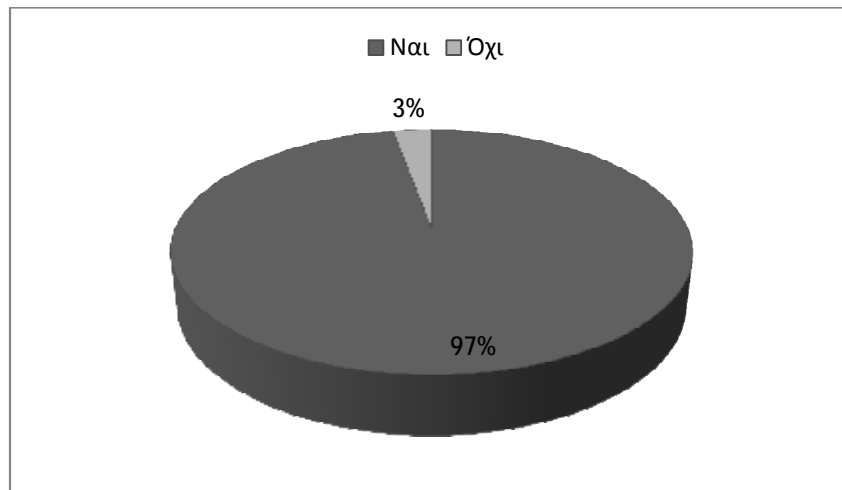
7. Σε περίπτωση που δεν εργάζεστε ποιο από τα παρακάτω θα σας χαρακτήριζε;



8. Ποιο είναι το επίπεδο σπουδών σας;



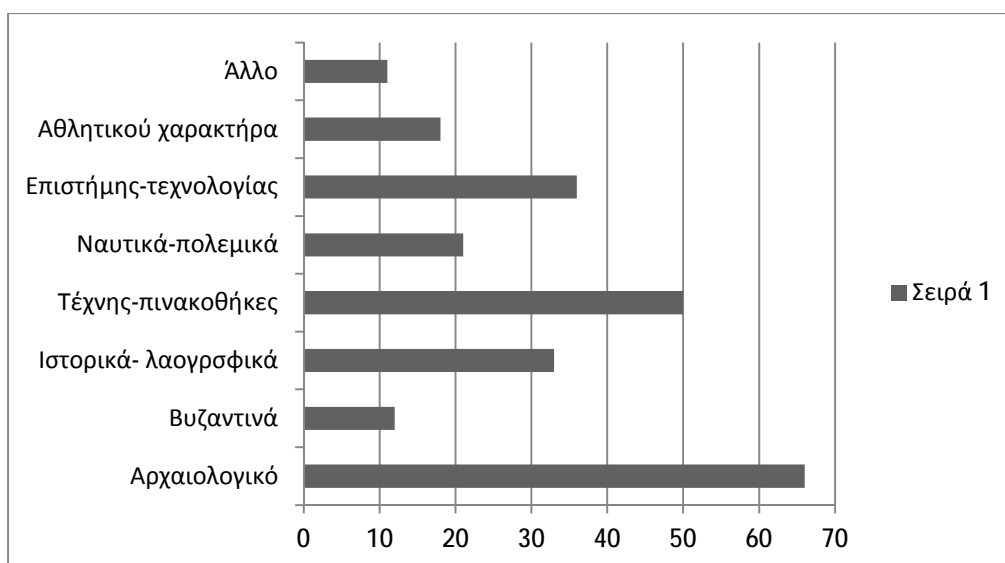
9.Γνωρίζετε κάποια ξένη γλώσσα;



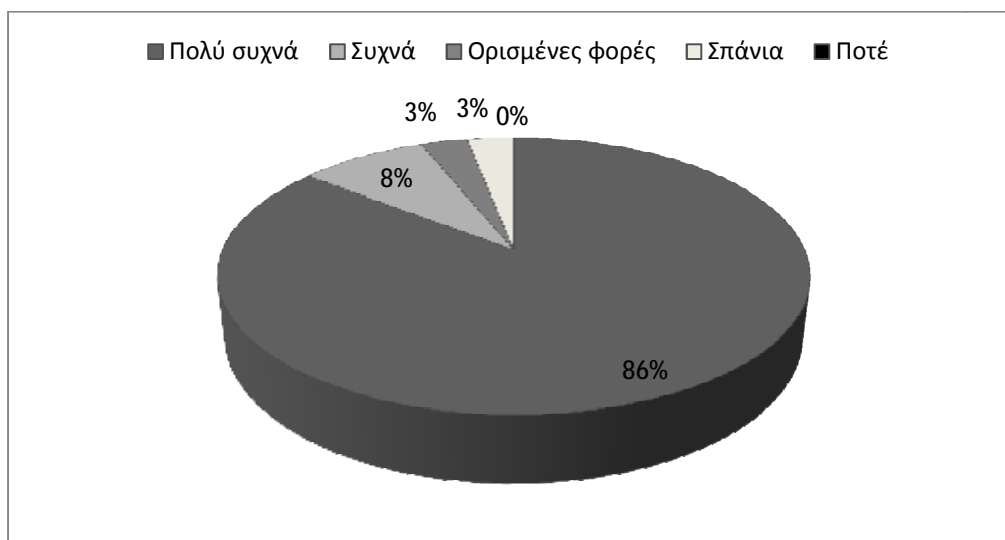
10.Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα μουσείο;



