



Co-funded by
the European Union

NEXT ROUTES

Training Methodology *Greek*

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Διακρατικό πλαίσιο κατάρτισης για το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών

**Εστίαση: Ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες για τις ευρωπαϊκές πολιτιστικές
διαδρομές**

Υποστήριξη της ψηφιακής μετάβασης των Πολιτιστικών Διαδρομών του Συμβουλίου
της Ευρώπης

Πίνακας περιεχομένων

1. Η σημασία των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων στις πολιτιστικές διαδρομές.	4
2. Κατανόηση των ελλείψεων σε ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες στις Πολιτιστικές Διαδρομές.....	6
3. Θέματα εκπαίδευσης και έρευνας του NEXT ROUTES.....	10
4. Ενότητες, εργαλεία και πόροι.....	13
4.1 Ενότητα 1: Ψηφιακές ικανότητες για το μάρκετινγκ, την προώθηση και την εκπαίδευση.....	14
4.2 Ενότητα 2: Ψηφιακές ικανότητες για την εμπλοκή και τη συμμετοχή.....	19
4.3 Ενότητα 3: Ψηφιακές ικανότητες για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς..	23
4.4 Ενότητα 4: Ψηφιακές δεξιότητες για προσεγγίσεις gamification.....	29
5. Πρόσθετες βέλτιστες πρακτικές και μελέτες περιπτώσεων.....	35
6. Συμπέρασμα.....	37
Αναφορές.....	38
Παράρτημα 1.....	39

Εισαγωγή

Η ανάπτυξη ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων μεταξύ του προσωπικού που εργάζεται στις Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Διαδρομές του Συμβουλίου της Ευρώπης είναι απαραίτητη για την ενίσχυση της ορατότητας, της προσβασιμότητας και του αντίκτυπου της πολιτιστικής κληρονομιάς στην Ευρώπη. Αυτό το εκπαιδευτικό πρόγραμμα υιοθετεί μια πρακτική και στοχευμένη προσέγγιση, συνδυάζοντας την πρακτική μάθηση με περιεχόμενο ειδικά προσαρμοσμένο στις ανάγκες του πολιτιστικού τουρισμού και της ερμηνείας της πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα βασικά θέματα περιλαμβάνουν την αφήγηση ιστοριών, την οικοδόμηση κοινότητας, τη στρατηγική ψηφιακών μέσων, τις τεχνολογίες εμπύθισης όπως η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα, τη παιχνιδοποίηση και τις αναδυόμενες εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης (AI).

Το πρόγραμμα είναι δομημένο με τρόπο ευέλικτο και αρθρωτό, επιτρέποντας στο προσωπικό με διαφορετικό επαγγελματικό υπόβαθρο και επίπεδο ψηφιακών δεξιοτήτων να προοδεύει με το δικό του ρυθμό. Πραγματικές μελέτες περιπτώσεων από διάφορες Πολιτιστικές Διαδρομές, ευκαιρίες για μάθηση από ομοτίμους και διασυνοριακή συνεργασία ενσωματώνονται πλήρως για να εξασφαλίσουν μια σχετική μαθησιακή εμπειρία και να τονώσουν την καινοτομία σε όλο το δίκτυο των Πολιτιστικών Διαδρομών.

1. Η σημασία των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων στις Πολιτιστικές Διαδρομές

Στο πλαίσιο των Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Διαδρομών, η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη μέσω της αναβάθμισης και της επανεκπαίδευσης είναι απαραίτητη, ιδίως όσον αφορά τις ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες. Οι σημερινοί τουρίστες είναι όλο και πιο ψηφιακοί, αλληλεπιδρούν με τους προορισμούς μέσω διαδικτυακών πλατφορμών, κοινωνικών μέσων και βιωματικών εμπειριών. Για να προσεγγίσουν αποτελεσματικά αυτό το κοινό, οι Πολιτιστικές Διαδρομές πρέπει να είναι παρούσες και ενεργές στα κανάλια όπου ήδη βρίσκονται οι ταξιδιώτες.

Οι Πολιτιστικές Διαδρομές διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στη διατήρηση της κοινής κληρονομιάς, στον διαπολιτισμικό διάλογο και στη στήριξη των τοπικών οικονομιών μέσω του πολιτιστικού τουρισμού. Καθώς το ψηφιακό και δημιουργικό τοπίο εξελίσσεται, οι επαγγελματίες που εργάζονται σε αυτές τις διαδρομές πρέπει να εξελίσσονται μαζί του. Η ενίσχυση των δεξιοτήτων τους εξασφαλίζει ότι οι Πολιτιστικές Διαδρομές παραμένουν σχετικές, ελκυστικές και βιώσιμες σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

1. Προσαρμογή στην ψηφιακή αλλαγή

Οι ψηφιακές τεχνολογίες αναδιαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο τεκμηριώνεται, παρουσιάζεται και μοιράζεται η κληρονομιά. Η αναβάθμιση των δεξιοτήτων υποστηρίζει τους επαγγελματίες ώστε:

- Δημιουργούν και διαχειρίζονται ψηφιακό περιεχόμενο.
- Χρησιμοποιήστε ψηφιακές πλατφόρμες και εργαλεία επικοινωνίας για να αυξήσετε τη συμμετοχή του κοινού.
- Διατηρήστε το πολιτιστικό υλικό μέσω της ψηφιακής τεκμηρίωσης και αρχειοθέτησης.

2. Ενίσχυση των δημιουργικών δεξιοτήτων

Η δημιουργικότητα είναι απαραίτητη για την πολιτιστική ερμηνεία και την εμπλοκή των επισκεπτών. Η επανεκπαίδευση επιτρέπει στους επαγγελματίες να:

- Να εξερευνήσουν νέες μεθόδους αφήγησης χρησιμοποιώντας πολυμέσα, παραστάσεις και σχεδιασμό.

Εφαρμόζουν σύγχρονες τεχνικές τέχνης και επικοινωνίας στην πολιτιστική παρουσίαση.

- Συνεργάζονται διατομεακά για την ανάπτυξη νέων, ελκυστικών πολιτιστικών εμπειριών.

3. Ανάπτυξη μακροπρόθεσμης ικανότητας

Οι βιώσιμες πολιτιστικές διαδρομές εξαρτώνται από επαγγελματίες με γνώσεις και προσαρμοστικότητα. Η συνεχής μάθηση συμβάλλει:

- Τη διατήρηση υψηλών προδιαγραφών στη διαχείριση, την επιμέλεια και τις υπηρεσίες προς τους επισκέπτες.
- Την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας τόσο στον πολιτιστικό όσο και στον τουριστικό τομέα.
- Την ενίσχυση του μακροπρόθεσμου αντίκτυπου, της ανθεκτικότητας και της ικανότητας καινοτομίας των πολιτιστικών διαδρομών.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα παρέχουν στο προσωπικό των πολιτιστικών διαδρομών τις απαραίτητες ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες για να καινοτομήσουν και να ενισχύσουν την ελκυστικότητα των διαδρομών. Με τις νέες γνώσεις που αποκτούν, το προσωπικό των πολιτιστικών διαδρομών μαθαίνει πώς να ενισχύσει την προβολή των πολιτιστικών διαδρομών σε τοπικό, εθνικό και διακρατικό επίπεδο, να προσελκύσει ένα ευρύτερο και πιο ποικιλόμορφο κοινό και να ενισχύσει το δίκτυο των ενδιαφερόμενων μερών.

2. Κατανόηση των ελλείψεων σε ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες στις Πολιτιστικές Διαδρομές

Το μέλλον των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων στον τομέα του (πολιτιστικού) τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένο με τις εξελισσόμενες τάσεις του τομέα και την αυξανόμενη σημασία της ψηφιοποίησης και της τεχνολογίας. Το έργο NEXT ROUTES προσαρμόζεται σε αυτές τις αλλαγές υιοθετώντας ψηφιακά εργαλεία και εκπαιδεύοντας το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών ώστε να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις εξελισσόμενες ανάγκες του τομέα. Οι νέες ψηφιακές δεξιότητες θα διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της εμπειρίας των πελατών, στην προώθηση του πολιτιστικού τουρισμού και στη διασφάλιση της συνεχούς ανάπτυξης του τομέα.

Η συλλογή και η αποκάλυψη των αναγκών σε δεξιότητες είναι ο κύριος στόχος της ερευνητικής ανάλυσης του NEXT ROUTES, όπως περιλαμβάνεται και τεκμηριώνεται στο παρόν εγχειρίδιο. Έχει αναπτυχθεί από το Πανεπιστήμιο Εφαρμοσμένων Επιστημών της Μπρέντα για να υποστηρίξει τις Πολιτιστικές Διαδρομές στην αναγνώριση, την αξιολόγηση και την παρακολούθηση των αναγκών σε δεξιότητες, προκειμένου να γίνουν στρατηγικές επιλογές για την εξάλειψη των ελλείψεων δεξιοτήτων για τις Πολιτιστικές Διαδρομές με εγγύηση για το μέλλον στην ΕΕ.

Η ερευνητική μεθοδολογία που υιοθετήθηκε για τον προσδιορισμό των εν λόγω αναγκών σε δεξιότητες αποτελείται από μια τρισδιάστατη (μεικτή) προσέγγιση. Χρησιμοποιήθηκε για την κατανόηση των αναγκών, των προκλήσεων και των ευκαιριών για κατάρτιση σε κάθε Πολιτιστική Διαδρομή, με τη χρήση συνεντεύξεων, έρευνας αξιολόγησης δεξιοτήτων και ομάδων εστίασης.

2.1 Συνεντεύξεις

Οι ερωτήσεις των συνεντεύξεων συγκέντρωσαν ολοκληρωμένες πληροφορίες από τους οργανισμούς-εταίρους του NEXT ROUTES σχετικά με διάφορες πτυχές των δραστηριοτήτων, των στρατηγικών και των προοπτικών τους όσον αφορά τις ανάγκες κατάρτισης, με σκοπό να καθοδηγήσουν το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών στην αναβάθμιση των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων. Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις είχαν ως στόχο:

1. Να αποκτήσουν πληροφορίες σχετικά με το ιστορικό, τον πολιτισμό, τη δομή, τους στρατηγικούς στόχους και τη θέση των Πολιτιστικών Διαδρομών στον κλάδο.

2. Κατανόηση των προοπτικών των Πολιτιστικών Διαδρομών σχετικά με το μέλλον του τουρισμού, την απασχόληση στον τουρισμό και την εμφάνιση νέων προφίλ θέσεων εργασίας.
3. Την αξιολόγηση της σημασίας των ψηφιακών δεξιοτήτων και της κατάρτισης στο πλαίσιο του Cultural Routes, συμπεριλαμβανομένων των πιο σημαντικών ψηφιακών δεξιοτήτων, των προσδοκιών απόδοσης, των ευκαιριών κατάρτισης, των προκλήσεων και των επιτυχημένων περιπτώσεων.
4. Προσδιορίσουν τις τεχνολογίες, τα εργαλεία και τα κανάλια επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται από τις Πολιτιστικές Διαδρομές, καθώς και τυχόν σχέδια για μελλοντική υιοθέτηση.

2.2 Έρευνα αξιολόγησης δεξιοτήτων

Η Cultural Routes κάλεσε τους ενδιαφερόμενους φορείς του δικτύου της να συμβάλουν στο έργο αυτό συμμετέχοντας σε μια έρευνα αξιολόγησης δεξιοτήτων σχετικά με τα κενά δεξιοτήτων και τις μελλοντικές ανάγκες δεξιοτήτων, προκειμένου να μας βοηθήσουν να προσδιορίσουμε τις εκπαιδευτικές τους ανάγκες για την αναβάθμιση των ψηφιακών και δημιουργικών ικανοτήτων τους.

