



**Ενότητα 1:**

**Κατανόηση της  
Επιχειρηματικότητας  
στις ΠΔΒ**

**Θέμα 1.3.**

**Νέα μέσα,  
δημιουργικές  
τεχνολογίες και  
ψηφιακό περιβάλλον.  
Ψηφιακό μάρκετινγκ.**

Συγγραφείς:

**Prof. Mihai Rusen**  
**Prof. Olivera Gračanin**  
**Prof. Mihai Rusen**  
**Prof. Razvan clondir**

Ίδρυμα:

**UNS, Σερβία**  
**UNAB, Ρουμανία**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντανάκλα τις απόψεις μόνο των δημιουργών, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει ουδεμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτήν. Αριθμός έργου: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Το υλικό αυτό αποτελεί μέρος του εκπαιδευτικού περιεχομένου του προγράμματος «Διαχείριση και επιχειρηματικότητα στους κλάδους του πολιτισμού και της δημιουργικότητας» για επαγγελματίες του επιχειρηματικού και του οικονομικού τομέα, το οποίο περιλαμβάνει συνολικά 5 θεματικές ενότητες. Αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Στρατηγικής Συνεργασίας Erasmus+ «FENICE - Προώθηση της Επιχειρηματικότητας και της Καινοτομίας στις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες (ΠΔΒ) μέσω Διεπιστημονικής Εκπαίδευσης».

Το περιεχόμενο της εκπαίδευσης με μια ματιά:

## Πρόγραμμα Fenice

### Ενότητα 1: Κατανόηση της Επιχειρηματικότητας στις ΠΔΒ

Θέμα 1.1. Πολιτικές και διατομεακές συνεργασίες στις ΠΔΒ.

Θέμα 1.2. Δημιουργικότητα, καινοτομία και πολιτιστικό περιεχόμενο. Δεοντολογική συμπεριφορά και δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

**Θέμα 1.3. Νέα μέσα, δημιουργικές τεχνολογίες και ψηφιακό περιβάλλον. Ψηφιακό μάρκετινγκ.**

### Ενότητα 2: Επιχειρηματική πρακτική – Μοντελοποίηση επιχείρησης ΠΔΒ

Θέμα 2.1. Επιχειρηματικά μοντέλα και διαχείριση. Διαχείριση αλλαγών.

Θέμα 2.2. Χρηματοδότηση. Ευκαιρίες και κίνδυνοι.

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες στην αρχική σελίδα του έργου: <http://www.fenice-project.eu/>

## Δήλωση πνευματικών δικαιωμάτων



Το παρόν έργο χορηγείται με άδεια Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή 4.0 Διεθνές (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>). Μπορείτε να:

- μοιραστείτε - αντιγράψετε και αναδιανέμετε το υλικό με κάθε μέσο και τρόπο
- προσαρμόσετε - αναμείξετε, τροποποιήσετε και δημιουργήσετε πάνω στο υλικό

υπό τους ακόλουθους όρους:

- Αναφορά Δημιουργού - Θα πρέπει να καταχωρίσετε αναφορά στον δημιουργό, με σύνδεσμο της άδειας, και με αναφορά αν έχουν γίνει αλλαγές. Μπορείτε να το κάνετε αυτό με οποιονδήποτε εύλογο τρόπο, αλλά όχι με τρόπο που να υπονοεί ότι ο δημιουργός αποδέχεται το έργο σας ή τη χρήση που εσείς κάνετε.
- Μη Εμπορική Χρήση - Δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το υλικό για εμπορικούς σκοπούς.
- Παρόμοια Διανομή - Αν αναμείξετε, τροποποιήσετε, ή δημιουργήσετε πάνω στο υλικό, πρέπει να διανείμετε τις δικές σας συνεισφορές υπό την ίδια άδεια όπως και το πρωτότυπο.