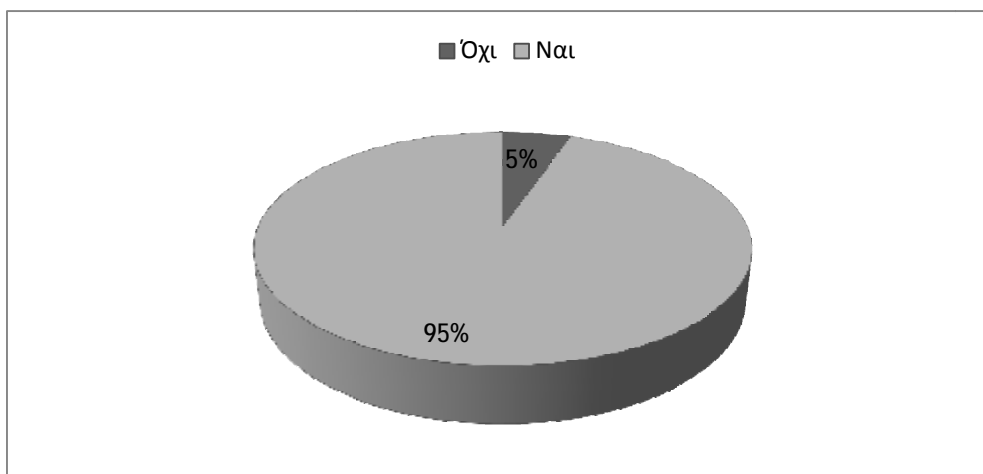
11.Ποια θεματολογία μουσείων προτιμάτε;



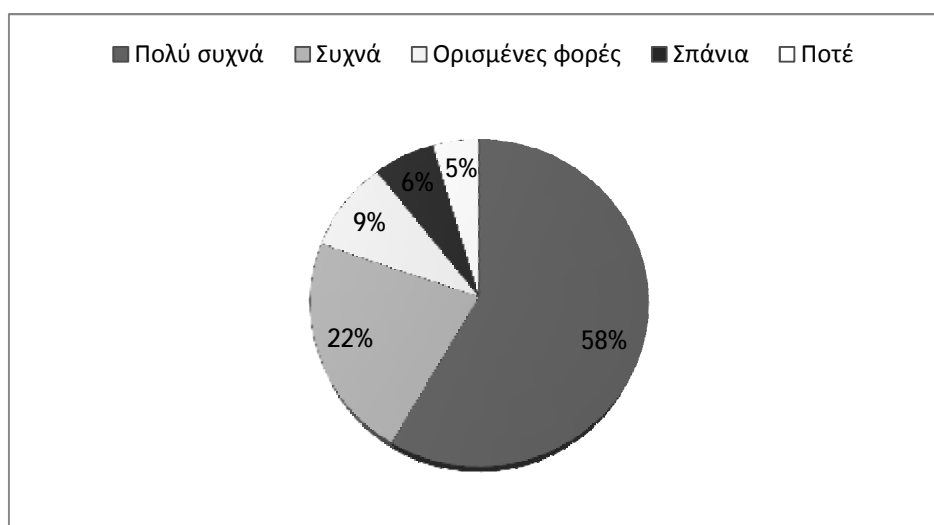
12. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;



