

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τεχνολογία και η τέχνη κινούνταν πάντα σε συγκλίνουσες και συχνά ταυτιζόμενες διαδρομές, τόσο στο πλαίσιο της ίδιας της δημιουργικής πρακτικής όσο και της χρήσης της τεχνολογίας για την προβολή και την προώθηση των έργων τέχνης σε διάφορες κατηγορίες κοινού. Από τον από μηχανής θεό του αρχαίου ελληνικού θεάτρου (Λαλιώτη, 2022) ως τη δυνατότητα συμπαρουσίας ατόμων από διαφορετικούς γεωγραφικούς ή ακόμα και χρονικούς τόπους στη σκηνή μιας μουσικής, θεατρικής ή χορευτικής παράστασης (Ojha, 2024· Content & Content, 2022· Moura et al., 2021), η τεχνολογία στάθηκε συνοδοιπόρος, μερικές φορές ακόμα και εμπνευστής, της καλλιτεχνικής δημιουργίας. Οι διάφορες αναδιαμεσολαβήσεις (Paradaki, 2023) –π.χ., της λογοτεχνίας από τον κινηματογράφο–, αποδιαμεσολαβήσεις (Μπαλτζής, 2018) –π.χ., αποδέσμευση των μουσικών δημιουργών από τη μουσική βιομηχανία στο ψηφιακό περιβάλλον–, διευρυμένες μεσοποιήσεις (Thompson, 1994) –π.χ., προβολή μιας συναυλίας μέσω της τηλεοπτικής οθόνης– έχουν επίσης τεκμηριώσει ή/και επανασκιαγραφήσει τη σχέση της τέχνης με την τεχνολογία, ενώ σύγχρονες θεωρήσεις βλέπουν την τέχνη και την τεχνολογία στον πληθυντικό, «ως μια ποικιλία τρόπων με τους οποίους αντιλαμβανόμαστε και βιώνουμε τον κόσμο» (Λαλιώτη, 2022).

Οι ψηφιακές τεχνολογίες, πιο συγκεκριμένα, φαίνεται να έχουν ιδιαίτερη σχέση με την τέχνη και τον πολιτισμό, ως εργαλεία παραγωγής έργων, πολιτιστικών αγαθών ή/και υπηρεσιών, αλλά και ως μέσα παρουσίασης και διανομής τους. Η ψηφιακή τέχνη –απόγονος ή φιλοξενούμενη των ψηφιακών μέσων επικοινωνίας– είναι, από το 1990, περισσότερο προσβάσιμη από μεγαλύτερο κοινό, κάτι που την καθιστά πιο οικεία, καθώς συνδιαλέγεται με τον θεατή/ακροατή/χρήστη στον προσωπικό του χώρο και σε επιλεγμένο από τον ίδιο χωροχρονικό πλαίσιο. Τα τελευταία χρόνια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) και οι διαδραστικές ψηφιακές επικοινωνιακές πρακτικές έχουν ανασχηματίσει όσο και ανανοηματοδοτήσει την επαφή του κοινού με τις διάφορες μορφές τέχνης, πολιτιστικών αγαθών ή/και υπηρεσιών. Τα ανατροφοδοτικά και διαντιδραστικά, προσαρμοστικά ή/και συνδιαμορφούμενα από τον χρήστη δημιουργήματα παρουσιάζουν έναν κόσμο μη παραστατικό, αλλά ριζοσπαστικό και σαφώς διαχωριζόμενο από την παρελθούσα αναλογική, γνώριμη, αλλά μονοκατευθυντήρια γραμμική συνθήκη.

Οι νέες συνθήκες που δημιούργησε η πανδημία το 2020 έχουν επηρεάσει τον τρόπο επικοινωνίας σε αρκετούς τομείς της ζωής των πολιτών σε