# 1 Επισκόπηση θέματος

---

Η θεματική ενότητα «**Νέα μέσα ενημέρωσης**», «**Δημιουργικές τεχνολογίες**» και «**Ψηφιακό περιβάλλον**» εστιάζει στις διάφορες πτυχές που είναι ζωτικής σημασίας για την υλοποίηση ενός έργου τέχνης.

Τα νέα μέσα στον ΧΧ αιώνα είναι ένα απεριόριστο δημιουργικό παιχνίδι, το οποίο δίνει τόσο στους δημιουργούς όσο και στο κοινό την ευκαιρία να βιώσουν, να δημιουργήσουν και να επικοινωνήσουν μέσω της τέχνης με νέους και απροσδόκητους τρόπους.

## 2 Θεματικός αναγνώστης

---

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει μετατοπίσει την απαίτηση να βασίζονται τα μέσα ενημέρωσης σε πραγματικές πηγές. Τα μέσα ενημέρωσης σήμερα είναι σχεδόν εξ ολοκλήρου ψηφιακά, τουλάχιστον σε ορισμένα στάδια της δημιουργίας και, ως εκ τούτου, εξαρτώνται περισσότερο από τις τεχνικές ικανότητες. Δεδομένου ότι η τεχνολογία αυτή βελτιώνεται συνεχώς, νέες παραλλαγές των μέσων ενημέρωσης αναπτύσσονται εκθετικά.

Οι εγκαταστάσεις παραγωγής μέσων ενημέρωσης επέκτειναν τις επιλογές διανομής περιεχομένου με τη διεύρυνση της σημασίας του διαδικτύου, των υπηρεσιών συνεχούς ροής (streaming), των εφαρμογών για φορητές συσκευές και άλλων, μετατοπίζοντας τις μορφές μέσων ενημέρωσης και τις επιλογές διαθεσιμότητας μακριά από τις παραδοσιακές αναλογικές επιλογές.

Η δημιουργική τεχνολογία συνδυάζει τις μοναδικές δυνατότητες της τέχνης και της τεχνολογίας. Οι τεχνολογίες ανεβάζουν τις δυνατότητες της καλλιτεχνικής έκφρασης σε νέα επίπεδα και παραστάσεις. Δημιουργούν ευκαιρίες για εμπειρία σε πραγματικό χρόνο, συν-δημιουργία και συμπαραγωγές όπου τα όρια μεταξύ των δημιουργών και του κοινού είναι θολά και δημιουργούνται νέες μορφές τέχνης. Η δημιουργική τεχνολογία παίρνει ευέλικτες μορφές που βασίζονται σε ποικίλες έννοιες που κυμαίνονται από αλληλεπιδράσεις ανθρώπου-υπολογιστή, συνεγκαταστάσεις και προϊόντα, έως ιστότοπους, επταυξημένη, εικονική πραγματικότητα και όχι μόνο.

Οι δημιουργικές τεχνολογίες δεν περιορίζονται πλέον σε έναν κλάδο. Τα παιχνίδια, τα ειδικά εφέ (FX), ο κινηματογράφος και η τηλεόραση, η μουσική, το διαδίκτυο, η ψηφιακή τηλεόραση, οι δορυφορικές εκπομπές, οι τέχνες, οι πολιτιστικές εγκαταστάσεις, όπως το θέατρο και η όπερα και πολλά άλλα, δεν φαίνεται να έχουν αποκλειστικά περιβάλλοντα για τη δημιουργία και την παράδοση περιεχομένου.