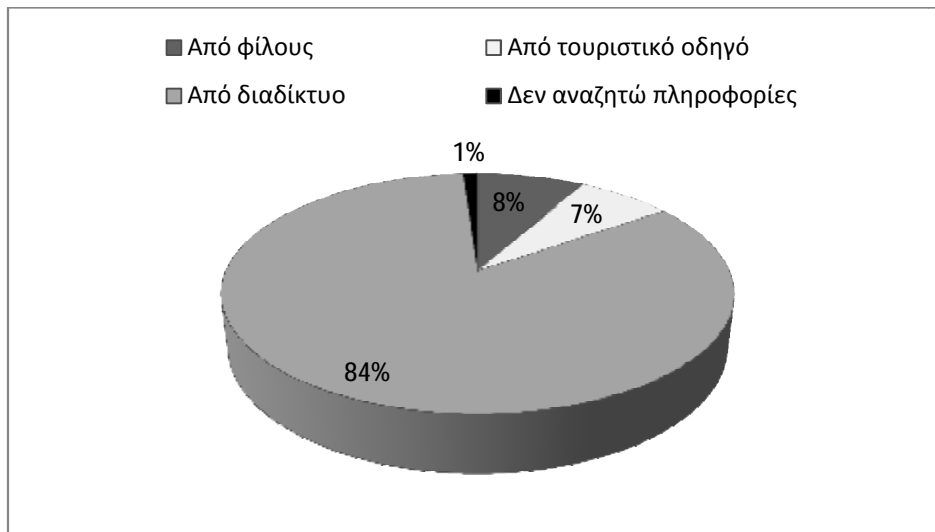
13. Διαθέτετε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (mail)



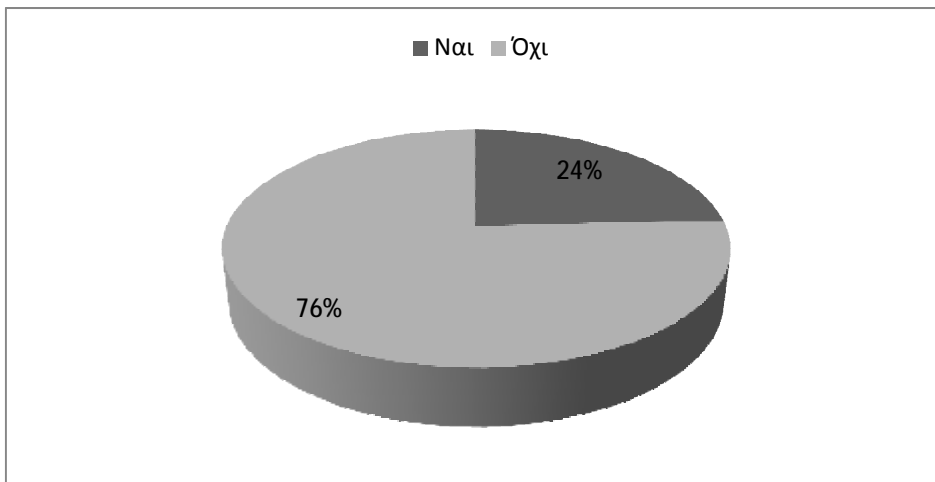
14. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τηλεδιάσκεψης ή άλλες υπηρεσίες;



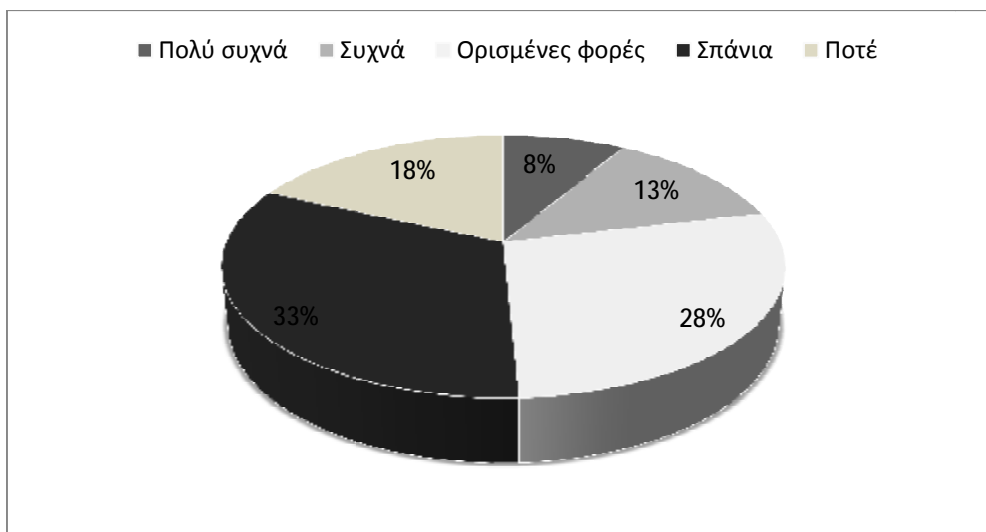
15. Πριν την επίσκεψη ενός μουσείου αναζητείτε πληροφορίες;