2.3 Ομάδες εστίασης

Οργανώνονται ομάδες εστίασης για τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων και πληροφοριών από το προσωπικό του Cultural Routes εντός των δικτύων των οργανισμών-εταίρων του Cultural Routes. Οι στόχοι των ομάδων εστίασης είναι να προσδιορίσουν και να ιεραρχήσουν τα βασικά ζητήματα, τις προκλήσεις και/ή τα προβλήματα που αντιμετωπίζει το προσωπικό του Cultural Routes, σε σχέση με την κατάρτιση σε δημιουργικές και ψηφιακές δεξιότητες στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς και των πολιτιστικών διαδρομών. Συγκεκριμένα, οι ομάδες εστίασης κάλυψαν τα ακόλουθα θέματα:

- Εξερεύνηση και ανακάλυψη: να εξερευνήσουν και να κατανοήσουν τις στάσεις, τις απόψεις, τις πεποιθήσεις και τις συμπεριφορές που σχετίζονται με την ψηφιοποίηση και τις ψηφιακές δεξιότητες στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Δημιουργία ιδεών: να δημιουργηθούν νέες ιδέες, έννοιες ή λύσεις για την κατάρτιση/αναβάθμιση των δεξιοτήτων και την επανεκπαίδευση σε ψηφιακές δεξιότητες, αξιοποιώντας τη συλλογική δημιουργικότητα και τις ιδέες των συμμετεχόντων.
- Συλλογή ανατροφοδότησης: συλλογή ανατροφοδότησης σχετικά με τις υπάρχουσες προκλήσεις, ανάγκες ή έννοιες μάθησης, με σκοπό τον εντοπισμό

των πλεονεκτημάτων, των αδυναμιών, των τομέων που χρήζουν βελτίωσης και των πιθανών ευκαιριών.

- Δοκιμή εννοιών: δοκιμή νέων ιδεών, κριτηρίων, παραγόντων επιτυχίας, ευκαιριών και προτεινόμενων λύσεων με το κοινό-στόχο, προκειμένου να αξιολογηθεί η αποδοχή, η ελκυστικότητα και η βιωσιμότητά τους.
- Προτεραιοποίηση: να προσδιοριστούν και να κατανοηθούν τα διαφορετικά επίπεδα σημασίας και επείγοντος χαρακτήρα εντός της ομάδας των ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των κοινών προτιμήσεων, αναγκών και συμπεριφορών, προκειμένου να προσαρμοστούν αναλόγως οι προσφερόμενες εκπαιδευτικές υπηρεσίες.
- Υποστήριξη λήψης αποφάσεων: παροχή στις ομάδες εστίασης πολύτιμων πληροφοριών και απόψεων από το κοινό-στόχο, προκειμένου να ληφθούν στρατηγικές αποφάσεις, όπως η ανάπτυξη προγραμμάτων κατάρτισης, οι πόροι, οι στρατηγικές ή τα επίπεδα κατάρτισης.

2.4 Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα της τρισδιάστατης μεθόδου έρευνας μεικτής μεθοδολογίας μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: **προκλήσεις, ευκαιρίες, εκπαιδευτικές ανάγκες, κριτήρια και παράγοντες επιτυχίας**. Αυτές οι πληροφορίες αντικατοπτρίζουν τις τρέχουσες πραγματικότητες και το δυναμικό ανάπτυξης στο πλαίσιο των Πολιτιστικών Διαδρομών.

Προκλήσεις

- Απουσία συνεκτικής στρατηγικής για τον τουρισμό μεταξύ των μελών
- Εξάρτηση από την προσέγγιση «μάθηση μέσω της πράξης» για την ανάπτυξη διαφορετικών δεξιοτήτων
- Διασφάλιση ότι η τεχνολογία ενισχύει —και δεν μειώνει— την πολιτιστική αξία της κληρονομιάς
- Επίτευξη ισορροπίας μεταξύ περιεχομένου που μπορεί να μοιραστεί και περιεχομένου που μπορεί να προσαρμοστεί
- Προσαρμογή στις αναδυόμενες τεχνολογίες παρά τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους
- Επίτευξη ισορροπίας μεταξύ υλικής και άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς
- Μετατόπιση της τρέχουσας επικράτουςας εστίασης στον τουρισμό αντί στον πολιτισμό
- Περιορισμένη πρόσβαση σε επίσημη κατάρτιση και επαγγελματική ανάπτυξη

Ευκαιρίες

- Προσέλκυση νεότερου κοινού και προώθηση συνεργασιών με εξωτερικούς εταίρους
- Αξιοποίηση τεχνολογιών εμπύθισης και ψηφιακών χώρων
- Δημιουργία δικτύων για τη συνεργατική ανάπτυξη και διανομή περιεχομένου
- Επαναπροσδιορισμός του πολιτιστικού τουρισμού μέσω μηχανισμών πιστοποίησης και αναγνώρισης
- Προσέλκυση νέων μελών μέσω της υιοθέτησης σύγχρονων, ψηφιακά ενημερωμένων προσεγγίσεων

Ανάγκες κατάρτισης

- Βασικές ψηφιακές δεξιότητες, όπως gamification, διαχείριση κοινωνικών μέσων, διαχείριση ιστοσελίδων και εικονική πραγματικότητα (VR)
- Πρακτική κατάρτιση σε βασικά ψηφιακά εργαλεία τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους δημιουργούς σύγχρονης κουλτούρας
- Έμφαση στην ψηφιακή παιδεία και την ψηφιακή αφήγηση ως βασικές μεθόδους επικοινωνίας

Κριτήρια και προσδιορισμένοι παράγοντες επιτυχίας

- Υιοθέτηση μιας μεθοδολογίας μάθησης μέσω της πράξης για την ανάπτυξη δεξιοτήτων
- Συνεπής χρήση της τεχνολογίας για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Ισορροπία μεταξύ της προσαρμογής του περιεχομένου και της δυνατότητας κοινοποίησης σε διαφορετικά είδη κοινού
- Αποτελεσματική επικοινωνία της αξίας του πολιτιστικού τουρισμού, ακόμη και με περιορισμένους πόρους

2.5 Δύο βήματα προς την επιτυχία

Μετά τον προσδιορισμό των κενών σε δημιουργικές και ψηφιακές δεξιότητες, τα κριτήρια ομαδοποιήθηκαν σε ένα δομημένο πλαίσιο, επιτρέποντας την έκφραση και την ιεράρχηση των βασικών τομέων ανάπτυξης. Κάθε Πολιτιστική Διαδρομή συμπλήρωσε δύο πίνακες, οι οποίοι αποτέλεσαν τη βάση ενός κοινού μοντέλου «δύο σταδίων» για την καθοδήγηση της μελλοντικής ανάπτυξης ικανοτήτων και του σχεδιασμού της κατάρτισης.

Αποτέλεσμα 1, Πίνακας 1 (Πίνακας Eisenhower): Τι είναι επείγον και σημαντικό για την ομάδα εστίασης των Πολιτιστικών Διαδρομών; (χρησιμοποιώντας την ανάλυση των εσωτερικών συνεντεύξεων, τις βέλτιστες πρακτικές και τα αποτελέσματα της έρευνας), οι Πολιτιστικές Διαδρομές συμπλήρωσαν αυτόν τον πίνακα κατά τη διάρκεια της συζήτησης της ομάδας εστίασης για να δημιουργήσουν το πλέγμα (αποτέλεσμα 2).

Urgent and important Top priorities, require immediate attention	Not urgent but important Important for long-term success but not urgent
Urgent but not important Seem urgent but not crucial for longterm goals	Not urgent not important Neither urgent nor important

Αποτέλεσμα 2: Πλέγμα

Οι Πολιτιστικές Διαδρομές προσδιόρισαν τους κοινούς όρους και έννοιες/ιδέες για την επιτυχή προσαρμογή της ψηφιακής κατάρτισης κατά τη διάρκεια των συζητήσεων της ομάδας εστίασης.

Importance How critical is the training for achieving organisational goals?	Urgency How soon is this training needed?
Impact What effect will this training have on employee performance or organisational success	Feasibility What are the costs and what kind of resources will be required on to implement the training

Όλα τα τελικά ατομικά πλέγματα και πίνακες από τις Πολιτιστικές Διαδρομές στο κονσόρτσιουμ NEXT ROUTES αναλύθηκαν για να δημιουργηθεί ένα μοντέλο και ένα πρότυπο για τη δομή και το περιεχόμενο των εκπαιδευτικών ενοτήτων.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα του NEXT ROUTES έχουν σχεδιαστεί για να εξοπλίσουν το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών με βασικές ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες, υποστηρίζοντας τη συνεχή ανάπτυξη και προβολή των διαδρομών.

3. Θέματα εκπαίδευσης και έρευνας του NEXT ROUTES

Η προσέγγιση και τα ευρήματα παρέχουν μια χρήσιμη βάση για την ανάπτυξη της εκπαίδευσης σε ψηφιακές και δημιουργικές δεξιότητες. Με βάση τις πληροφορίες που ελήφθησαν, αναπτύχθηκαν τα ακόλουθα 4 εκπαιδευτικά προγράμματα για την αναβάθμιση των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων:

1. Ψηφιακές δεξιότητες για το μάρκετινγκ, την προώθηση και την εκπαίδευση

Εστίαση σε: Ψηφιακές προσεγγίσεις και πρακτικές μάρκετινγκ, στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού

Στόχος: Διαχείριση της εξωτερικής επικοινωνίας, προσέγγιση ευρύτερου κοινού, αύξηση της προβολής των διαδρομών και (πραγματική) διαδραστικότητα των πληροφοριών.

Σημεία εστίασης: Σχεδιασμός και εφαρμογή μιας ψηφιακής στρατηγικής, γνώση της ακριβούς ψηφιακής ορολογίας για να είναι δυνατή η πιο συνεπής αλληλεπίδραση με τους ψηφιακούς παρόχους.

Πώς: Με εκπαίδευση σχετικά με την ευαισθητοποίηση σε εργαλεία, προγράμματα, συστήματα και κανάλια και σχετικά με τον τρόπο επιλογής και χρήσης ψηφιακών λύσεων μάρκετινγκ.

Μάθετε πώς να χρησιμοποιείτε στρατηγικά εργαλεία για τη διαχείριση περιεχομένου, το μάρκετινγκ και την προώθηση, καθώς και δημιουργικά εργαλεία για τη δημιουργία γραφικών σχεδίων και οπτικών πολυμέσων με ελκυστικό περιεχόμενο.

2. Ψηφιακές δεξιότητες για την εμπλοκή και τη συμμετοχή

Εστίαση: Διαχείριση διαδικτυακής κοινότητας

Στόχος: Να μελετήσετε την τρέχουσα κοινότητα της διαδρομής (ποιοι την αποτελούν, τι κάνουν, τι θέλουν/περιμένουν και πώς θέλουν να εμπλακούν περαιτέρω)· να διευκολύνετε και να διαχειριστείτε την εσωτερική επικοινωνία εντός της υπάρχουσας κοινότητας (τόσο της διαδικτυακής όσο και της μη διαδικτυακής κοινότητας)· να κατανοήσετε αν υπάρχει μια κοινότητα που δραστηριοποιείται μόνο στο διαδίκτυο, ποιοι είναι, τι περιμένουν από τη διαδρομή και πώς να τους εμπλέξετε ενεργά.

Σημεία εστίασης:

- Εξωτερικά: ανάπτυξη μιας κοινωνικής στρατηγικής, εκμάθηση του τρόπου χρήσης των δυνατοτήτων των ψηφιακών εργαλείων, σχεδιασμός νέων τρόπων για την ενθάρρυνση της συμμετοχής των ανθρώπων στις διαδρομές.
- Εσωτερικά: εκπαίδευση για τη συνοχή με εργαλεία που συνδέουν τους διαχειριστές της διαδρομής ως κοινότητα επαγγελματιών. Τοπικά: εισαγωγή εργαλείων που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι ντόπιοι στις κοινότητες για να αυξήσουν την τοπική ευαισθητοποίηση και την αίσθηση ιδιοκτησίας.

Πώς: Παρέχοντας μεθόδους και μοντέλα για αυτό.

3. Ψηφιακές δεξιότητες για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Εστίαση: (Ψηφιακή) αφήγηση και επιλογή περιεχομένου

Στόχος: Να κατανοήσουμε τι είναι μια καλή ιστορία, να μάθουμε πώς να δημιουργούμε μια ισχυρή ιστορία ανεξάρτητα από την ψηφιακή πλατφόρμα (π.χ. MR, παιχνίδια, κοινωνικά μέσα) μέσω της οποίας αφηγείται, να αναγνωρίσουμε πώς να σχεδιάζουμε εμπειρίες για τουρίστες και επισκέπτες μέσω της αφήγησης ιστοριών, να εκτιμήσουμε πώς να συμπεριλάβουμε την κοινότητα και το δίκτυο των ενδιαφερόμενων μερών γύρω από μια πολιτιστική διαδρομή, ώστε να καταστήσουμε ορατές και προσβάσιμες τις κρυφές ιστορίες τους.