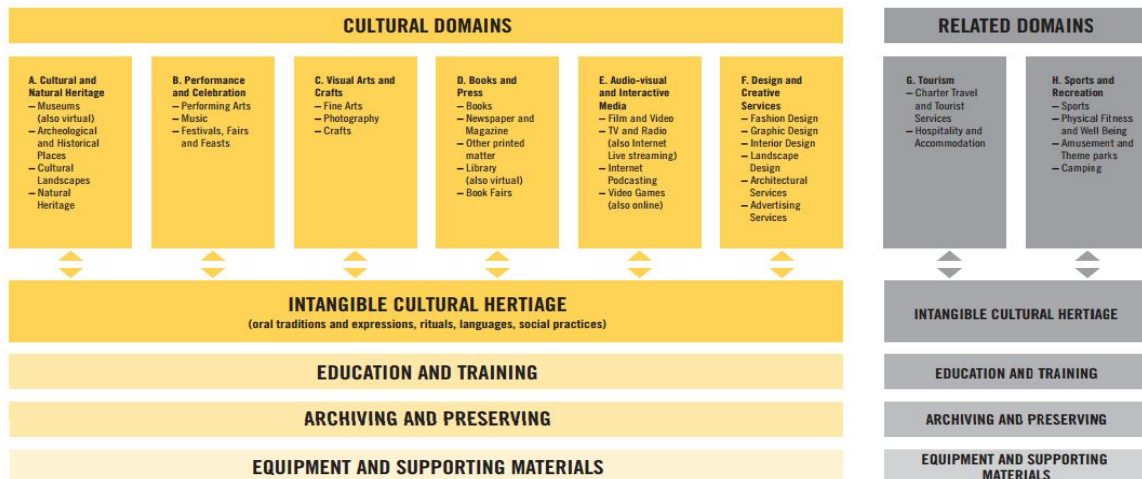
Το ψηφιακό περιβάλλον είναι παρόν παντού. Ξεκινώντας από τις διαφημιστικές πινακίδες στον δρόμο, τις ψηφιακές διαφημίσεις που εισάγονται σε τηλεοπτικές εκπομπές, τις ψηφιακές και πραγματικές μορφές στα σύγχρονα οπτικά μέσα αποτελούν τη νέα κανονικότητα και

τελειώνουν με τα εικονικά σύμπαντα στο διαδίκτυο, όπου οι άνθρωποι μπορούν να ζουν εικονικές ζωές ή να έχουν εικονικές διαδικτυακές συναντήσεις ή ακόμη εμφανίσεις στο δικαστήριο και νομικές διαδικασίες μέσω εφαρμογών Zoom ή Skype, ο κόσμος έχει αλλάξει αμετάκλητα.

Η πολιτιστική οικονομία είναι ένας από τους πυλώνες της παγκόσμιας οικονομίας.

## The Cultural Economy

Based on UNESCO'S Framework for Cultural Statistics



Source: 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, p. 24.

Το διαδίκτυο και ο Παγκόσμιος Ιστός εισήγαγαν έναν εντελώς νέο εικονικό κόσμο στην ανθρωπότητα. Κάθε πτυχή της δημιουργικής και πολιτιστικής βιομηχανίας έλαβε ξαφνικά ένα νέο, προσβάσιμο μέσο διανομής, παγκόσμιο και άμεσο. Τα εικονικά μουσεία, οι υπηρεσίες streaming, οι πύλες βίντεο και ήχου, οι δικτυακοί τόποι που παρέχουν ειδήσεις, μέσα ενημέρωσης, εκπομπές και άλλο περιεχόμενο ήταν άμεσα διαθέσιμα, η γνώση μεταδόθηκε αμέσως σε ολόκληρο τον κόσμο και οι χρήστες υιοθέτησαν άμεσα και μαζικά τη νέα πολιτιστική και δημιουργική έξοδο.

Ένας από τους πιο σημαντικούς ακρογωνιαίους λίθους των νέων μέσων ενημέρωσης είναι οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως: YouTube, TikTok, Twitch, Facebook, Instagram, Twitter, Reddit και πολλά άλλα. Είναι λάθος να θεωρούνται ως απλά οχήματα που μεταφέρουν μηνύματα. Όπως και όλα τα μέσα ενημέρωσης, είναι καθοριστικά για τη διαμόρφωση του μηνύματος. Η διατριβή του Marshall McLuhan ότι: «Τα μέσα ενημέρωσης είναι το μήνυμα», επιβεβαιώθηκε καλύτερα μέσω διαφόρων πλατφορμών μέσων κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες, μέσω της τεχνικής οργάνωσης και των δημιουργικών προσφορών, διαμορφώνουν τα μηνύματα όλων των δημιουργών στην πλατφόρμα με παρόμοιο τρόπο.