παγκόσμιο επίπεδο. Όλο και περισσότερο αναπτύσσεται και χρησιμοποιείται η ψηφιακή επικοινωνία στην καθημερινή αλληλόδραση. Το επικοινωνιακό πεδίο αλλάζει ως προς το περιεχόμενο, το πλαίσιο παραγωγής και πρόσληψης, αλλά και ως προς τον τρόπο που το μήνυμα μορφοποιείται και «επικοινωνείται». Η επικοινωνία διενεργείται κυρίως ψηφιακά με τη βοήθεια των σύγχρονων τεχνολογικών μέσων. Η οθόνη του υπολογιστή ή του κινητού μας τηλεφώνου δεν μετατρέπεται απλώς σε «παράθυρο μέσω του οποίου ο αναγνώστης εξερευνά ένα δυνατό απόθεμα περιεχομένων» (Lévy, 1999: 51), αλλά σε πολυδιάστατη μεμβράνη/σημειόσφαιρα, εξαρτώμενη από τον θεατή (Papadaki, 2007) ή σε ανοικτή πύλη εισόδου σε συμμετοχική και συνεργατική διεργασία συμπαραγωγής πληροφορίας. Δημιουργούνται και αναπτύσσονται νέοι τρόποι ψηφιακής επικοινωνίας και διάδρασης, νέες οικειοποιήσεις ψηφιακών μηνυμάτων, που προϋποθέτουν νέες μορφές ψηφιακής εγγραμματοσύνης, σε ένα πολλαπλώς και ποικιλοτρόπως διαμεσολαβούμενο οικοσύστημα ανθρωπίνων διεπαφών.

Πολλές από τις ανθρώπινες εμπειρίες και συναισθήσεις, όπως η φυσική ανθρώπινη επαφή, η ζωντανή συντροφιά, η μυρωδιά του χαρτιού μιας επιστολής, η «αύρα» της σφραγίδας μιας καρτ ποστάλ από έναν μακρινό προορισμό, αλλά και η παρακολούθηση μιας παράστασης ή μιας συναυλίας μετεξελίσσονται, μετασχηματίζονται και σχεδόν επινοούνται εκ νέου στα άυλα κοινωνικά δίκτυα του ψηφιακού περιβάλλοντος. Εργασιακές, πολιτιστικές, τουριστικές, κοινωνικές, εκπαιδευτικές, φιλικές, ακόμα και οικογενειακές συναντήσεις πραγματοποιούνται μέσα και πίσω από οθόνες. Η παρουσία –ενσώματη ή ασώματη– και η επικοινωνία –μονοκατευθυντήρια, διαδραστική ή και διαλογική– μπορεί να γίνει σταθερά ή εν κινήσει με τη χρήση διαφορετικής συσκευής, διαφορετικής οθόνης. Αναμφίβολα, τα ψηφιακά μέσα, σε κάθε τους μορφή, είναι συναρπαστικά. Είναι σύνθετα και πολυδιάστατα –και πανταχού παρόντα– έτσι ώστε η κοινωνική επιρροή να μη σταματάει στους ανθρώπους που γνωρίζουμε και οι εμπειρίες μας –κοινωνικές, πολιτιστικές, τουριστικές– να αποδεσμεύονται από χωροχρονικά πλαίσια αναφοράς ή άλλους περιορισμούς.

Αυτές οι συναρπαστικές αλλά συνάμα αμφιλεγόμενες δυνατότητες των ψηφιακών μέσων έχουν αποτελέσει αντικείμενο ποικίλων μελετών, άλλοτε υιοθετώντας ουτοπικές θεωρήσεις «ανοίγματος» και εκδημοκρατισμού και άλλοτε υπογραμμίζοντας δυστοπίες επιτήρησης, εθισμού ή/και υποταγής. Σε αυτή τη συζήτηση έρχεται να συμβάλει ο συλλογικός τόμος *Η ψηφιακή επικοινωνία στον πολιτισμό*, εστιάζοντας στους χώρους του πολιτισμού στον ελλαδικό χώρο. Η ανάγκη διατήρησης της επικοινωνίας των πολιτιστικών οργανισμών και φορέων με τις διάφορες κατηγορίες του κοινού τους για το διάστημα που δεν μπορούσαν να υποδεχθούν κοινό στους χώρους τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας της Covid-19, όσο και η ανάγκη επιβίωσης, συνετέλεσαν στη γρήγορη υιοθέτηση ή/και ανάπτυξη ψηφιακών μορφών ορατότητας, ψηφιακής προσβασιμότητας και επικοινωνίας. Σε αυτούς τους χώρους πατηρήθηκε ένα μεγάλο ψηφιακό άλμα κατά την περίοδο της πανδημίας στον ελ-

λαδικό χώρο. Παρουσιάστηκαν ψηφιακές παραστάσεις και εικονικές εκθέσεις, προβλήθηκαν συνεντεύξεις, συζητήσεις και πρόβες στα παρασκήνια, συνδεθήκαμε με τους προσωπικούς χώρους των καλλιτεχνών, διαδράσαμε με πολιτιστικά αγαθά και συντελεστές πολιτιστικών δράσεων. Αλλάξαμε πολιτιστικές πρακτικές και συνήθειες.