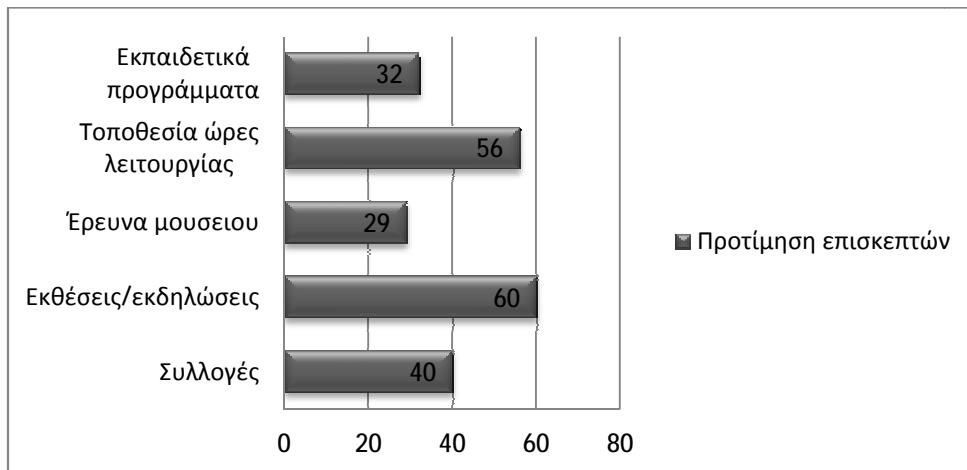
16. Ανήκετε σε «φίλους» κάποιου μουσείου;



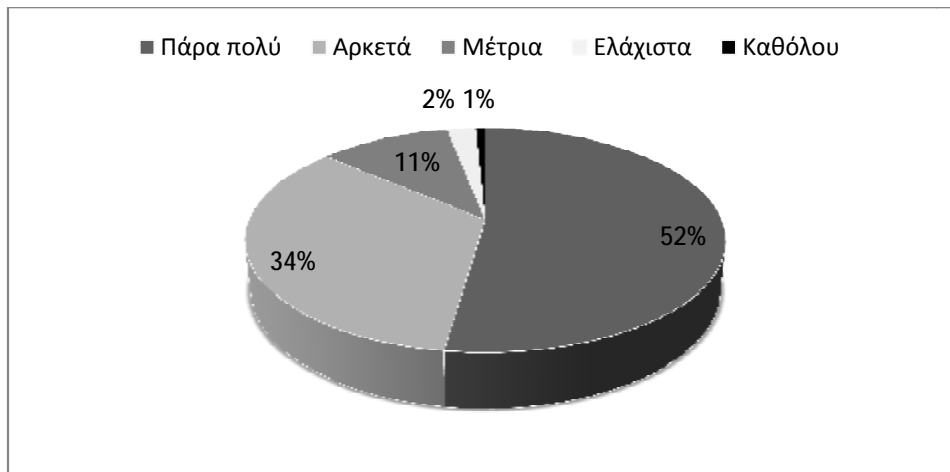
17. Πόσο συχνά επισκέπτεσαι μια ιστοσελίδα μουσείου;



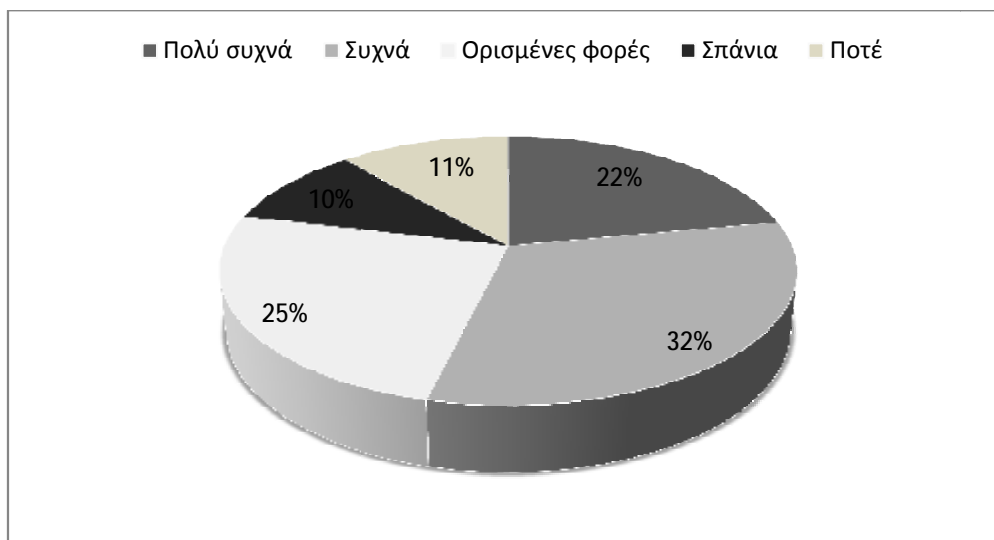
18.Κατα την επίσκεψη μιας ιστοσελίδας μουσείου ενδιαφέρεστε περισσότερο;