«Το ηλεκτρικό φως είναι καθαρή πληροφορία. Είναι ένα μέσο χωρίς μήνυμα, όπως ήταν, εκτός εάν χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει κάποια λεκτική διαφήμιση ή όνομα. Το γεγονός αυτό, χαρακτηριστικό όλων των μέσων μαζικής ενημέρωσης, σημαίνει ότι το «περιεχόμενο» οποιουδήποτε μέσου είναι πάντα ένα άλλο μέσο. Ή το περιεχόμενο της γραφής είναι ο λόγος,

όπως και ο γραπτός λόγος είναι το περιεχόμενο της εκτύπωσης, και εκτύπωση είναι το περιεχόμενο του τηλεγράφου. Εάν σας ρωτήσουν, «Ποιο είναι το περιεχόμενο της ομιλίας;» είναι απαραίτητο να αναφερθεί ότι «πρόκειται για μια πραγματική διαδικασία σκέψης, η οποία είναι από μόνη της μη λεκτική». Ο αφηρημένος πίνακας απεικονίζει την άμεση εκδήλωση των διαδικασιών δημιουργικής σκέψης, όπως μπορεί να εμφανίζονται σε σχέδια ηλεκτρονικών υπολογιστών. Αυτό που εξετάζουμε εδώ, ωστόσο, είναι οι ψυχικές και κοινωνικές συνέπειες των σχεδίων ή των προτύπων, καθώς ενισχύουν ή επιταχύνουν τις υφιστάμενες διαδικασίες. Για το «μήνυμα» οποιουδήποτε μέσου ή τεχνολογία είναι η αλλαγή κλίμακας ή ρυθμού ή προτύπου που εισάγει στις ανθρώπινες υποθέσεις. Ο σιδηρόδρομος δεν εισήγαγε τη μετακίνηση ή τη μεταφορά, τον τροχό ή το οδικό δίκτυο στην ανθρώπινη κοινωνία, αλλά επιτάχυνε και διεύρυνε την κλίμακα των λειτουργιών των προηγούμενων ανθρώπων, δημιουργώντας εντελώς νέα είδη πόλεων και νέα είδη εργασίας και αναψυχής... Το αν το φως χρησιμοποιείται για χειρουργικές επεμβάσεις στον εγκέφαλο ή για νυχτερινό μπέιμπολ είναι αδιάφορο. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν κατά κάποιο τρόπο το «περιεχόμενο» του ηλεκτρικού φωτός, δεδομένου ότι δεν θα μπορούσαν να υπάρχουν χωρίς το ηλεκτρικό φως. Το γεγονός αυτό απλώς υπογραμμίζει το σημείο ότι «το μέσο είναι το μήνυμα», διότι είναι το μέσο που διαμορφώνει και ελέγχει την κλίμακα και τη μορφή της ανθρώπινης συναναστροφής και δράσης. Το περιεχόμενο ή οι χρήσεις των εν λόγω μέσων είναι τόσο ποικίλα όσο και αναποτελεσματικά στη διαμόρφωση της μορφής της ανθρώπινης συναναστροφής. Πράγματι, είναι πολύ χαρακτηριστικό ότι το «περιεχόμενο» οποιουδήποτε μέσου μας κρύβει τον χαρακτήρα του μέσου. Μόνο σήμερα οι βιομηχανίες έχουν συνειδητοποιήσει τα διάφορα είδη επιχειρήσεων στις οποίες δραστηριοποιούνται. Όταν η IBM ανακάλυψε ότι δεν δραστηριοποιούνταν στον τομέα της κατασκευής εξοπλισμού γραφείου ή επαγγελματικών μηχανών, αλλά ότι ασχολείται με την επεξεργασία πληροφοριών, τότε άρχισε να πλοηγείται με ξεκάθαρο όραμα». (Κατανόηση των μέσων: Οι προεκτάσεις του ανθρώπου από τον Marshall McLuhan)