Εισάγονται επίσης νέα εργαλεία, όπως η Γενετική TN, για να κατανοηθεί πώς μπορούν να αξιοποιηθούν καλύτερα στη δημιουργία μιας καλής ιστορίας.

Σημεία που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή:

- Θέματα που σχετίζονται με το ποια ιστορία να αφηγηθεί, γιατί να την αφηγηθεί και πώς.
- Πώς να δημιουργήσετε ισχυρές ιστορίες που βασίζονται στην ενσυναίσθηση, όχι μόνο για να ενημερώσετε τους τουρίστες, αλλά κυρίως για να τους αγγίξετε συναισθηματικά, με την παραδοχή ότι μόνο κάνοντάς τους να *νιώσουν* και όχι μόνο

να καταλάβουν, οι τουρίστες θα μπορούν να αναπτύξουν μια βιώσιμη και διαρκή σύνδεση με έναν τόπο και να τον επισκεφθούν ξανά (ή να ενθαρρύνουν το κοινωνικό τους δίκτυο να τον επισκεφτεί).

Πώς: Παρέχοντας παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών στη χρήση της αφήγησης για τη δημιουργία μύθων και τουριστικών προορισμών από τη δική μας πρακτική.

4. Ψηφιακές ικανότητες για προσεγγίσεις gamification

Εστίαση: Παιχνιδοποίηση

Στόχος: Να κατανοήσουμε πώς λειτουργεί η παιχνιδοποίηση, να κατανοήσουμε πώς η παιχνιδοποίηση και τα παιχνίδια μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της διαδρομής και την προσέλκυση των επισκεπτών της διαδρομής στους προορισμούς, να συνδεθούμε με τους ταξιδιώτες της επόμενης γενιάς, να κατανοήσουμε τους διαφορετικούς τύπους παιχνιδιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το σκοπό αυτό.

Εισάγονται επίσης νέα εργαλεία όπως η τεχνητή νοημοσύνη, για να κατανοηθεί πώς μπορούν να βοηθήσουν στην προσαρμογή της εμπειρίας του παιχνιδιού.

Σημεία εστίασης:

- Κριτήρια επιλογής πλατφορμών, εργαλείων και υποστηρικτικών μέσων για την ψηφιακή gamification των περιεχομένων.
- Πώς να ενσωματώσετε προφορικές μαρτυρίες για να εργαστείτε πάνω στη μνήμη μέσω της παιχνιδοποίησης.

Πώς: Παρέχοντας θεωρίες, μοντέλα και παραδείγματα από τη δική μας πρακτική.

Άλλες βασικές πληροφορίες που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη των εκπαιδευτικών ενοτήτων NEXT ROUTES περιλαμβάνουν:

- Η ανάγκη για πρακτική, ειδική για τον τομέα εκπαίδευση που αντιμετωπίζει πραγματικές προκλήσεις στο χώρο εργασίας.
- Η ζήτηση για ευέλικτες, αρθρωτές μορφές μάθησης προσαρμοσμένες σε διαφορετικούς ρόλους και επίπεδα εμπειρίας.
- Η σημασία της αναφοράς σε βέλτιστες πρακτικές και μελέτες περιπτώσεων για τη διασφάλιση της συνάφειας της εκπαίδευσης.
- Το πλεονέκτημα της αξιολόγησης των υφιστάμενων επιπέδων δεξιοτήτων πριν από τον σχεδιασμό προγραμμάτων για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των ελλείψεων της ομάδας.

4. Ενότητες, εργαλεία και πόροι

Η παρακολούθηση των ταχέως μεταβαλλόμενων αναγκών σε δεξιότητες και η κάλυψη των κενών δεξιοτήτων για την αντιμετώπιση ενός κόσμου σε συνεχή μεταβολή αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για τις Πολιτιστικές Διαδρομές στην Ευρώπη. Αυτό συνεπάγεται όχι μόνο την απόκτηση νέων δεξιοτήτων, αλλά και μια νοοτροπία προσανατολισμένη στη δια βίου μάθηση και τη συνεχή επανεκπαίδευση και αναβάθμιση των ικανοτήτων.

Τα ενότητες NEXT ROUTES βασίζονται σε σύνολα δεξιοτήτων και παρέχουν ιδέες, παραδείγματα και εργαλεία για τον τρόπο βελτίωσης των ψηφιακών και δημιουργικών δεξιοτήτων με τη βοήθεια βέλτιστων πρακτικών, μεθοδολογιών και υποστηρικτικών εργαλείων που απευθύνονται στο προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης.

4.1 Ενότητα 1: Ψηφιακές δεξιότητες για το μάρκετινγκ, την προώθηση και την εκπαίδευση

Στο σημερινό ψηφιακό τοπίο, το αποτελεσματικό μάρκετινγκ, η προώθηση και η εκπαιδευτική προβολή εξαρτώνται από ισχυρές ψηφιακές ικανότητες. Αυτή η ενότητα παρουσιάζει τις βασικές δεξιότητες και τα εργαλεία που είναι απαραίτητα για να πλοηγηθείτε στο ψηφιακό περιβάλλον με αυτοπεποίθηση και στρατηγική. Αυτή η ενότητα παρέχει τις βασικές γνώσεις για να ευδοκιμήσετε σε έναν ψηφιακά συνδεδεμένο κόσμο.

1. Εισαγωγή και θεωρία

Αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζει βασικές πρακτικές ψηφιακού μάρκετινγκ προσαρμοσμένες στις ανάγκες των Πολιτιστικών Διαδρομών. Καθώς η προβολή, η συμμετοχή και η βιωσιμότητα εξαρτώνται όλο και περισσότερο από την ψηφιακή προβολή, το προσωπικό και οι ενδιαφερόμενοι φορείς πρέπει να ενισχύσουν την ικανότητά τους να προωθούν τις διαδρομές μέσω συναρπαστικών αφηγήσεων, εκπαιδευτικού περιεχομένου και στρατηγικής επικοινωνίας. Οι συμμετέχοντες θα διερευνήσουν πώς οι ολοκληρωμένες στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη, την προβολή και τη μακροπρόθεσμη σημασία των Πολιτιστικών Διαδρομών στην Ευρώπη.

Στη σημερινή ψηφιακή εποχή, τα smartphone και τα smartwatch έχουν γίνει απαραίτητοι σύντροφοι για τους ταξιδιώτες. Οι τουρίστες βασίζονται σε αυτές τις συσκευές όχι μόνο για πλοήγηση και καταγραφή αναμνήσεων, αλλά και για άμεση πρόσβαση σε πολιτιστικό περιεχόμενο, κοινωνική αλληλεπίδραση και προσωπική παρακολούθηση.

Η ορατότητα και η αναγνωσιμότητα του περιεχομένου σε μικρές οθόνες, ειδικά κατά τη διάρκεια της πεζοπορίας ή της εκτέλεσης πολλαπλών εργασιών, είναι μια κρίσιμη πτυχή της εμπειρίας του χρήστη. Οι εταιρείες τεχνολογίας βελτιώνουν συνεχώς την ανάλυση της οθόνης, τη φωτεινότητα και την ποιότητα της κάμερας για να εξασφαλίσουν μια απρόσκοπτη εμπειρία χωρίς να θίγουν την εμπλοκή.

Για τις Πολιτιστικές Διαδρομές, αυτό σημαίνει ότι το ψηφιακό περιεχόμενο πρέπει να είναι:

- Εύκολα προσβάσιμο και γρήγορα ανιχνεύσιμο
- Οπτικά ελκυστικό, ακόμη και σε μικρές οθόνες
- Βελτιστοποιημένο για χρήση σε εξωτερικούς χώρους και αλληλεπίδραση εν κινήσει

Η δημιουργία περιεχομένου που προσαρμόζεται καλά στις κινητές συσκευές δεν είναι απλώς μια ευκολία, αλλά μια αναγκαιότητα για την προσέγγιση του σύγχρονου κοινού, ειδικά των νεότερων, τεχνολογικά καταρτισμένων ταξιδιωτών. Η τεχνητή νοημοσύνη (AI)

αποτελεί ένα πραγματικό ορόσημο στην εξέλιξη της δημιουργίας περιεχομένου. Με πρωτοποριακές δυνατότητες και απaráμιλλη ταχύτητα, η ΑΙ φέρνει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο παράγουμε, βελτιώνουμε και μοιραζόμαστε ιστορίες, ειδικά στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Η ΑΙ είναι το ταχύτερο εργαλείο δημιουργίας περιεχομένου μέχρι σήμερα, μετατρέποντας απλές προτροπές σε συναρπαστικές αφηγήσεις, τολμηρές δηλώσεις ή λεπτές μηνύματα. Είτε υπάρχει ανάγκη το περιεχόμενο να είναι ενθουσιώδες, επαγγελματικό, σοβαρό ή όλα τα παραπάνω, η ΑΙ προσαρμόζεται άψογα στον τόνο και το όραμα.

Από τη δημιουργία νέων ιδεών έως τη βελτίωση ενός μηνύματος με έξυπνη ακρίβεια, η ΑΙ δίνει τη δυνατότητα στο προσωπικό του Cultural Routes να επικοινωνεί πιο αποτελεσματικά και δημιουργικά από ποτέ. Εσείς παρέχετε τις πληροφορίες και η ΑΙ φέρνει το αποτέλεσμα.

2. Θέματα που καλύπτονται

Αυτό το μάθημα εισάγει τους συμμετέχοντες σε βασικούς τομείς της ψηφιακής πρακτικής που σχετίζονται με το μάρκετινγκ, την προώθηση και την εκπαίδευση. Βασικά θέματα που καλύπτονται:

- Στρατηγικό ψηφιακό μάρκετινγκ στον πολιτιστικό τουρισμό
- Επισκόπηση των τάσεων, των προκλήσεων και των καινοτομιών στην ψηφιακή προώθηση στον τομέα του πολιτιστικού τουρισμού
- Εντοπισμός ευκαιριών για την ενίσχυση του αντίκτυπου των πολιτιστικών διαδρομών με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων
- Στρατηγικές μάρκετινγκ πολλαπλών καναλιών
- Κατανόηση του τρόπου συνδυασμού πλατφορμών όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι ιστοσελίδες, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και η βελτιστοποίηση για μηχανές αναζήτησης (SEO) με σκοπό τη δημιουργία μιας συνεκτικής εκστρατείας
- Σημασία της συνέπειας και της φωνής της μάρκας σε όλα τα κανάλια
- Μάρκετινγκ βάσει δεδομένων
- Εισαγωγή σε πλατφόρμες ανάλυσης όπως το Google Analytics, το Meta Insights και τα ταμπλό πλατφορμών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Χρήση μετρήσεων για την αξιολόγηση της εμβέλειας, της αφοσίωσης και της απόδοσης της προσπάθειας
- Αναδυόμενες τεχνολογίες στο μάρκετινγκ
- Σύντομη αναφορά στον τρόπο με τον οποίο τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης, η αυτοματοποίηση και η δημιουργία περιεχομένου μπορούν να βελτιστοποιήσουν

και να βελτιώσουν το ψηφιακό μάρκετινγκ για τις Πολιτιστικές Διαδρομές.

3. Δραστηριότητες

Οι πρακτικές δραστηριότητες έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών να εφαρμόσει αμέσως όσα έχουν μάθει και να παράγει απτά αποτελέσματα όταν επιστρέψουν. Με την ολοκλήρωση αυτών των εργασιών (και του καταλόγου ελέγχου), οι συμμετέχοντες θα ενισχύσουν τις δεξιότητές τους στην ψηφιακή επικοινωνία και θα συμβάλουν στην προβολή και τον αντίκτυπο της διαδρομής τους, εξερευνώντας τις προκλήσεις και τις χαμένες ευκαιρίες για εύκολα επιτεύξιμους στόχους και προωθητικό αντίκτυπο.

Προετοιμασία: Διατύπωση της πρόκλησης

Προσδιορισμός και αντιμετώπιση έως και τριών προκλήσεων και ευκαιριών της ψηφιοποίησης της Πολιτιστικής Διαδρομής. Αυτή η εργασία βοηθά στην αξιολόγηση της θέσης της Πολιτιστικής Διαδρομής στο τουριστικό τοπίο, στην ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος και στη δημιουργία μιας στρατηγικής για την ενσωμάτωση ή την ενίσχυση των ψηφιακών εργαλείων σε σχετικά σημεία επαφής με τους επισκέπτες.