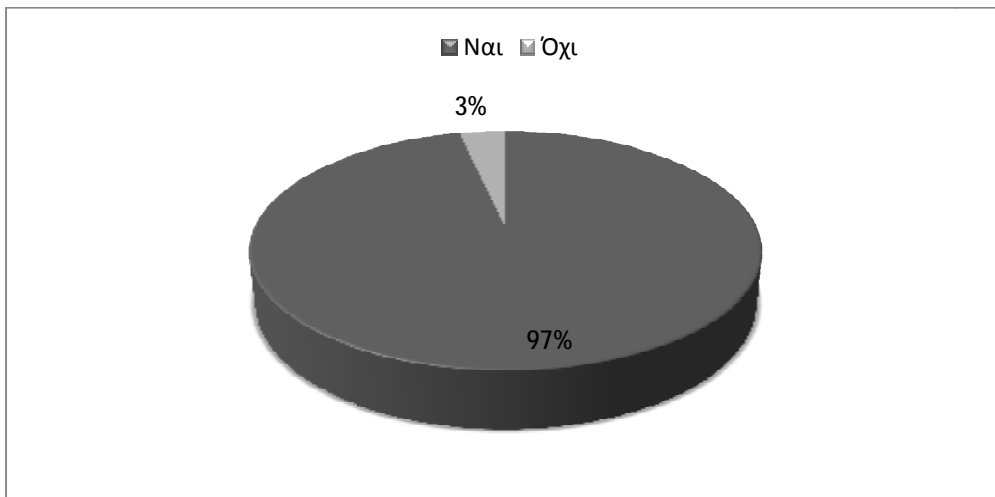
19.Πόσο χρήσιμη νομίζεις ότι είναι μια ιστοσελίδα ενός μουσείου στην αύξηση της επισκεψιμότητας του;



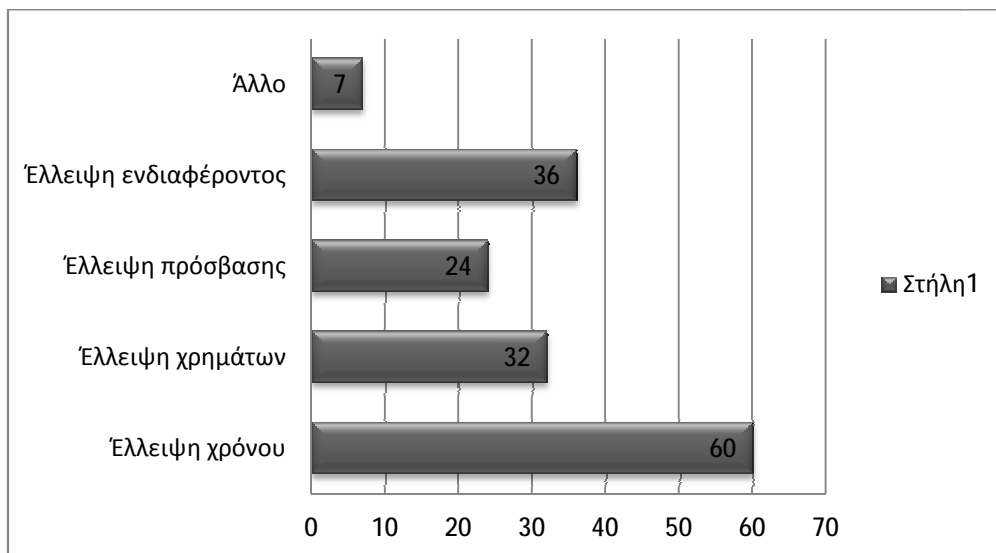
20.Πόσο συχνά σας φάνηκε χρήσιμη μια ιστοσελίδα μουσείου;