Το TikTok είναι μια πλατφόρμα που εστιάζει αποκλειστικά σε βίντεο. Η σύντομη φόρμα βίντεο - 15 δευτερολέπτων και άνω — απευθύνθηκε αρχικά κυρίως σε νεότερους χρήστες, γεγονός που ώθησε τις διασημότητες να συμμετάσχουν. Εν τω μεταξύ, ο πληθυσμός των χρηστών αυξήθηκε σε αριθμό και ποικιλία. Επί του παρόντος, το TikTok αναφέρει ότι υπερβαίνει τα 1 δισεκατομμύρια χρήστες.

Εκτός από τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυτό που διαμορφώνει επίσης νέες, δημιουργικές βιομηχανίες είναι επίσης διάφορες πύλες streaming, όπως: Netflix, Amazon Prime, Disney + αλλά και Twitch. Εκτός από τη δημιουργία τεράστιων εσόδων, οι πύλες αυτές είναι πολύ πιο αποτελεσματικές στην προσέγγιση νεότερου και μεγαλύτερου κοινού, σε σύγκριση με τα παραδοσιακά τηλεοπτικά κανάλια που φαίνεται να αντιμετωπίζουν τεράστιες δυσκολίες όσον αφορά την προσέγγιση των τηλεθεατών κάτω των 30 ετών. Τα μεγάλα τηλεοπτικά δίκτυα προσπαθούν να δημιουργήσουν παρουσία σε διάφορες πλατφόρμες, αλλά καθώς το μέσο/η πλατφόρμα διαμορφώνει αναπόφευκτα το μήνυμα, πρέπει να προσαρμόζουν το υλικό και τα μηνύματά τους ανάλογα με τα μέσα και τις πλατφόρμες που χρησιμοποιούν για να προσεγγίζουν το κοινό.

Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες πτυχές των νέων δημιουργικών μέσων στο ψηφιακό περιβάλλον είναι η δυνατότητα συγχώνευσης νέων και παλαιών τεχνολογιών του μέλλοντος με τεχνολογίες που θεωρείται ότι έχουν λήξει. Το αποτέλεσμα μιας τέτοιας συγχώνευσης

παλιού και νέου είναι πάντοτε ένα συναρπαστικό αμαλλάμα που δεν είναι μόνο τα συστατικά του στοιχεία.

Η έννοια του ψηφιακού μάρκετινγκ επινοήθηκε τη δεκαετία του 1990 με την πρόοδο του Διαδικτύου και των συναφών τεχνολογιών. Το Digital Marketing είναι το τμήμα του μάρκετινγκ που προωθεί προϊόντα που χρησιμοποιούν διαδικτυακές και διαδικτυακές ψηφιακές τεχνολογίες στους υπολογιστές και τα κινητά τηλέφωνα. Τις τελευταίες δεκαετίες, οι ψηφιακές πλατφόρμες έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας τόσο ως πελάτες όσο και ως κοινό, οι καμπάνιες ψηφιακού μάρκετινγκ έχουν γίνει ένα φαινόμενο και συνδέονται με τεχνικές όπως η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), το μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM), το μάρκετινγκ σε ηπείρους, η επιρροή, η αυτοματοποίηση περιεχομένου, το μάρκετινγκ με γνώμονα τα δεδομένα, το μάρκετινγκ ηλεκτρονικού εμπορίου, το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης, η απευθείας αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι διαφημίσεις προβολής κ.λπ. Το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι πεδίο για νέα ερμηνεία και αξιοποίηση των τεχνών και της δημιουργικότητας. Σε αυτή η αυτοματοποίηση μάρκετινγκ είναι η διαδικασία με την οποία χρησιμοποιείται λογισμικό για την αυτοματοποίηση των συμβατικών διαδικασιών μάρκετινγκ.