Προετοιμασία: Προσδιορισμός του κοινού

Αυτό το βήμα συχνά ξεχνιέται ή παραβλέπεται, αλλά μια σαφής και κοινή αντίληψη των στάσεων και συμπεριφορών των επισκεπτών είναι σημαντική για κάθε νέα εκστρατεία και προώθηση. Ζητήθηκε από τις Πολιτιστικές Διαδρομές να χρησιμοποιήσουν δημογραφικά στοιχεία, ψυχογραφικά στοιχεία, πολιτιστικά στοιχεία, συμπεριφορές στα μέσα ενημέρωσης και, αν είναι δυνατόν, συνήθειες στάσης/συμπεριφοράς/κατανάλωσης μέσων ενημέρωσης για να προσδιορίσουν το κοινό στο οποίο θέλουν να απευθυνθούν.

- Βήμα 1. Διατύπωση στόχων και βασικών δεικτών απόδοσης
- Βήμα 2. Διατύπωση μιας στρατηγικής επικοινωνίας σε μία πρόταση (αυτό βοηθά στην εστίαση)
- Βήμα 3. Διατύπωση της εκτέλεσης της στρατηγικής επικοινωνίας (επιλογή βασικών καναλιών και εκπόνηση μίας καμπάνιας για τρία διαφορετικά κανάλια)
- Βήμα 4. Διαμόρφωση κατανομής προϋπολογισμού (πώς να παραμείνετε αποτελεσματικοί με μηδενικό προϋπολογισμό)
- Βήμα 5. Διατύπωση μέτρησης και μεθοδολογίας (ποια εργαλεία θα χρησιμοποιηθούν για τη μέτρηση του αντίκτυπου και της επιτυχίας, αξιολόγηση του τοπίου των εργαλείων και του εργαλείου NEXT ROUTES)
- Βήμα 6. Διατυπώστε τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να αξιολογήσετε την αποτελεσματικότητα (πριν και μετά την εκστρατεία)

- Βήμα 7. Διαμορφώστε τα πιθανά αποτελέσματα

4. Μαθησιακά αποτελέσματα

Μέχρι το τέλος αυτού του модуλου, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να:

- Αναπτύξουν μια δομημένη και στοχοθετημένη στρατηγική ψηφιακής προώθησης για την Πολιτιστική Διαδρομή τους.
- Επιλέγουν τα κατάλληλα ψηφιακά εργαλεία (AI) (π.χ. Canva, Genially κ.λπ.) για να σχεδιάσουν οπτικό και εκπαιδευτικό περιεχόμενο με το εμπορικό σήμα τους.
- Εφαρμόζουν αρχές branding για να εξασφαλίσουν οπτική και αφηγηματική συνοχή σε όλα τα υλικά προβολής.
- Παρακολουθούν και να ερμηνεύουν βασικούς δείκτες απόδοσης (π.χ. επισημάνσεις «μου αρέσει», κοινοποιήσεις, προβολές σελίδων, λήψεις) για να αξιολογούν τον αντίκτυπο των προωθητικών προσπαθειών και να βελτιώνουν την απόδοση και την εμπέλεια.

5. Εφαρμογή και πρακτική

Αυτή η ενότητα περιγράφει συγκεκριμένα βήματα για να βοηθήσει τις ομάδες των Πολιτιστικών Διαδρομών να εφαρμόσουν ψηφιακά εργαλεία και στρατηγικές στην καθημερινή τους εργασία. Αυτές οι πρακτικές στοχεύουν στην ενσωμάτωση της ψηφιακής επικοινωνίας στις λειτουργίες και στη διασφάλιση της συνεχούς μάθησης, της συνέπειας και του αντίκτυπου.

Θέστε στόχους SMART

Ορίστε στόχους που είναι:

- Συγκεκριμένοι: Τι είδους περιεχόμενο ή δέσμευση αντιμετωπίζετε;
- Μετρήσιμο: Ποιους δείκτες (π.χ. συνδρομητές στο ενημερωτικό δελτίο, ακόλουθοι στο Instagram) θα παρακολουθείτε;
- Εφικτό: Είναι οι στόχοι ρεαλιστικοί, λαμβάνοντας υπόψη την ομάδα και τους πόρους σας;
- Σχετικοί: Αυτοί οι στόχοι συνάδουν με την αποστολή της διαδρομής;
- Χρονικά προσδιορισμένοι: Ορίστε σαφείς προθεσμίες για την αξιολόγηση.

Παρακολουθήστε την πρόοδο χρησιμοποιώντας δείκτες απόδοσης

Καθορίστε βασικούς δείκτες επιτυχίας, όπως:

- Αριθμός αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή ποσοστό αλληλεπίδρασης.
- Αύξηση της επισκεψιμότητας του ιστότοπου ή των εγγραφών στη λίστα αλληλογραφίας.
- Ποσοστά ολοκλήρωσης της ψηφιακής εκπαίδευσης από τα μέλη της ομάδας.

Αναπτύξτε ένα σχέδιο διαδοχής

Για να εξασφαλίσετε τη βιωσιμότητα:

- Εκπαιδεύστε τα μέλη της ομάδας σε βασικά εργαλεία και διαδικασίες.
- Διατηρήστε ενημερωμένη τεκμηρίωση και οδηγίες επικοινωνίας.
- Αναθέστε εφεδρικούς ρόλους για να αποφύγετε την εξάρτηση από ένα μόνο άτομο.

6. Μελέτες περιπτώσεων / Βέλτιστες πρακτικές

Το Iron Curtain Trail είναι ένα ισχυρό παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μια Πολιτιστική Διαδρομή μπορεί να χρησιμοποιήσει με επιτυχία τα ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση της συμμετοχής, της εκπαίδευσης και της προβολής. Συνδυάζει έναν ιστότοπο βελτιστοποιημένο για κινητά, διαδραστικό σχεδιασμό διαδρομών και αφήγηση ιστοριών για να ζωντανέψει την ιστορία του Ψυχρού Πολέμου. Η διαδρομή προσελκύει το κοινό μέσω ενός συνδυασμού κοινωνικών μέσων, χαρτών που μπορούν να μεταφορτωθούν, εκπαιδευτικών βίντεο και περιεχομένου με γεωγραφικές ετικέτες, ενθαρρύνοντας τους χρήστες να εξερευνήσουν και να μοιραστούν τις εμπειρίες τους. Σε συνεργασία με τοπικούς τουριστικούς φορείς, πραγματοποιεί στοχευμένες εκστρατείες και χρησιμοποιεί αναλυτικά στοιχεία για να παρακολουθεί τη συμμετοχή και να βελτιώνει τις στρατηγικές της.

Ενσωματώνει επίσης εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης και αυτοματοποίησης για να βοηθήσει στη δημιουργία και την προσαρμογή περιεχομένου για διαφορετικές πλατφόρμες, εξασφαλίζοντας συνέπεια και εμβέλεια. Η επιτυχία της διαδρομής έγκειται στους σαφείς στόχους της, στις διασυνοριακές συνεργασίες και στην ικανότητά της να συνδέει την ιστορία, τον τουρισμό και την τεχνολογία σε ένα φιλικό προς τον χρήστη, mobile-first format.

7. Πρότυπα, εργαλεία και σεμινάρια

Για να μετατρέψουν τη στρατηγική σε δράση, οι Πολιτιστικές Διαδρομές χρειάζονται απλά, αποτελεσματικά εργαλεία που είναι εύκολα στη χρήση και προσαρμόσιμα στο περιβάλλον

τους. Εμπνευσμένο από βέλτιστες πρακτικές όπως το Iron Curtain Trail, αυτό το τμήμα παρέχει έτοιμα προς χρήση πόρους για να βοηθήσει τις ομάδες να σχεδιάσουν, να παράγουν και να αξιολογήσουν ψηφιακό περιεχόμενο.

Σχεδιασμένα για πρακτική χρήση και συνεργασία:

- **Ημερολόγιο περιεχομένου κοινωνικών μέσων:** ιδανικό για τον σχεδιασμό αναρτήσεων ανά κανάλι, θέμα, καμπάνια και κοινό-στόχο.
- **Kit branding πολιτιστικών διαδρομών:** για να εξασφαλιστεί η συνέπεια στη χρήση γραμματοσειρών, χρωμάτων και λογότυπων.
- **Στρατηγική ψηφιακής επικοινωνίας:** αδύνατο να λειτουργήσουν χωρίς αυτή τη στρατηγική, οι Πολιτιστικές Διαδρομές πρέπει να καθορίσουν τον τόνο, τις αξίες, τις ευθύνες και τη ροή εργασίας.
- **Λίστα ελέγχου δημιουργίας περιεχομένου:** μια λίστα βήμα προς βήμα που καθοδηγεί τον ποιοτικό έλεγχο για κάθε ανάρτηση, εκστρατεία ή προώθηση.

Συνιστώμενα εργαλεία, ειδικά για μικρές ομάδες:

- **Canva:** σχεδιάστε γρήγορα περιεχόμενο με το λογότυπο της επωνυμίας σας, ακόμη και χωρίς γνώσεις σχεδιασμού.
- **Genially:** δημιουργήστε διαδραστικές παρουσιάσεις, οδηγούς ή χάρτες για να προσελκύσετε τους διαδικτυακούς επισκέπτες.
- **Mailchimp:** δημιουργήστε και παρακολουθήστε καμπάνιες μέσω email που ενημερώνουν και μετατρέπουν.
- **Notion / Trello:** διαχειριστείτε (διακρατικές) καμπάνιες, προθεσμίες και εργασίες της ομάδας σε ένα μέρος.
- **Meta Business Suite:** παρακολουθήστε τις μετρήσεις του Facebook και του Instagram για να μετρήσετε την επιτυχία.

4.2 Ενότητα 2: Ψηφιακές ικανότητες για προσέλκυση και συμμετοχή

Το Μοντέλο 2 εστιάζει στην ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την ενίσχυση της ουσιαστικής εμπλοκής και της ενεργού συμμετοχής σε όλες τις ψηφιακές πλατφόρμες. Οι μαθητές θα αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τα βασικά ψηφιακά εργαλεία και τις στρατηγικές που υποστηρίζουν την αποτελεσματική επικοινωνία, τη συμμετοχή της κοινότητας και την ευρύτερη προβολή τόσο σε οργανωτικό όσο και σε εκπαιδευτικό πλαίσιο.

1. Εισαγωγή και θεωρία

Η συμμετοχή βρίσκεται στο επίκεντρο κάθε επιτυχημένης ψηφιακής στρατηγικής. Για τις πολιτιστικές διαδρομές και τις πρωτοβουλίες πολιτιστικής κληρονομιάς, η δημιουργία ουσιαστικών δεσμών με το κοινό υπερβαίνει τα «likes» και τα «clicks», καθώς αφορά τη δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων, την έμπνευση για δράση και την παροχή αξίας σε κάθε σημείο επαφής.

2. Θέματα που καλύπτονται

Οι ακόλουθοι τομείς αναδεικνύουν το πλήρες φάσμα των στόχων εμπλοκής, από την αρχική ευαισθητοποίηση έως την ενίσχυση της αφοσίωσης και την προώθηση της καινοτομίας. Κάθε στοιχείο διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο οι Πολιτιστικές Διαδρομές μπορούν να συνδεθούν με τους επισκέπτες, τους συνεργάτες και τις κοινότητες με αποτελεσματικούς και μετρήσιμους τρόπους:

- Ευαισθητοποίηση για το εμπορικό σήμα
- Εμπλοκή των επισκεπτών
- Δημιουργία δυνητικών πελατών
- Μετατροπή
- Δημιουργία περιεχομένου
- Εκπαίδευση
- Πιστότητα και υποστήριξη
- Έρευνα και πληροφορίες (δημιουργία προφίλ)
- Ανάπτυξη στο διαδίκτυο (μέσα κοινωνικής δικτύωσης)
- Καινοτομία και συνεργασία

Όλα αυτά τα στοιχεία μαζί αποτελούν έναν οδικό χάρτη για μια στοχευμένη, προσανατολισμένη στο κοινό επικοινωνία που υποστηρίζει την προβολή, την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα.