21. Θα θέλατε να ασχοληθείτε πιο συχνά με τα μουσεία;



22. Τι σας εμποδίζει ώστε να ασχοληθείτε περισσότερο με τα μουσεία;



23. Τι θα προτείνατε για την βελτίωση των διαδικτυακών υπηρεσιών ενός μουσείου;

Μια ιστοσελίδα μουσείου πρέπει να είναι σαφές και άρτια δομημένη με απλοποιημένα μονοπάτια πλοήγησης, μετάφραση και γλωσσική επιμέλεια περιεχομένου, συνεχή ενημέρωση με περισσότερες πληροφορίες για το μουσείο (ημέρες – ώρες λειτουργίας, διευκρίνιση αργιών) και για τις συλλογές- εκθέσεις του. Επίσης εμπλουτισμένη με εικόνες, σχετικά κείμενα και εικονική περιήγηση με διακρατικά εκθέματα. Τέλος δημιουργία e-shop και forum στο οποίο οι επισκέπτες θα μπορούν να απευθύνουν ερωτήσεις στο προσωπικό του μουσείου.

6.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Σε γενικό πλαίσιο μετά την ανάλυση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν στα πλαίσια της έρευνας δείχνουν ξεκάθαρα, ότι ένα μουσείο ανεξαρτήτως περιεχομένου πρέπει να διαθέτει ιστοσελίδα καθώς προσελκύει το κοινό και δημιουργεί αύξηση της επισκεψιμότητας του. Το συντριπτικό ποσοστό του 97% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι τους ενδιαφέρει η ενασχόληση με τους μουσειακούς χώρους. Στη συγκεκριμένη περίπτωση το ενδιαφέρον του κοινού φαίνεται να υπάρχει, άρα είναι ανάγκη να δημιουργηθούν οι κατάλληλες προϋποθέσεις που θα οδηγήσουν στην επίσκεψη τελικά του μουσείου. Άρα μία ιστοσελίδα σωστά δομημένη θα καταφέρει να οξύνει το ενδιαφέρον. Ειδικότερα στις νεαρές ηλικίες όπου το διαδίκτυο έχει γίνει πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας τους είναι εύλογη έως και αναγκαία η ύπαρξη ιστοσελίδας για τα μουσεία. Μια ιστοσελίδα είναι χρήσιμη συχνά σε κοινό το οποίο θέλει να ασχοληθεί περισσότερο και να γίνει πιο ενεργό μέλος σε τέτοιους οργανισμούς όμως το περιορίζει η έλλειψη πρόσβασης και χρόνου.

Όσον αφορά την θεματολογία των μουσείων παρατηρήθηκε ότι μετά το αρχαιολογικό ακολουθούν αυτά με περιεχόμενο τις τέχνες και οι πινακοθήκες. Αυτό μας δείχνει ότι το Μουσείο Φωτογραφίας της Θεσσαλονίκης βρίσκεται πολύ κοντά στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Το 86% των ερωτηθέντων απάντησε ότι χρησιμοποιεί το διαδίκτυο πολύ συχνά δείχνοντας ότι ένας διαδικτυακός ιστότοπος θα βοηθούσε στην αύξηση της επισκεψιμότητας αλλά και στην διαφήμιση του ίδιου του μουσείου Φωτογραφίας και των εκθεμάτων του. Η ιστοσελίδα που αντιπροσωπεύει το Μουσείο Φωτογραφίας λοιπόν θα πρέπει να κρατήσει αμείωτο το ενδιαφέρον των επισκεπτών και να σταθεί αντάξια στο κύρος του μουσείου που αντιπροσωπεύει.

Εν κατακλείδι, οι ερωτηθέντες έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον τόσο στις πληροφορίες που είναι σχετικές με τις εκδηλώσεις και τις εκθέσεις ενός μουσείου όσο στις τοποθεσίες αλλά και τις ώρες λειτουργίας του. Οι πληροφορίες αυτές λοιπόν είναι μείζονος σημασίας και πρέπει να προστεθούν στην ιστοσελίδα. Τέλος αρκετό ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι το 33% δηλώνει ότι επισκέπτεται την ιστοσελίδα ενός μουσείου σπάνια, ενώ μόλις το 8% πολύ συχνά. Στόχος λοιπόν της έρευνας ήταν να συλλεχτούν αυτά τα δεδομένα έτσι ώστε να αντιστραφούν αυτά τα ποσοστά στο μέλλον καθώς οι εποχές αλλάζουν και η διάδοση των νέων τεχνολογιών δημιουργεί καινούργιες προκλήσεις στο χώρο του πολιτισμικού ενδιαφέροντος.