Την περίοδο της πανδημίας το κοινό έγινε μάρτυρας πολλών μετασχηματισμών αναφορικά με την πρόσβαση στην τέχνη, τα πολιτιστικά αγαθά και τις υπηρεσίες. Καθώς δεν ήταν δυνατό να παρευρεθεί με φυσική παρουσία στους χώρους των πολιτιστικών οργανισμών, λόγω των υγειονομικών πρωτοκόλλων και των περιορισμών που αυτά επέβαλλαν, επισκεπτόταν ψηφιακές αίθουσες εκθέσεων ή/και επιτελέσεων, αφού προμηθευόταν –και πάλι ψηφιακά– το σχετικό ηλεκτρονικό εισιτήριο, πολλές φορές καταβάλλοντας κάποιο αντίτιμο. Με την ολοκλήρωση κάθε ψηφιακής επιτέλεσης/ξενάγησης/έκθεσης δεν υπήρχε χειροκρότημα, αλλά ψηφιακός σχολιασμός, αντίστοιχος με αυτόν που ενθαρρύνεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εικονίδια και σύντομες φράσεις πλημμύριζαν τις οθόνες των υπολογιστών, ακόμα και κατά τη διάρκεια των ψηφιακών επιτελέσεων, ή ακόμα και των τηλεοπτικών συσκευών, αφού και τα τηλεοπτικά κανάλια δανείστηκαν, εκείνη την περίοδο, τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών μέσων. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η τηλεοπτική μουσική εκπομπή «Σπίτι με το Mega», όπου φιλοξενούνταν κάθε εβδομάδα γνωστοί Έλληνες μουσικοί, που καλούνταν να πραγματοποιήσουν μια τηλεοπτική συναυλία, εφόσον οι ακροατές έπρεπε να μείνουν στο σπίτι. Στο κάτω μέρος της οθόνης δεξιά εμφανίζονταν σχόλια του κοινού, από όλα τα σημεία της Ελλάδας, τα οποία στο μεγαλύτερο μέρος τους ευχαριστούσαν τους καλλιτέχνες για την τηλεοπτική τους παρουσία στα σπίτια τους.

Εκτός από τις τηλεοπτικές και ψηφιακές αίθουσες όμως, το κοινό προσκλήθηκε και στους ιδιωτικούς χώρους των καλλιτεχνών, καθώς κάποιοι πολιτιστικοί οργανισμοί πρόβαλλαν, μέσα από τους λογαριασμούς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τις πρόβες κάποιων από τους πρωταγωνιστές μέσα στο σπίτι τους. Το κοινό είχε την ευκαιρία να δει χορευτές, ηθοποιούς, εικαστικούς ή/και μουσικούς να προετοιμάζονται για κάποια ψηφιακή επιτέλεση, να δημιουργούν έργα τέχνης ή/και να προσπαθούν να παραμείνουν σε φόρμα μέχρι να ανοίξουν και πάλι οι πολιτιστικοί χώροι. Οι περισσότεροι/-ες από αυτούς/-ές έδιναν τη δυνατότητα στο κοινό να διαδράσει μαζί τους. Ακόμα όμως και σε προσωπικό επίπεδο, οι καλλιτέχνες άνοιξαν για το κοινό μια πύλη εισόδου στους προσωπικούς τους χώρους. Μουσικοί από διάφορα μέρη της Ελλάδας πραγματοποίησαν συναυλίες από τα προσωπικά στούντιο στο σπίτι τους μέσω ζωντανής διαδικτυακής μετάδοσης (live streaming), έκαναν ψηφιακές πρόβες και συνέπραξαν μουσικά μέσα από ψηφιακά παράθυρα, ενώ το χρονικό διάστημα του εγκλεισμού δημιουργήθηκαν ακόμα και τραγούδια, τα λεγόμενα τραγούδια της καραντίνας. Έγινε λοιπόν σαφές ότι πέρα από τα απαραίτητα προϊόντα που αγοράστηκαν μέσω διαδικτύου κατά την περίοδο του εγκλεισμού, όπως «χαρτί υγείας, γάντια μίας χρήσης, καταψύκτες, μηχανές ψωμιού,

παζλ, βιβλία ζωγραφικής, καθαριστές αέρα και εξοπλισμός γυμναστικής» (Bhatti et al., 2020), «καταναλώθηκε» και μεγάλη ποσότητα πολιτιστικού περιεχομένου.