3. Δραστηριότητες

Κατά τη διάρκεια του μαθήματος, οι συμμετέχοντες διερεύνησαν πώς οι Πολιτιστικές Διαδρομές μπορούν να ισορροπήσουν στρατηγικά την προώθηση (push) και την εμπλοκή. Η έμφαση δόθηκε στον καθορισμό του σκοπού της δημιουργίας μιας ψηφιακής κοινότητας, είτε για προβολή, εκπαίδευση, υποστήριξη ή κοινά ενδιαφέροντα, και στη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων με βάση μετρήσιμους στόχους, όπως η αύξηση των μελών, η βελτίωση της εμπλοκής, η « » ή η δοκιμή νέων ψηφιακών εργαλείων. Μια σειρά πρακτικών δραστηριοτήτων καθοδήγησε τους συμμετέχοντες στα βασικά στοιχεία της μοντελοποίησης του μίγματος μάρκετινγκ:

1. Καθορισμός του σκοπού της κοινότητας

Οι συμμετέχοντες εργάστηκαν σε ζεύγη για να αποσαφηνίσουν τα κίνητρα πίσω από τη δημιουργία μιας ψηφιακής κοινότητας για τη διαδρομή τους, όπως η εκπαίδευση, η ευαισθητοποίηση ή η σύνδεση.

2. Άσκηση χαρτογράφησης στόχων

Οι συμμετέχοντες χαρτογράφησαν διαφορετικούς τύπους εκστρατειών (ευαισθητοποίηση, συμμετοχή, αφοσίωση) σε συγκεκριμένους δείκτες απόδοσης (ΚΡΙ) που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη μέτρηση της επιτυχίας.

3. Αντιστοίχιση στρατηγικής καναλιών

Οι Πολιτιστικές Διαδρομές αντιστοίχισαν ψηφιακά εργαλεία όπως το Instagram, το Facebook, τα ενημερωτικά δελτία και τα blogs με διαφορετικούς στόχους εμπλοκής, προσδιορίζοντας ποιες πλατφόρμες υποστήριζαν καλύτερα τους στόχους της διαδρομής τους.

4. Σχεδιασμός μικροεκστρατείας

Οι συμμετέχοντες σχεδίασαν ένα απλό concept καμπάνιας συνδεδεμένο με ένα πραγματικό ή φανταστικό γεγονός στη διαδρομή τους. Κάθε ομάδα περιέγραψε τον στόχο της καμπάνιας, το μήνυμα, τις επιλεγμένες πλατφόρμες και τους δείκτες επιτυχίας.

4. Μαθησιακά αποτελέσματα

Μέχρι το τέλος αυτού του модуλου, οι συμμετέχοντες έμαθαν πώς να:

- Προσδιορίζουν και εφαρμόζουν τα κατάλληλα ψηφιακά εργαλεία για την εμπλοκή διαφορετικών ακροατηρίων

- Σχεδιάζουν βασικές στρατηγικές εμπλοκής προσαρμοσμένες στην Πολιτιστική Διαδρομή τους
- Κατανοούν πώς να χρησιμοποιούν την αφήγηση και την αλληλεπίδραση για να ενισχύσουν τη συμμετοχή

5. Εφαρμογή και πρακτική

Τα κύρια βήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη σε αυτή τη διαδικασία:

1. Προσδιορισμός και κατανόηση του κοινού

- Γνωρίστε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τα ενδιαφέροντα και τα προβλήματα του κοινού.
- Προσαρμόστε το περιεχόμενο και τον τρόπο επικοινωνίας ώστε να ταιριάζουν με τις προτιμήσεις του.

2. Επιλέξτε την κατάλληλη πλατφόρμα

- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Πλατφόρμες όπως ομάδες Facebook, Instagram ή LinkedIn για ευρύτερη προσέγγιση.
- Φόρουμ και κοινοτικές πλατφόρμες αφιερωμένες στα θέματα ή τα ενδιαφέροντα της Πολιτιστικής Διαδρομής.
- Blogs και ενημερωτικά δελτία: Για πιο σε βάθος επικοινωνία και εξατομίκευση.

3. Δημιουργήστε αξιόλογο περιεχόμενο

- Βρείτε περιεχόμενο που να εκπαιδεύει, να διασκεδάζει ή να λύνει προβλήματα για το κοινό σας.
- Μορφές που πρέπει να λάβετε υπόψη:
 - ο Βίντεο, διαδικτυακά σεμινάρια και ζωντανές μεταδόσεις για άμεση αλληλεπίδραση.
 - ο Αναρτήσεις, infographics και δημοσκοπήσεις για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος.
 - ο Αποκλειστικοί πόροι, όπως οδηγοί ή πρότυπα για προστιθέμενη αξία.

4. Ενισχύστε την εμπλοκή (επιλέξτε τις ευκαιρίες επικοινωνίας)

- Να είστε ενεργοί και να ανταποκρίνεστε:
 - ο Ξεκινήστε συζητήσεις θέτοντας ερωτήσεις ή μοιράζοντας απόψεις.
- Ενθαρρύνετε το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες:
 - ο Δημιουργήστε προκλήσεις ή hashtags.
 - ο Επισημάνετε τις συνεισφορές των μελών της κοινότητας.

- Διοργανώστε τακτικές εκδηλώσεις:
 - ο Webinars, συνεδρίες AMA (Ask Me Anything) ή εικονικές συναντήσεις.

6. Μελέτες περιπτώσεων/βέλτιστες πρακτικές

Γενικά, εμπνευσμένες μελέτες περιπτώσεων και βέλτιστες πρακτικές μπορούν να βρεθούν στους Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμών (DMO). Ένα ξεχωριστό παράδειγμα ενός Ευρωπαϊκού Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμών που ξεχωρίζει στην ψηφιακή συμμετοχή της κοινότητας είναι το Visit Finland. Έχουν χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τα ψηφιακά εργαλεία για να ενισχύσουν τη σημαντική συμμετοχή και αλληλεπίδραση τόσο των κατοίκων όσο και των επισκεπτών.

Visit Finland: Ένα μοντέλο ψηφιακής συμμετοχής της κοινότητας

Η Visit Finland έχει εφαρμόσει διάφορες στρατηγικές για την ενίσχυση της ψηφιακής συμμετοχής:

- Πρόωρη συμμετοχή του κοινού: Δίνουν προτεραιότητα στη συμμετοχή της κοινότητας από νωρίς στη διαδικασία σχεδιασμού, εξασφαλίζοντας ότι οι κάτοικοι έχουν λόγο στην ανάπτυξη του τουρισμού.
- Χρήση ψηφιακών πλατφορμών: Αξιοποιώντας πλατφόρμες όπως το Maptionnaire, συλλέγουν τα σχόλια της κοινότητας και τα ενσωματώνουν στον σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων.
- Διαδραστικό περιεχόμενο: Το Visit Finland δημιουργεί ελκυστικό περιεχόμενο, όπως διαδραστικούς χάρτες και αφηγήσεις, για να συνδεθεί με το κοινό και να προωθήσει πολιτιστικές διαδρομές.

Αυτές οι πρωτοβουλίες έχουν οδηγήσει σε αυξημένη συμμετοχή της κοινότητας, καλύτερα ενημερωμένη λήψη αποφάσεων και ισχυρότερη σύνδεση μεταξύ του DMO και των ενδιαφερόμενων μερών.

7. Πρότυπα, εργαλεία και σεμινάρια

Τα ακόλουθα εργαλεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ενίσχυση της στρατηγικής συμμετοχής:

- **CHATGPT (OpenAI):** Δημιουργία περιεχομένου για ιστολόγια, αναρτήσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και υποστήριξη πελατών. Σχετικότητα: Προσαρμόζει το περιεχόμενο για να προσελκύσει το κοινό με ιστορίες πολιτιστικής κληρονομιάς ή τουριστικές προωθητικές ενέργειες.
- **CANVA (εργαλείο σχεδιασμού με τεχνητή νοημοσύνη):** Γρήγορη δημιουργία οπτικά ελκυστικού προωθητικού υλικού. Σχετικότητα: Αναδεικνύει το περιεχόμενο πολιτιστικής κληρονομιάς, τις εκδηλώσεις ή τα τουριστικά πακέτα με επαγγελματικό σχεδιασμό.

- **Adobe Sensei:** Βελτιώνει τις δημιουργικές ροές εργασίας, όπως την επεξεργασία φωτογραφιών και την παραγωγή βίντεο. Σχετικότητα: Βελτιώνει τα οπτικά στοιχεία μάρκετινγκ για ιστορικά μνημεία ή πολιτιστικές εμπειρίες.
- **Hootsuite Insights (Powered by Brandwatch):** Κοινωνική ακρόαση με τεχνητή νοημοσύνη για την παρακολούθηση των τάσεων και τη βελτιστοποίηση των εκστρατειών. Σχετικότητα: Βοηθά στον εντοπισμό των στοιχείων που έχουν απήχηση στους τουρίστες στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- **Grammarly (AI Writing Assistant):** Βελτιώνει το περιεχόμενο για μεγαλύτερη σαφήνεια και επαγγελματισμό. Σχετικότητα: Εξασφαλίζει υψηλής ποιότητας επικοινωνία στα προωθητικά υλικά.
- **Google Arts & Culture:** Παρέχει εικονικές περιηγήσεις και εκπαιδευτικές εμπειρίες. Σχετικότητα: Καθιστά την πολιτιστική κληρονομιά προσβάσιμη σε όλο τον κόσμο, προωθώντας την εκπαιδευτική προβολή.

4.3 Ενότητα 3: Ψηφιακές δεξιότητες για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

Η αφήγηση ιστοριών είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς η αφήγηση ιστοριών αποτελεί μια καθολική πτυχή της ανθρώπινης επικοινωνίας. Στην πραγματικότητα, έρευνες δείχνουν ότι τα 2/3 των ανθρώπινων συνομιλιών αποτελούνται από ιστορίες και ότι οι ιστορίες είναι 20 φορές πιο πιθανό να θυμόμαστε από τα γεγονότα (Dunbar, 2004). Οι ιστορίες είναι διαχρονικές. Αυτό που έχει αλλάξει με την πάροδο του χρόνου είναι μόνο ο τρόπος (και οι πλατφόρμες) με τον οποίο αφηγούνται οι ιστορίες: από την προφορική μετάδοση γύρω από τη φωτιά στο στρατόπεδο έως τις νεότερες μορφές επικοινωνίας, όπως αυτές μέσω των ψηφιακών τεχνολογιών και, τελευταία, μέσω της γενετικής τεχνητής νοημοσύνης. Ωστόσο, οι καλές ιστορίες παραμένουν διαχρονικές. Και ο τρόπος δημιουργίας μιας ισχυρής ιστορίας παραμένει επίσης αμετάβλητος.

1. Εισαγωγή και θεωρία

Η προσέγγιση που υιοθετούμε για την αφήγηση ιστοριών προϋποθέτει ότι, για να είναι μια ιστορία αποτελεσματική, πρέπει να αγγίζει *συναισθηματικά* τους ανθρώπους. Μια τέτοια αντίδραση είναι δυνατή όταν προκαλείται ενσυναίσθηση. Και η ενσυναίσθηση προκαλείται όταν οι ακροατές της ιστορίας μπορούν να ταυτιστούν με τον πρωταγωνιστή της. Με αυτόν τον τρόπο, μια ιστορία κάνει πολύ περισσότερα για τους ανθρώπους από το να τους ενημερώνει απλώς ή να τους κάνει να καταλάβουν κάτι: τους κάνει να *νιώθουν* και, με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να επιφέρει μια αφηγηματική μεταμόρφωση.

Αν θέλουμε οι άνθρωποι να επιστρέψουν σε ένα μέρος (ή να συστήσουν σε άλλους να επισκεφθούν ένα μέρος που έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν), πρέπει να φροντίσουμε να αναπτύξουν μια τέτοια συναισθηματική σύνδεση με αυτό, ώστε να νιώσουν αυτό το μέρος και να μεταμορφωθούν από αυτό.