Βιβλιογραφία

- Οικονόμου, Μ. *Νέες τεχνολογίες στα ελληνικά μουσεία: διάδραση και νέα μοντέλα επικοινωνίας με τον επισκέπτη. Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, Πολεμικό Μουσείο Αθηνών, 16 Ιουνίου 2007.*
- Στεφανίδης, Κ. και γραμμένος, Δ. *ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και ψηφιακής πληροφορίας σε μουσεία και εκθεσιακούς χώρους. Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, Πολεμικό Μουσείο Αθηνών, 16 Ιουνίου 2007.*
- Σταυρινάδου, Χ. (2003). *Η χρήση του ίντερνετ στα μουσεία: διεθνής και ελληνική εμπειρία. Πτυχιακή εργασία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.*
- Καραφάκη, Ε.(2008). *Ηλεκτρονική διαχείριση εκθεμάτων στα ελληνικά μουσεία. Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών.*
- Μιχαηλίδου, Μ.(2003). *Μουσείο: πορεία και προοπτικές προς τον 21 αιώνα. Το μουσείο τεύχος 4.*
- Μπούνια, Α. (2009). *Στα παρασκήνια του μουσείου. Αθήνα: Πατάκη.*
- Βασιλείου, Κ. (2012). *Προς την τεχνολογία της τέχνης. Αθήνα: Πλέθρον.*
- Τσώλης, Κ. Δημήτριος. *Προστασία και διαχείριση πνευματικών δικαιωμάτων ψηφιακού περιεχομένου. Οι νέες τεχνολογίες στα μουσεία, πολεμικό Μουσείο Αθηνών, 16 Ιουνίου 2007.*
- Παραδείσας, Μ. (2012). *Ψηφιακή διαχείριση πνευματικών δικαιωμάτων (DRM). Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο πειραιώς.*
- Καλλινίκου, Δ. (2005). *Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας στο διαδίκτυο.*
- Σαμψωνόγλου, Μ. (2006). *On-line μουσεία. Πρότυπα και ερευνητικά έργα. Πτυχιακή Εργασία, Ιόνιο Πανεπιστήμιο.*
- Μπήτρος, Ι. (2010). *Μελέτη και ανάπτυξη συστήματος υποστήριξης κίνησης εικονικών διαδραστικών χαρακτήρων. Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών.*
- Σηφαλάκη, Α. (2008). *Η δημιουργία ενός εικονικού μουσείου με τρισδιάστατα εκθέματα. Μεταπτυχιακή Εργασία, Πολυτεχνείο Κρήτης.*
- Κώστας, Ξ. & Μανώλης, Μ. (2014). *Μαθαίνετε εύκολα Joomla! 3.x. Αθήνα: Ξαρχάκος.*
- Burge, S. (2014). *Joomla! 3 explained: your step- by- step guide.*
- Meloni, J. (2014). *Μάθετε PHP, MySQL και Apache Όλα σε Ένα. (Ι. Σαμαράς, μεταφρ.): Μ. Γκιούρδας.*
- Marriott, J. & Waring, E. (2010). *The Official Joomla! Book (Joomla! Press).*

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

Πετσούκος. *Tutorials.computerman.gr*. Ανακτήθηκε 10 Ιουλίου, 2014, από <http://tutorials.computerman.gr/series/joomla-25-basics/>.

Apachefriends.org. Ανακτήθηκε 8 Ιουλίου, 2014, από <https://www.apachefriends.org/index.html>.

Community.joomla.org. Ανακτήθηκε 1 Μαρτίου, 2015, από <http://community.joomla.org/translations.html>

Securitydnainfo.blogspot.gr. Ανακτήθηκε 16 Σεπτεμβρίου, 2014, από <http://securitydnainfo.blogspot.gr/2013/01/windows-7.html>.

Icetheme.com. Ανακτήθηκε 5 Φεβρουαρίου, 2014, από <http://www.icetheme.com/themes/black-and-white-2>.

Joomla.org. Ανακτήθηκε 18 Δεκεμβρίου, 2014, από <http://www.joomla.org/download.html>.

Google.gr/maps. Ανακτήθηκε 19 Ιουνίου, 2015, από <https://www.google.gr/maps>.