*Τεχνολογίες που έχουν λήξει στο πλαίσιο των σύγχρονων ΠΔΒ - δημιουργικό δυναμικό, πολιτιστικές αξίες.*

Το θέμα αφορά παραδοσιακές τεχνολογίες, ή δημιουργικά αναγνωρισμένες τεχνολογίες που έχουν λήξει — αυτές της βιομηχανικής εποχής του περασμένου αιώνα. Αποτελούν μέρος της ιστορίας και έχουν ήδη ανεπτυγμένο αισθητικό και πολιτιστικό δυναμικό, τουλάχιστον για τις σύγχρονες ΠΔΒ - π.χ. Τέχνη γραφομηχανής. Μπορεί να θεωρήσουμε ως αντικείμενο μελέτης για αυτό το μάθημα/θέμα ένα ολόκληρο μεταβιομηχανικό αρχείο — σχεδιαγράμματα, σχέδια και προσβάσιμα τεχνουργήματα της εποχής. Η διευκόλυνση των πρακτικών των σύγχρονων ΠΔΒ με την εξερεύνηση τεχνολογιών που έχουν λήξει σημαίνει εκδημοκρατισμό της πρόσβασης στη δημιουργικότητα, την πρωτοτυπία και την πειραματική γνώση σε ένα επαγγελματικό πολιτιστικό πεδίο, που εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από ικανότητες και δεξιότητες των οποίων η παραδοσιακή ανάπτυξη είναι σήμερα απαγορευτικά δαπανηρή — πόροι, χρόνος και αγορά εργασίας για τις ΠΔΒ με απαιτήσεις που πρέπει να προσαρμοστούν στη σύγχρονη δημιουργική πραγματικότητα.

Παρουσίαση της Λομογραφίας (Lomography)

Το δημιουργικό κίνημα της Λομογραφίας (Lomography) πλησιάζει την επέτειο των 30 χρόνων και διατηρεί το ενεργό δυναμικό του στις σύγχρονες ΠΔΒ, εκτός από τη δική του θέση ως παγκόσμιου πολιτιστικού οργανισμού και δημοφιλούς συμβόλου δημιουργικότητας.

Η Λομογραφία είναι μια δημιουργική αναλογική φωτογραφική τεχνική, η οποία είναι μια μεταθανάτια ζωή της κινηματογραφικής φωτογραφίας. Έτσι, το μέλλον είναι αναλογικό, όπως δήλωσε η Lomographic Society πριν από τρεις δεκαετίες, τουλάχιστον όσο θα υπάρχουν αναλογικές κάμερες και φιλμ, για τις επόμενες δεκαετίες, ίσως και έναν ολόκληρο αιώνα. Και λαμβάνοντας υπόψη την τάση της στιγμιαίας ικανοποίησης της φωτογραφίας, την εργασία με στιγμιαία φιλμ και αποκλειστικές φωτογραφικές μηχανές και την όρεξη για δημιουργικό πειραματισμό με φιλμ, θα μπορούσε να προβλεφθεί ότι οι 3D εκτυπωτές υψηλής ποιότητας

θα παράγουν εύκολα πλαστικές κάμερες χαμηλής τεχνολογίας. Το ίδιο συμβαίνει ήδη και με τον κόφτη CNC σε κόντρα πλακέ ή χαρτόνι για βασικές, φθηνές «rinhole» κάμερες.