2. Θέματα που καλύπτονται

Δεδομένου ότι όλα ξεκινούν με μια καλή ιστορία, αυτό το εκπαιδευτικό πρόγραμμα εμβαθύνει στα εξής:

- Τα στοιχεία που συνθέτουν μια καλή ιστορία (δηλ. τους χαρακτήρες, το πλαίσιο, τη σύγκρουση και την επίλυση)
- Τους πολλούς τρόπους με τους οποίους μπορούν να συνδυαστούν αυτά τα στοιχεία, δηλαδή τα διάφορα μοντέλα αφήγησης που έχουν αναπτυχθεί με την πάροδο των ετών

- Τους τύπους ιστοριών που δημιουργούνται με αυτόν τον τρόπο (δηλ. ιστορίες που είναι αληθινές και λογικές)
- Ο ρόλος που μπορεί να διαδραματίσει η τεχνολογία στη δημιουργία (και την αφήγηση) μιας καλής ιστορίας
- Μια κριτική ανάλυση των διάφορων σύγχρονων τεχνολογικών πλατφορμών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αφήγηση μιας ιστορίας όσον αφορά την αυθεντικότητα, την αλήθεια και την εμπιστοσύνη

3. Δραστηριότητες

Η δραστηριότητα που προτάθηκε στο τέλος του θεωρητικού μέρους απαιτούσε από τους συμμετέχοντες να ανατρέξουν στη στρατηγική που είχαν αναπτύξει για τα μαθήματα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας και να προσδιορίσουν την ιστορία στην οποία ήθελαν να βασιστεί αυτή η στρατηγική. Στη συνέχεια, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να σχεδιάσουν αυτή την ιστορία ακολουθώντας τα μοντέλα και τις αρχές που συζητήθηκαν στο θεωρητικό μέρος, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στα εξής:

- Τους κύριους χαρακτήρες της ιστορίας
- Το πλαίσιο, που περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, σαφώς διακριτά *lieux de memoir / lieux d'imagination*
- Την πλοκή χρησιμοποιώντας το μοντέλο 5 βημάτων που συζητήθηκε κατά τη διάρκεια της θεωρίας
- Τους ενδιαφερόμενους φορείς της διαδρομής που ενδέχεται να εμπλακούν στον καθορισμό αυτής της ιστορίας και τις λεπτομέρειες αυτής της εμπλοκής
- Την αντιστοίχιση της λογικής της ιστορίας με τη λογική της διαδρομής (Hover, 2025)
- Η ιδανική ψηφιακή πλατφόρμα για την επικοινωνία αυτής της ιστορίας, λαμβάνοντας υπόψη τα κρίσιμα ζητήματα που προσδιορίστηκαν κατά τη διάρκεια της θεωρητικής ενότητας

4. Μαθησιακά αποτελέσματα

Μέχρι το τέλος αυτού του модуλου, οι συμμετέχοντες ήταν σε θέση να:

- Κατανοήσουν πώς να δημιουργήσουν μια ισχυρή ιστορία ανεξάρτητα από την (ψηφιακή) πλατφόρμα μέσω της οποίας θα παρουσιαστεί
- Εξοικειωθούν με διαφορετικά μοντέλα συγγραφής ιστοριών
- Εκτιμήσουν τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να συμπεριλάβουν την κοινότητα και το δίκτυο των ενδιαφερόμενων μερών γύρω από μια πολιτιστική διαδρομή, ώστε να καταστήσουν ορατές και προσβάσιμες τις κρυφές ιστορίες τους
- Σκεφτούν τον ρόλο που παίζει η τεχνολογία στη διαδικασία αφήγησης ιστοριών (ως μέσο για την επίτευξη ενός στόχου και όχι ως στόχος από μόνη της)
- Βασίζουν την επιλογή της ψηφιακής πλατφόρμας μέσω της οποίας θα αφηγηθούν την ιστορία τους στις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών της διαδρομής

- Ταιριάζετε τη λογική της ιστορίας με τη λογική της πολιτιστικής διαδρομής

5. Εφαρμογή και πρακτική

Τα κύρια σημεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την αφήγηση μιας ιστορίας μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

1. Επιλέξτε τον κατάλληλο τόνο φωνής για να αφηγηθείτε την ιστορία.
 - ☐ Βεβαιωθείτε ότι ο τόνος της φωνής είναι θετικός, ώστε να αφήνετε ένα μήνυμα ελπίδας στο τέλος της ιστορίας, ανεξάρτητα από τα (ίσως δραματικά) γεγονότα που μπορεί να έχουν συμβεί στην ιστορία
2. Να είστε αξιόπιστοι
 - ☐ Βεβαιωθείτε ότι η ιστορία που αφηγείστε είναι αληθινή και λογική
3. Να είστε περιεκτικοί
 - ☐ Πηγαίνετε πέρα από τις προφανείς ιστορίες που μπορείτε να διηγηθείτε, αλλά βρείτε εκείνες που είναι κρυμμένες, άγνωστες, μη γνωστές, τα κρυμμένα διαμάντια
4. Εμπλέξτε το κοινό σας όταν αφηγείστε την ιστορία
 - ☐ Αν θέλετε να γίνουν μέρος αυτής της αφήγησης και, τελικά, να συγκινηθούν συναισθηματικά
5. Μην ξεχνάτε ότι η τεχνολογία είναι μόνο ένα μέσο για την επίτευξη ενός στόχου
 - ☐ Και ο στόχος είναι η ιστορία

Επιπλέον, είναι σημαντικό να σκεφτείτε τα ακόλουθα ζητήματα:

1. Ποια τεχνολογία να χρησιμοποιήσετε και γιατί αυτή συγκεκριμένα; Ποια είναι τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματά της; Πώς μπορεί αυτή η τεχνολογία να προσθέσει αξία στην τελική ιστορία / εμπειρία / προσφορά;
2. Ποιοι τύποι ενδιαφερομένων θα μπορούσαν να συμμετάσχουν σε αυτή την ιστορία; Πώς μπορούν να συμμετάσχουν;
3. Τι θα έκανε την εμπλοκή τους επιτυχημένη; Και γιατί;
4. Τέλος, αυτά είναι πρακτικά ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη:
 - ☐ Κόστος
 - ☐ Βιωσιμότητα
 - ☐ Απαιτούμενες δεξιότητες και υπεύθυνο προσωπικό
 - ☐ Εάν απαιτείται αναβάθμιση δεξιοτήτων / επανεκπαίδευση

6. Μελέτες περιπτώσεων/βέλτιστες πρακτικές

Ως βέλτιστη πρακτική, παρουσιάστηκε το έργο *Crossroads* (Calvi και Hover, 2021). Το *Crossroads* είναι ένα έργο που μας ανατέθηκε από την περιφέρεια Brabant (στην Ολλανδία) το 2019 για τον εορτασμό των 75 χρόνων από την απελευθέρωση της χώρας στο τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Το έργο συνίστατο στην αφήγηση των ιστοριών απλών ανθρώπων που βρέθηκαν σε ένα μεταφορικό σταυροδρόμι κατά τη διάρκεια του πολέμου, καθώς έπρεπε να αντιμετωπίσουν ένα δίλημμα που θα άλλαζε τη ζωή τους και τη ζωή των γύρω τους. Αυτές οι ιστορίες σχετίζονται με διάφορα θέματα του πολέμου (για παράδειγμα, κατοχή, αντίσταση, κινητοποίηση, δίωξη, ελευθερία) που έλαβαν χώρα σε διαφορετικές τοποθεσίες στο Brabant (βλ. Εικόνα 1). Αυτές οι τοποθεσίες συνδέονται τώρα σε αυτό που θα μπορούσαμε να ονομάσουμε «πολιτιστική διαδρομή», η οποία έχει ονομαστεί «Brabant Remembers» (Το Μπράμπαντ θυμάται), αν και δεν πρόκειται σε καμία περίπτωση για μια αναγνωρισμένη Πολιτιστική Διαδρομή από το Συμβούλιο της Ευρώπης.



Εικόνα 1: Τοποθεσίες στο Μπράμπαντ όπου έλαβαν χώρα γεγονότα που σχετίζονται με τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και που τώρα αποτελούν μέρος της διαδρομής Brabant remembers.
Πηγή: Brabant Remembers¹

Θεωρούμε αυτό το έργο ως βέλτιστη πρακτική για να δείξουμε πώς χρησιμοποιήσαμε την αφήγηση ιστοριών για την προώθηση μιας περιοχής, καθώς ενέπλεξε την τοπική κοινότητα και τους τοπικούς φορείς στη συλλογή και την ανταλλαγή των κρυφών και άγνωστων ιστοριών εκείνων που βρέθηκαν σε αυτό το σταυροδρόμι της ζωής τους. Οι ιστορίες τους συλλέχθηκαν μέσω μιας πρόσκλησης για την υποβολή κρυφών ιστοριών, η

¹ Το Μπράμπαντ θυμάται | 75 ιστορίες πολέμου που άλλαξαν ζωές

οποία δημοσιεύθηκε στον τοπικό Τύπο και διαδόθηκε μέσω των διάφορων εμπλεκόμενων τοπικών φορέων και τελικά συλλέχθηκε μέσω εργαστηρίων αφήγησης ιστοριών σε διάφορες τοποθεσίες (Εικόνα 2). Οι ιστορίες αυτές είναι επομένως αυθεντικές και αξιόπιστες.



Εικόνα 2: Παράδειγμα εργαστηρίου αφήγησης ιστοριών και του τρόπου με τον οποίο η τοπική κοινότητα συμμετείχε στη συλλογή των ιστοριών που θα αφηγούνταν για την προώθηση της περιοχής.

Συγγραφέας: Moniek Hover

Με αυτόν τον τρόπο συγκεντρώθηκαν περισσότερες από 1000 ιστορίες, ενεργοποιώντας και εμπλέκοντας τις τοπικές κοινότητες και διάφορους φορείς. Από αυτές, επιλέχθηκαν 75, 1 για κάθε έτος από την απελευθέρωση της χώρας το 1944. Αυτές οι ιστορίες αφηγούνται χρησιμοποιώντας πολύ διαφορετικές (ψηφιακές και μη ψηφιακές) πλατφόρμες (βλ. Εικόνα 3).





Εικόνα 3: Παραδείγματα πλατφορμών που χρησιμοποιήθηκαν για την αφήγηση των ιστοριών του Crossroads. Τόσο ψηφιακές όσο και φυσικές: π.χ., ο λαβύρινθος και οι μινιατούρες δείχνουν πώς το έργο τράβηξε την προσοχή τοπικών καλλιτεχνών και επιχειρηματιών, οι οποίοι αποφάσισαν να κάνουν αυτές τις ιστορίες απτές με τον δικό τους τρόπο.
Συγγραφείας: Licia Calvi, Moniek Hover

7. Πρότυπα, εργαλεία και σεμινάρια

Για την υποστήριξη της εφαρμογής των εννοιών και των αρχών της αφήγησης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν εργαλεία και πρότυπα, όπως περιγράφεται στο εργαλείο NEXT ROUTES:

- **StoryMaps (Esri):** Ιδανικό για γεωγραφικά προσδιορισμένα δρομολόγια.
Εκπαιδευτικό υλικό: «Δημιουργήστε την πρώτη σας διαδραστική διαδρομή σε 30 λεπτά».
- **Tilda:** Δημιουργήστε μίνι ιστότοπους για εκθέσεις.
- **Canva:** Εικονογραφικά στοιχεία και οπτικοί οδηγοί.
Εκπαιδευτικό πρόγραμμα: «Σχεδιάστε έναν οπτικό οδηγό για το μουσείο σας».
- **Actionbound:** Διαδραστικές ξεναγήσεις και κουίζ.
- **Izi.TRAVEL:** Πολύγλωσσοι ηχητικοί οδηγοί.
Πρακτικός οδηγός: «Ηχογραφήστε και δημοσιεύστε τον πρώτο σας ηχητικό οδηγό».
- **ThingLink:** Περιήγηση 360° με hotspots.
Παράδειγμα: «Μια συναρπαστική εμπειρία σε έναν αρχαιολογικό χώρο».
- **Genially:** Δυναμικές παρουσιάσεις.
Εκπαιδευτικό σεμινάριο: «Αφηγηθείτε την ιστορία ενός αρχαιολογικού ευρήματος».

4.4 Ενότητα 4: Ψηφιακές δεξιότητες για προσεγγίσεις gamification

Με την έξυπνη χρήση ψηφιακών τεχνικών, είναι δυνατό να προσελκύσει ένα μεγαλύτερο και πιο ποικιλόμορφο κοινό για τις Πολιτιστικές Διαδρομές. Δεδομένου ότι οι Πολιτιστικές Διαδρομές λειτουργούν ως κανάλια διαπολιτισμικού διαλόγου και προωθούν την καλύτερη γνώση και κατανόηση της ευρωπαϊκής ιστορίας (Sassatelli, 2009), η συμμετοχή της επόμενης γενιάς είναι πολύ σημαντική για το Συμβούλιο της Ευρώπης. Οι γενιές Z και Alpha είναι ψηφιακά εγγενείς και η παιχνιδοποίηση μπορεί να είναι ένας τρόπος για να τους προσελκύσει.