Μουσείο φωτογραφίας Θεσσαλονίκης. <http://www.thmphoto.gr/>.
<http://www.photobiennale.gr/>. www.photomuseum-cedefopaward.gr/

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Ποια είναι η ηλικία σας; Υποχρεωτική

.....

2. Φύλο; Υποχρεωτική

- Άνδρας
- Γυναίκα

3. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση; Υποχρεωτική

- Έγγαμος
- Άγαμος

4. Ποιος είναι ο τόπος κατοικίας σας; Υποχρεωτική

.....

5. Είστε εργαζόμενη-ος; Υποχρεωτική

- Ναι
- Όχι

6. Αν ναι ποιο από τα παρακάτω θα σας χαρακτήριζε;

- Υπάλληλος
- Επιχειρηματίας
- Ελεύθερος επαγγελματίας
- Αγρότης

7. Σε περίπτωση που δεν εργάζεστε ποιο από τα παρακάτω θα σας χαρακτήριζε;

- Μαθητής
- Φοιτητής/Σπουδαστής
- Οικιακά
- Συνταξιούχος

8. Ποιο είναι το επίπεδο σπουδών σας; Υποχρεωτική

- Διδακτορικό
- Μεταπτυχιακό
- Α.Ε.Ι/Α.Τ.Ε.Ι
- Ι.Ε.Κ/ λοιπές σχολές επαγγελματικής κατάρτισης
- Γενικό λύκειο
- Τεχνικό λύκειο/ Τ.Ε.Ε /ΕΠΑΛ
- Γυμνάσιο
- Δημοτικό

9. Γνωρίζετε κάποια ξένη γλώσσα; Υποχρεωτική

- Ναι
- Όχι

10. Πόσο συχνά επισκέπτεστε ένα μουσείο; Υποχρεωτική

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Ορισμένες φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

11. Ποια θεματολογία μουσείων προτιμάτε; Υποχρεωτική

- Αρχαιολογικά
- Βυζαντινά
- Ιστορικά- λαογραφικά
- Τέχνης- πινακοθήκες
- Ναυτικά- πολεμικά
- Επιστήμης- τεχνολογίας
- Αθλητικού χαρακτήρα
- Άλλο

12. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο; Υποχρεωτική

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Ορισμένες φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

13. Διαθέτετε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (mail); Υποχρεωτική

- Ναι
- Όχι

14. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τηλεδιάσκεψης ή άλλες υπηρεσίες; Υποχρεωτική

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Ορισμένες φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

15. Πριν την επίσκεψη ενός μουσείου αναζητείτε πληροφορίες; Υποχρεωτική

- Από φίλους
- Από τουριστικό οδηγό
- Από διαδίκτυο
- Δεν αναζητείτε πληροφορίες

16. Ανήκετε σε «φίλους» κάποιου μουσείου; Υποχρεωτική

- Ναι
- Όχι

17. Πόσο συχνά επισκέπτεσαι μια ιστοσελίδα μουσείου; Υποχρεωτική

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Ορισμένες φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

18. Κατα την επίσκεψη μιας ιστοσελίδας μουσείου ενδιαφέρεστε περισσότερο; Υποχρεωτική

- Για συλλογές
- Για εκθέσεις/ εκδηλώσεις
- Έρευνα του μουσείου
- Για τοποθεσία και ώρες λειτουργίας
- Εκπαιδευτικά προγράμματα

19. Πόσο χρήσιμη νομίζεις ότι είναι μια ιστοσελίδα ενός μουσείου στην αύξηση της επισκεψιμότητάς του; Υποχρεωτική

- Πάρα πολύ
- Αρκετά
- Μέτρια
- Ελάχιστα
- Καθόλου

20. Πόσο συχνά σας φάνηκε χρήσιμη μια ιστοσελίδα μουσείου; Υποχρεωτική

- Πολύ συχνά
- Συχνά
- Ορισμένες φορές
- Σπάνια
- Ποτέ

21. Θα θέλατε να ασχοληθείτε πιο συχνά με τα μουσεία; Υποχρεωτική

- Ναι
- Όχι

22. Τι σας εμποδίζει ώστε να ασχοληθείτε περισσότερο με τα μουσεία; Υποχρεωτική

- Έλλειψη χρόνου
- Έλλειψη χρημάτων
- Έλλειψη Πρόσβασης
- Έλλειψη ενδιαφέροντος
- Άλλο

23. Τι θα προτεινάτε για την βελτίωση των διαδικτυακών υπηρεσιών ενός μουσείου; Υποχρεωτική

.....
.....
.....