### *Καμπανολογία (Campanology) — μια πολιτιστική τάση*

Οι καμπάνες/καμπάνες της εκκλησίας ως λειτουργικά αντικείμενα, γλυπτικές εγκαταστάσεις, σύγχρονα κοινωνικά μνημεία. Ένα διεπιστημονικό πεδίο και η πολιτιστική του εξέλιξη, από το παραδοσιακό τέχνασμα έως το καθεστώς του κοινωνικού συμβόλου και της σύγχρονης πολιτιστικής εικόνας.

Οι εικαστικές τέχνες, η αρχιτεκτονική, και ειδικά η σύγχρονη γλυπτική εκθέτουν τις καμπάνες με τον πλέον ορατό τρόπο, μαζί με τις υποστηρικτικές δομές τους, λειτουργικές ή μη, χρήσιμες ή απλώς εκθέματα. Τα καμπαναριά των σύγχρονων εκκλησιών γίνονται αισθητικά και οπτικά αυτόνομα και δημιουργούν οπτικό και ηχητικό τοπίο, όπως δημιουργήθηκαν από αρχιτέκτονες όπως ο Mario Botta και το Le Corbusier. Στη σύγχρονη γλυπτική, οι καμπάνες γίνονται αναπροσαρμοσμένα γλυπτικά αντικείμενα πλήρως ενσωματωμένα σε γλυπτική εγκατάσταση, καθώς καλλιτέχνες όπως ο Jannis Kounellis, ο Claudio Parmiggiani, ο Barry Flanagan ή ακόμη εκδηλώνουν μνημονιακή και κοινωνική στάση, όπως οι Zaphos Xagoraris και Marcus Vergette.

Το φαινόμενο των καμπάνων ως Κοινωνικό Μνημείο προέκυψε από την ανάγκη για κοινωνική στάση και συμμετοχή στη μεταπολεμική εποχή, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο μιας εξελικτικής διαδικασίας συμβολικών αξιών εκκοσμίκευσης αυτής της τυπολογίας των παραδοσιακών λειτουργικών αντικειμένων.

Το Κοινωνικό Μνημείο που προσδιορίζεται σήμερα από τα τεχνουργήματα των κουδουνιών καλύπτει από τη μνήμη, τον ηρωισμό, τη σηματοδότηση ενός αρχείου μνήμης συμβολικό ή μη, μέχρι τη στάση, το κίνητρο και τον κοινωνικό σχολιασμό, περνώντας από την καλλιτεχνική συμμετοχή σε σύγχρονες κρίσεις — πόλεμος, βάσανα και ανθρώπινες απώλειες, δράμα σε κάθε περίπτωση. Σηματοδοτεί πάντα τις ιδέες ή τη μνήμη μέσα από το ηχητικό τοπίο και την οπτική δομή που αναπόφευκτα προσεγγίζει ένα λειτουργικό αντανάκλαστικό κουδουνιών, μια κοινοτική μνήμη.

Η καμπάνα και οι παρακείμενες δομές της, όλα στοιχεία της τέχνης και της επιστήμης της καμπανολογίας, πυροδοτούν ένα ανθρωπολογικό διάνυσμα και μία εξελισσόμενη πολιτιστική εικόνα, λόγω της ήδη συντελούμενης ουσιαστικής μετάλλαξης μέσω της εκκοσμίκευσης του αρχικού λειτουργικού αντικειμένου σε γλυπτικό αντικείμενο και εγκατάσταση, νυν στρατιωτικό κοινωνικό μνημείο ή αρχείο μνήμης.

Μία από τις πιο ενδιαφέρουσες πτυχές των νέων δημιουργικών μέσων στο ψηφιακό περιβάλλον είναι η δυνατότητα συγχώνευσης νέων και παλαιών τεχνολογιών του μέλλοντος με τεχνολογίες που θεωρείται ότι έχουν λήξει. Το αποτέλεσμα μιας τέτοιας συγχώνευσης παλιού και νέου είναι πάντοτε ένα συναρπαστικό αμάλγαμα που δεν είναι κάτι παραπάνω από τα συστατικά του στοιχεία.