Εισαγωγή και θεωρία

Η ψηφιακή συμμετοχή είναι ένας τρόπος για να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ μουσείων/τοποθεσιών/μνημείων/τοπίων και του κοινού τους. Είναι ένα είδος ψυχαγωγικής εκπαίδευσης που προσφέρει γνώση, έμπνευση, διασκέδαση και απόλαυση, εκτός από δυνατότητες συν-δημιουργίας, συμμετοχής και αλληλεπίδρασης.

Στην οικονομία της εμπειρίας, το παρελθόν είναι ένα εμπόρευμα. Είναι μια ξένη χώρα, όπου τα πράγματα γίνονται με διαφορετικό τρόπο. Οι ψηφιακοί ντόπιοι ζητούν εμπυθιστικές, αξέχαστες εμπειρίες. Επομένως, αυτές πρέπει να είναι αισθητικές, εκπαιδευτικές, διασκεδαστικές και να βγαίνουν από τη ζώνη άνεσης.

Στην κουλτούρα 4.0, οι επισκέπτες συνδυάζουν το φυσικό με το ψηφιακό. Αυτές οι φυσικοψηφιακές εμπειρίες πρέπει να είναι διαδραστικές, καθηλωτικές, αξέχαστες και σημαντικές. Η αφήγηση ιστοριών βρίσκεται στο επίκεντρο και βοηθά στη σύνδεση, κυριολεκτικά και μεταφορικά. Αυτές οι εμπειρίες είναι μοναδικές, εύκολο να τις θυμάται κανείς, εύκολο να τις διηγείται σε άλλους, εύκολο να συνδεθεί κανείς μαζί τους, και αποτελούν ένα εργαλείο για τη διαχείριση των επισκεπτών.

Η παιχνιδοποίηση είναι ένας ακόμη τρόπος για να διηγηθεί κανείς αυτές τις ιστορίες και να βελτιώσει την εμπειρία. Τα παιχνίδια είναι διαδραστικά, έχουν κανόνες, είναι ανταγωνιστικά, εθελοντικά, εξερευνητικά, προσανατολισμένα σε στόχους, κοινωνικά και ξεχωριστά από το χώρο και το χρόνο. Σε όλα τα στάδια της διαδρομής του πελάτη, τα παιχνίδια μπορούν να επηρεάσουν τις τουριστικές εμπειρίες. Τα παιχνίδια και ο τουρισμός είναι και τα δύο προσωρινές αποδράσεις σε έναν άλλο κόσμο.

Θέματα που καλύπτονται

Σε αυτό το κεφάλαιο, η έμφαση δίνεται στα παιχνίδια βασισμένα στην τοποθεσία (LBG), ένα είδος παιχνιδιού στο οποίο η εξέλιξη και η πρόοδος του παιχνιδιού εξαρτώνται από

την πραγματική τοποθεσία του παίκτη. Τα LBG πρέπει να παρέχουν κάποιο μηχανισμό που επιτρέπει στον παίκτη να αναφέρει την τοποθεσία του, συνήθως με GPS. Πολλά LBG λειτουργούν σε κινητά τηλέφωνα, χρησιμοποιώντας τη δυνατότητα GPS.

Καλύπτονται τα ακόλουθα θέματα:

- **Geocaching:** μια υπαίθρια ψυχαγωγική δραστηριότητα στην οποία οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν έναν δέκτη GPS ή μια κινητή συσκευή και/ή μια εφαρμογή για smartphone για να βρουν κρυμμένα δοχεία που ονομάζονται «geocaches». Για να παίξουν, οι χρήστες πλοηγούνται στις συντεταγμένες, βρίσκουν το cache, υπογράφουν το ημερολόγιο και το αφήνουν όπως το βρήκαν. Ενθαρρύνει τις υπαίθριες περιπέτειες και την εξερεύνηση.
- **Επαυξημένη πραγματικότητα:** Η επαυξημένη πραγματικότητα για φορητές συσκευές μπορεί να γίνει κατανοητή ως υπαίθρια παιχνίδια που χρησιμοποιούν τη φυσική θέση του παίκτη μέσω του αισθητήρα GPS, του επιταχυνσιόμετρου, της πυξίδας και της ενσωματωμένης κάμερας για να προβάλλουν εικονικά αντικείμενα 2D και 3D σε πραγματικό χρόνο στην κινητή διεπαφή, προκειμένου να διευκολύνουν τις δραστηριότητες του παιχνιδιού. Ο παίκτης αλληλεπιδρά με τους εικονικούς και φυσικούς μηχανισμούς του παιχνιδιού για να ξεπεράσει τεχνητές προκλήσεις και να προχωρήσει στην κίνηση στο πραγματικό περιβάλλον.
- **Η διαδικασία σχεδιασμού του παιχνιδιού:** ανάπτυξη ιδέας, σχεδιασμός, υλοποίηση, δοκιμή, ανάπτυξη.
- **Έννοια του παιχνιδιού:** στόχος του παιχνιδιού, κίνητρα του παίκτη, εμπειρία του χρήστη που το χρησιμοποιεί για πρώτη φορά, αφήγηση, μηχανισμοί του παιχνιδιού, πλαίσιο του παιχνιδιού.
- **Σχεδιασμός παιχνιδιού:** ψυχαγωγική εμπλοκή, εμπλοκή με τον χώρο, φυσική εμπλοκή, κοινωνική εμπλοκή, αφηγηματική εμπλοκή.
- **Εμπειρία παίκτη και παιχνιδιού:** ροή.

Δραστηριότητες

Το Μοντέλο 4 ακολουθεί τη δραστηριότητα του Μοντέλου 3, στο οποίο οι συμμετέχοντες έπρεπε να δημιουργήσουν μια ιστορία και ένα σενάριο. Τώρα τους ζητείται να συμπληρώσουν το Location-Based Game Canvas (βλ. Παράρτημα 1) για να το μετατρέψουν σε ένα concept παιχνιδιού. Κάθε πολιτιστική διαδρομή έλαβε ένα έντυπο αντίγραφο και μια εξήγηση για τον τρόπο χρήσης του καμβά.

Το καμβά αποτελείται από εννέα στοιχεία:

- Παίκτες
- Ιδέα παιχνιδιού

- Εμπειρία παιχνιδιού
- Αντίκτυπος του παιχνιδιού
- Αγορά
- ROI (απόδοση επένδυσης)
- Μάρκετινγκ
- Τεχνολογία

Κατέστη σαφές ότι ο σχεδιασμός ενός παιχνιδιού για μια Πολιτιστική Διαδρομή είναι δύσκολος χωρίς μια σαφώς καθορισμένη κατεύθυνση. Η επίτευξη συναίνεσης σε στοιχεία όπως ο σκοπός και η πλοκή του παιχνιδιού μπορεί να είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Ωστόσο, η ιστορία και οι χαρακτήρες που αναπτύχθηκαν στο Μοντέλο 3 προσφέρουν μια σταθερή βάση, καθώς τα αφηγηματικά στοιχεία είναι απαραίτητα για τη συνολική εμπειρία του παιχνιδιού. Ο καμβάς αποδείχθηκε ένα πολύτιμο εργαλείο συζήτησης, καθώς βοήθησε στη διασαφήνιση των ιδεών και προκάλεσε βαθύτερη σκέψη. Ως εκ τούτου, μπορεί να χρησιμεύσει ως ένα αποτελεσματικό σημείο εκκίνησης για συζητήσεις με έναν σχεδιαστή παιχνιδιών, καθοδηγώντας τη διαδικασία ανάπτυξης με μεγαλύτερη εστίαση και συντονισμό.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Μέχρι το τέλος αυτού του module, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση να:

- Να γνωρίζουν πώς να συνδεθούν με τους ταξιδιώτες της επόμενης γενιάς χρησιμοποιώντας εμπειρίες παιχνιδιού
- Κατανοούν τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να σχεδιαστεί ένα παιχνίδι βασισμένο στην τοποθεσία
- Κατανοούν τη σημασία του καμβά LBG
- Να εξηγούν σε έναν σχεδιαστή παιχνιδιών τι είδους παιχνίδι επιδιώκουν και γιατί

Εφαρμογή και πρακτική

Μερικές πρακτικές συμβουλές:

- Αγκαλιάστε την ψηφιακή μεταμόρφωση. Εμπλέξτε τους υπαλλήλους σε αυτή τη διαδικασία και προσλάβετε εξωτερικούς ειδικούς, αν χρειαστεί.
- Προχωρήστε βήμα βήμα. Ξεκινήστε με μικρά βήματα, πειραματιστείτε και προχωρήστε σταδιακά.
- Σκεφτείτε το κοινό. Ποιον θέλετε να προσεγγίσετε και πώς δημιουργείτε αξία για αυτόν;
- Αξιοποιήστε τα υπάρχοντα δίκτυα. Παρέχουν υποστήριξη και ανταλλαγή γνώσεων.

Μελέτες περιπτώσεων/βέλτιστες πρακτικές

Το παιχνίδι με βάση την τοποθεσία που ανέπτυξε το Πανεπιστήμιο Εφαρμοσμένων Επιστημών της Μπρέντα για την Πολιτιστική Διαδρομή Via Sancti Martini παρουσιάστηκε ως βέλτιστη πρακτική.

Το παιχνίδι με βάση την τοποθεσία *Secrets of the Saint* μπορεί να παιχτεί στην Ουτρέχτη της Ολλανδίας. Ο Άγιος Μαρτίνος, ο προστάτης άγιος της πόλης, είναι κεντρικό πρόσωπο αυτής της εμπειρίας. Το Πολιτιστικό Κέντρο Άγιος Μαρτίνος της Ολλανδίας (Ουτρέχτη) ξεκίνησε την ανάπτυξη του ολλανδικού τμήματος της Via Sancti Martini, μιας ευρωπαϊκής πολιτιστικής διαδρομής αφιερωμένης στην κληρονομιά του. Για να προσεγγίσουν τη νεότερη γενιά και να φέρουν την ιστορία στο παρόν, συνεργάστηκαν με το Πανεπιστήμιο Εφαρμοσμένων Επιστημών της Μπρέντα (BUas) για να αναπτύξουν μια ελκυστική, τεχνολογικά προηγμένη λύση. Οι τεχνολογίες εμπύθισης, όπως η επαυξημένη πραγματικότητα (AR) και τα παιχνίδια, προσφέρουν ισχυρά εργαλεία για την προώθηση της κατανόησης, της περιέργειας και της έμπνευσης. Το βασικό ερώτημα ήταν: *Μπορούμε να ενθουσιάσουμε τους νέους για τη Via Sancti Martini χρησιμοποιώντας παιχνίδια βασισμένα στην τοποθεσία;*

Η απάντηση πήρε μορφή μέσω της ενσωμάτωσης δεδομένων ανοιχτού κώδικα από πλατφόρμες όπως η Europeana², το Google Arts & Culture, το OpenStreetMap και το ArcGIS. Το παιχνίδι, που δημιουργήθηκε με τη χρήση των πλατφορμών Unity, Niantic και Niantic Wayfarer, είναι διαθέσιμο ως εφαρμογή για κινητά. Οι παίκτες μπορούν να εξερευνήσουν διάφορες τοποθεσίες που συνδέονται με τον Άγιο Μαρτίνο γύρω από την εκκλησία Dom (καθεδρικός ναός του Αγίου Μαρτίνου) στην Ουτρέχτη. Χρησιμοποιώντας την επαυξημένη πραγματικότητα (AR), σαρώνουν αντικείμενα, τα αναγνωρίζουν, ανακτούν το ιστορικό πλαίσιο και ολοκληρώνουν διαδραστικές προκλήσεις που βασίζονται στην αφήγηση. Καθώς οι παίκτες προχωρούν στο παιχνίδι, ακολουθούν τα βασικά γεγονότα της ζωής του Αγίου Μαρτίνου: την επιστράτευσή του στο ρωμαϊκό στρατό, τη συμβολική πράξη του να μοιραστεί το μανδύα του και την τελική του διορισμό ως επίσκοπος. Αυτές οι στιγμές ζωντανεύουν μέσω ενός συνδυασμού αφήγησης και εμπυθιστικής αλληλεπίδρασης, ενθαρρύνοντας τους παίκτες να λαμβάνουν αποφάσεις εκ μέρους του αγίου.