Πολιτιστικοί φορείς που αξιοποίησαν τα ψηφιακά μέσα αυτή την περίοδο και ερευνητές που μελετούν τα αντίστοιχα πεδία σκιαγραφούν, στο πλαίσιο του συλλογικού αυτού τόμου, το νέο ψηφιακό πολιτιστικό τοπίο όπως διαμορφώθηκε στην Ελλάδα την περίοδο της πανδημίας και καταθέτουν τις εμπειρίες, τις απόψεις και τις πιο σύγχρονες ερευνητικές προσπάθειες σχετικά με το παρόν και το μέλλον της ψηφιακής επικοινωνίας στους χώρους αυτούς, συζητώντας τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα-θεματικές:

- **Μηνύματα και μέσα ψηφιακής επικοινωνίας στον πολιτισμό**
Με ποιους τρόπους επικοινωνήσαν οι πολιτιστικοί οργανισμοί και φορείς με τις διάφορες κατηγορίες του κοινού τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας και συνέχισαν να παρέχουν πρόσβαση στα αγαθά ή/και τις υπηρεσίες τους κατά την περίοδο που δεν μπορούσαν να υποδεχθούν κοινό στους χώρους τους – όσοι επέλεξαν να το κάνουν;
- **Ψηφιακή παρουσία και νέες πρακτικές στον πολιτισμό**
Σε ποιο βαθμό διαφοροποιήθηκε, ανασυστάθηκε ή επαναπροσδιορίστηκε η λειτουργία των οργανισμών αυτών μέσω της ψηφιακής παρουσίας τους; Δημιουργήθηκαν νέα ψηφιακά δημιουργήματα ή διαμορφώθηκαν νέες πολιτιστικές επικοινωνιακές πρακτικές και νέες πολιτιστικές συνήθειες;
- **Μετατόπιση πλαισίων και σημασιοδοτήσεων στο ψηφιακό περιβάλλον**
Με ποιους τρόπους η μετατόπιση του πλαισίου παραγωγής και πρόσληψης επιδρά στην τελική σημασιοδότηση των πολιτιστικών μηνυμάτων ή/και στη δυνατότητα συνδιαμόρφωσης μηνυμάτων από τους χρήστες;
- **Νέες σχέσεις, νέες πολιτιστικές εμπειρίες στο ψηφιακό περιβάλλον**
Ποια είναι η σχέση που διαμορφώθηκε ανάμεσα στα ψηφιακά μέσα, τους πολιτιστικούς οργανισμούς και το κοινό; Θα διατηρηθούν οι νέοι τρόποι πρόσβασης στην πολιτιστική πληροφορία και τα επόμενα χρόνια;

Είναι η εκτεχνολόγηση του πολιτισμού και η έντονη ψηφιακή ορατότητα των αντίστοιχων φορέων μια αναπόφευκτη εξέλιξη, μια νέα ανάγκη –λιγότερο ή περισσότερο προσωρινή και εξαρτώμενη από τις εκάστοτε συνθήκες– ή ένα εργαλείο ανάπτυξης σχεσιακού μάρκετινγκ, σχεδίασης διαδραστικών, πολυαισθητηριακών εμπειριών ή/και εμπειριών εμβύθισης;

Ο συλλογικός τόμος που κρατάτε στα χέρια σας θα μπορούσε να θεωρηθεί ένα ιστορικό τεκμήριο, ένα ντοκουμέντο για την ψηφιακή στροφή των πολιτιστικών οργανισμών στην Ελλάδα τα χρόνια της πανδημίας, καθώς τα μισά από τα κεφάλαια που φιλοξενεί παρουσιάζουν μελέτες περίπτωσης από ελληνικούς πολιτιστικούς οργανισμούς και τον τρόπο που αυτοί αντιμετώπισαν την επικοινωνία με το κοινό τους την περίοδο που δεν μπορούσαν να το υποδεχθούν στους χώρους τους. Τα υπόλοι-