Η εφαρμογή διαθέτει ένα σύστημα ανταμοιβών που περιλαμβάνει πόντους, εμβλήματα και επιτεύγματα που μπορούν να μοιραστούν. Αυτή η δομή που βασίζεται στο παιχνίδι όχι μόνο ενισχύει την εμπλοκή, αλλά και υποστηρίζει την οικοδόμηση της κοινότητας. Μοιράζοντας την πρόδοό τους και συνεισφέροντας περιεχόμενο, οι παίκτες συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας συλλογικής εμπειρίας. Με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον, η

² www.europeana.eu/en

εφαρμογή οραματίζεται ως ένα εργαλείο συν-δημιουργίας. Σε μελλοντικές ενημερώσεις, οι χρήστες θα μπορούν να ανεβάζουν φωτογραφίες από μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς που σχετίζονται με τον Άγιο Μαρτίνο, εμπλουτίζοντας τη βάση δεδομένων Europeana. Αυτή η συμμετοχική λειτουργία βρίσκεται επί του παρόντος υπό ανάπτυξη.





Εικόνα 4: Δοκιμή της εφαρμογής στην Ουτρέχτη (Ολλανδία). Συγγραφέας: Frederike van Ouwkerk

Πρότυπα, εργαλεία και σεμινάρια

Για την υποστήριξη της εφαρμογής των παρόντων εννοιών και αρχών της παιχνιδοποίησης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα ακόλουθα εργαλεία και πρότυπα:

- Niantic SDK (πρόσθετο παιχνιδιού βασισμένο στην τοποθεσία)
- Unity (μηχανή παιχνιδιών)
- Εφαρμογή Niantic Wayfarer (3D μοντελοποίηση)
- Python (γλώσσα προγραμματισμού)

5. Πρόσθετες βέλτιστες πρακτικές και μελέτες περιπτώσεων

Το μυστικό της εικονοκλαστικής

Η διαδρομή διαφυγής «Το μυστικό της εικονοκλαστικής» συνδυάζει την ιστορία του Ντελφτ και την παραχώδη περίοδο της εικονοκλαστικής με περιπέτεια στις παλαιότερες εκκλησίες της πόλης. Ακολουθώντας τα στοιχεία και λύνοντας τα μυστήρια, ο παίκτης εισάγεται διαδραστικά στην πλούσια ιστορία της Παλαιάς και της Νέας Εκκλησίας. Ανακαλύπτοντας ιστορίες του παρελθόντος, θαυμάζοντας την αρχιτεκτονική και τελικά αποκαλύπτοντας το μυστικό της εικονοκλαστικής. Η διαδρομή διαφυγής ακολουθεί μια διαδρομή μέσα στις εκκλησίες, αλλά και έξω, στο κέντρο της πόλης του Ντελφτ (Ολλανδία). Σε περίπου 75 - 90 λεπτά, ο παίκτης πρέπει να λύσει μια σειρά από γρίφους, να σπάσει κωδικούς και να ακολουθήσει αινιγματικά στοιχεία. Ο στόχος είναι να βρει έναν μυστικό θησαυρό που κρύφτηκε κατά τη διάρκεια της εικονοκλαστικής περιόδου, μια παραχώδη περίοδο κατά την οποία οι Προτεστάντες κατέστρεψαν αγάλματα, πίνακες και λείψανα σε μια μάχη ενάντια σε αυτό που θεωρούσαν ειδωλολατρία.

Αρχοντικό Oud Amelisweerd

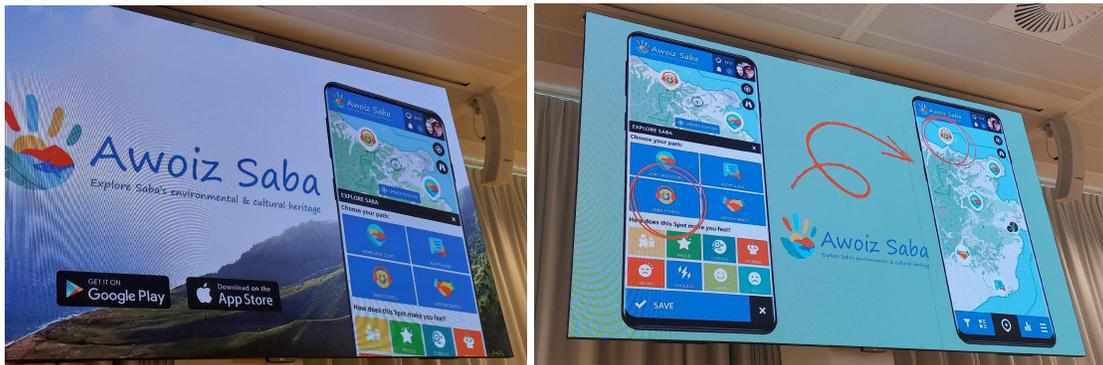
Το αρχοντικό Oud Amelisweerd (NL), διάσημο για την ταπετσαρία του, παρουσιάζει την εφαρμογή για επισκέπτες και την εφαρμογή για το σπίτι Moving Stories. Το Moving Stories επιτρέπει στους επισκέπτες να βιώσουν τις ιστορίες πίσω από τη μοναδική χειροποίητη ταπετσαρία. Μόλις μπουν στο αρχοντικό, οι επισκέπτες μπορούν να σαρώσουν έναν δωρεάν κωδικό QR με το κινητό τους τηλέφωνο στην είσοδο και να ξεκινήσουν ένα ταξίδι ανακάλυψης.



Εικόνα 5: Χρήση της εφαρμογής. Συγγραφέας: Landhouse Oud Amelisweerd

Adopt-a-Box

Η πρωτοβουλία Adopt -a- Box, που διοργανώνεται από το Ίδρυμα Sea & Learn, ζωντανεύει την ιστορία της Σάμπα. Πάνω από 80 όμορφα σχεδιασμένα storyboards έχουν εγκατασταθεί σε όλο το νησί, μετατρέποντας τους ηλεκτρικούς πίνακες διανομής σε σημεία ανακάλυψης που αναδεικνύουν το πλούσιο φυσικό περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά της Σάμπα. Το έργο έχει ισχυρές ρίζες στη συμμετοχή της κοινότητας, με τους κατοίκους της περιοχής να συμβάλλουν ενεργά στην ανάπτυξή του.



Εικόνα 6: Εφαρμογή Box2Box. Συγγραφέας: Frederike van Ouwerkerk

Box2Box

Το Box2Box είναι μια συνοδευτική εφαρμογή που δημιουργεί ένα ψηφιακό κунήγι θησαυρού κατά μήκος αυτών των μεταμορφωμένων ηλεκτρικών κουτιών. Η εφαρμογή, που αναπτύχθηκε σε συνεργασία με την τοπική κοινότητα, περιλαμβάνει ιστορίες με πολλές φωνές και διαδραστικό περιεχόμενο που καθοδηγεί τους χρήστες σε όλο το νησί.

Η εφαρμογή περιλαμβάνει διαφορετικά επίπεδα και ένα σύστημα ανταμοιβής με βάση τους πόντους, επιτρέποντας στους χρήστες να παρακολουθούν την πρόοδό τους. Προσφέρει επίσης ευκαιρίες για σχόλια από τους χρήστες και περιλαμβάνει ένα ερωτηματολόγιο βασισμένο στις συναισθήματα, για την καλύτερη κατανόηση των εμπειριών των επισκεπτών. Πέρα από την εκπαιδευτική και ψυχαγωγική της αξία, η Box2Box συμβάλλει επίσης στη βιώσιμη διαχείριση των επισκεπτών στο νησί.

6. Συμπέρασμα

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα **NEXT ROUTES** αντιπροσωπεύουν μια προοδευτική, πρακτική απάντηση στις εξελισσόμενες ψηφιακές και δημιουργικές ανάγκες των Πολιτιστικών Διαδρομών σε όλη την Ευρώπη. Σε μια εποχή όπου η ορατότητα, η συμμετοχή και η βιωσιμότητα εξαρτώνται περισσότερο από ποτέ από τις ψηφιακές ικανότητες, το προσωπικό των Πολιτιστικών Διαδρομών πρέπει να είναι εξοπλισμένο με τα κατάλληλα εργαλεία, δεξιότητες και νοοτροπία για να προσαρμόζεται, να καινοτομεί και να ηγείται.

Εστιάζοντας σε τέσσερις βασικούς τομείς: **μάρκετινγκ και προώθηση, αφήγηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, εμπλοκή και συμμετοχή, και παιχνιδοποίηση**, αυτά τα μαθήματα προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο αλλά ευέλικτο πλαίσιο μάθησης. Βασίζονται σε πραγματικές προκλήσεις, διαμορφώνονται από την άμεση συμβολή επαγγελματιών του τομέα των Πολιτιστικών Διαδρομών και εμπλουτίζονται με πρακτικά εργαλεία, πρότυπα και βέλτιστες πρακτικές.

Πέρα από την απλή κατάρτιση, **το NEXT ROUTES είναι μια στρατηγική ανάπτυξης ικανοτήτων** που δίνει τη δυνατότητα στις Πολιτιστικές Διαδρομές να αφηγούνται τις ιστορίες τους πιο αποτελεσματικά, να προσεγγίζουν ευρύτερο κοινό, να καλλιεργούν ουσιαστικές σχέσεις και να διασφαλίζουν το μέλλον των δραστηριοτήτων τους μέσω της ψηφιακής καινοτομίας.

Καθώς οι Πολιτιστικές Διαδρομές συνεχίζουν να αυξάνονται σε εύρος και σημασία, αυτό το εγχειρίδιο αποτελεί τόσο έναν οδηγό όσο και μια πρόσκληση για πειραματισμό, συνεργασία και ψηφιακή μεταμόρφωση της πολιτιστικής κληρονομιάς στην Ευρώπη.

Αναφορές

Calvi, L. & Hover, M. (2021). Storytelling for mythmaking in tourist destinations. *Leisure Sciences*, Τόμος 43, 2021

Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.<https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.100>

Hover, M. (2025). Διαδρομές αφήγησης στην Αμβέρσα. Παρουσίαση για το πρόγραμμα JEWELS TOUR Interreg Europe, Μπρέντα, Απρίλιος 2025.

Sassatelli, M. (2009). *Γίνοντας Ευρωπαίοι - Πολιτιστική ταυτότητα και πολιτιστικές πολιτικές*. Palgrave Macmillan.

Παράρτημα 1

LOCATION BASED GAME DESIGN CANVAS



LOCATION BASED GAME DESIGN CANVAS

START HERE

This Canvas is your guide in designing a LBG and helps you and your time in the iteration process.

First, enter all you know about your initial idea of the game. Use red a distinct colour of sticky notes. Then iterate throughout the design process and adapt each part with more research outcome. This canvas shall align all project members to have the same understanding of what is build or to communicate to external stakeholders.

PERSONA

PLAYERS

Who are the players? What is their demographical background? What is the motivation to play the game? Why are they playing the game? When do they play?

GAME IMPACT

What do the players learn from playing your game? Are particular skills required or does the player learn through gameplay? What kind of emotions are elicited with the game?

HIGH CONCEPT

CONCEPT

Why are you designing this game? What is the aim of the game? Why should the player play this game and what are the project/business objectives from your side to build it?

How is the game integrated in the whole tourism journey? Why is a game needed?

GAME DESIGN

GAME EXPERIENCE

What kind of GX does the player have while playing? Which obstacles does he need to overcome? What are the rules of the game? What are the game mechanics and feedback loops? Is the game played alone or with others? How does the story fit with the game flow?

GAME CONTEXT

What are the game locations? Why did you choose these locations? What is the atmosphere at these locations like? Are the stories of the locations suitable for the game? How far are the locations from each other? Can the player randomly choose or does he need to follow a pre-defined path?

BUSINESS ASPECTS

TECHNOLOGY

On which platforms is your game played? Is it limited to smartphones? Is other technology (AR, beacons, QR code, NFC) used in the game? How can the game experience be extended by using transmedia channels?

MARKETING

Where will your game be marketed? Which channels do you use to sell it? What will be the revenue for the game for your end users? Are there different price models for occasional and more frequent players?

ROI

What is the return on investment for your players? What will the player gain having played the game? Are there any physical prizes? What the ROI for you as game producers and owners?

POSITIONING

What other services and products are there beside your game, which can be used to guide people around? Are there any competitors in the market with a similar product?

©Jessika Weber