



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

Frá kvikmynda- og bókmenntaferðapjónustu

til gagnvirkar og hrífandi upplifunar

Verkfærakista – innleiðing 02

*Markaðsstaða,
vörumerki og
markhópar*

Lærðu hvernig hægt er að þróa gagnvirka kvikmynda- og bókmenntaferðapjónustu með hagnýtum vinnustofum og verkfærum til innleiðingar.

Við skoðum helstu viðfangsefni, greinum raunverulegar áskoranir, ræðum lausnir og prófum hagnýtar aðferðir sem þú getur nýtt í eigin starfsemi.

January 2026

By Feltech Ireland



This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

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.

Evrópskar kvikmyndir og bókmenntir lifna við

Verkfærakista til innleiðingar

Þessi verkfærakista hjálpar þér að skoða hvernig gagnvirk upplifun getur styrkt markaðsstöðu fyrirtækisins, skýrt sérstöðu vörumerkisins og skapað sterkari tengsl við þá markhópa sem þú vilt ná til.

Nýttu verkefnin og spurningarnar á þinn hátt – einn, með samstarfsfólki eða í vinnustofu. Það eru engin rétt eða röng svör. Markmiðið er að velta fyrir sér hvernig gagnvirkar hugmyndir geta styrkt kjarna og sérstöðu vörumerkisins, höfðað til þeirra markhópa sem þú vilt ná til, og skapað upplifun sem endurspeglar á sannfærandi hátt sérkenni staðarins, gildi fyrirtækisins og þá sögu sem þú vilt segja.

Innleiðing – verkfærakista 2



1. **Verkefni 1** – Kortlagning á styrkleikum vörumerkisins (*bls. 4*)
2. **Dæmi** – Þemakaffihús við ströndina innblásið af sjóræningjum (*bls. 7*)
3. **Verkefni 2** – Veldu kjarnann í sögunni (*bls. 10*)
4. **Verkefni 3** – Hannaðu litla gagnvirka upplifun (*bls. 12*)
5. **Dæmi** – H.C. Andersen-hátíðin (*bls. 13*)
6. **Dæmi** – Fiction Footsteps, Skotlandi (*bls. 16*)
7. **Leiðir og lausnir** (*bls. 19*)
8. **Áætlun um næstu skref** (*bls. 20*)

Hagnýtar æfingar

1 Kortleggðu styrkleika vörumerkisins

Mörg fyrirtæki í ferðapjónustu búa nú þegar yfir verðmætum efniviði sem hægt er að nýta í öfluga sagnamiðlun. Það getur verið ljósmyndaefni, heimildir úr safni, þekking heimafólks eða sögur sem hafa varðveist í nærsamfélaginu. Markmið þessa verkefnis er að kortleggja það sem þegar er til staðar og skoða hvernig hægt er að umbreyta því í gagnvirka upplifun.

Byrjaðu á því sem þú hefur

Gerðu yfirlit yfir þann efnivið, þá þekkingu og þær sögur sem þegar eru til staðar og gætu orðið grunnur að gagnvirkri sagnamiðlun.

SKREF 1: Kortleggðu gagnvirk og stafræn úrræði

Skoðaðu það efni sem fyrirtækið eða áfangastaðurinn býr nú þegar yfir, til dæmis á vefsíðu, í bæklingum eða öðrum kynningargögnum.

- **Miðlunarefni:** Texti á vefsíðu, bæklingar og kynningarefni, ljósmyndir af stöðum, fólki eða einstökum atriðum
- **Myndbönd eða viðtöl:** Skjalasöfn, leikmunir, búningar, bréf eða annað sögulegt efni
- **Fólk og þekking:** Rithöfundar, kvikmyndagerðarfolk eða sagnfræðingar, heimafólk eða fjölskyldur sem tengjast sögunni, leiðsögumenn, sjálfboðaliðar og kennarar, aðrir sem búa yfir þekkingu eða reynslu sem gæti auðgað upplifunina

SKREF 2: Hugleiddu hvernig hægt væri að miðla efninu með stafrænum eða gagnvirkum hætti

Skoðaðu hvert atriði á listanum og spurðu þig:

- **Gæti þetta orðið að hljóðefni?** (t.d. frásögn, upplestur eða persónuleg minning.)
- **Gæti þetta orðið að sjónrænu efni?** (t.d. myndasafni, sýningu, varpi eða AR-upplifun.)
- **Gæti þetta orðið gagnvirk?** (t.d. gagnvirk saga, stafrænt kort, ratleikur eða þemaleið.)

Dæmi

- Texti af vefsíðu -> Stuttur hljóðupplestur
- Gömul ljósmynd -> Ljósmynd sem opnar stutta frásögn eða hljóðleiðsögn
- Kvikmyndatökustaður -> Endursköpun atriðis eða gagnvirk verkefni þar sem gestir bera saman raunverulegan stað og atriði úr kvikmynd

Fyrstu skref í tækninotkun? Skipuleggðu hugmyndavinnu með starfsfólki eða samstarfsaðilum þar sem þið notið blað og penna eða töflu til að móta hugmyndir. Skráið meðal annars lykilorð sem lýsa vörumerkinu, hugmyndir að sjónrænni framsetningu eða merki, helstu þemu sögunnar, og yfirlit yfir það efni sem þegar er til staðar, svo sem ljósmyndir, leikmuni, skjöl eða annað heimildaefni.

Reynsla af stafrænum lausnum? Notaðu einföld verkfæri eins og Google Forms eða Trello til að halda utan um þann efnivið sem þú hefur yfir að ráða. Þar geturðu meðal annars skráð ljósmyndir, tilvitnanir, myndbönd, og annað efni sem gæti nýst í gagnvirkri upplifun.

Hugleiddu jafnframt hvort hluti efnisins gæti hentað til þróunar á AR- eða VR-upplifun, til dæmis 360°-myndir af stað eða privíddarskannanir af kennileitum.

Það er **ekki nauðsynlegt að fá utanaðkomandi ráðgjafa** til að hefja vinnuna. Stutt vinnustofa með starfsfólki, heimafólki eða sjálfboðaliðum getur oft dugað til að draga fram sterkar sögur, nýjar hugmyndir og finna þann lykilþátt sem best endurspeglar upplifunina. Það gæti verið þekktur tókustaður, eftirminnileg tilvitnun, sérstök persóna, eða annar þáttur sem fangar kjarnann í sögunni og getur orðið grunnur að frekari þróun..



Úrræði fyrir vörumerki og stafræna miðlun

Kortleggðu styrkleika vörumerkisins

SmartSheet

- [Sniðmát fyrir vörumerkjahandbækur](#) (ókeypis sniðmát og leiðbeiningar um uppbyggingu vörumerkis)
- [Sniðmát fyrir vörumerkjastefnu](#) (inniheldur vinnublað fyrir hugmyndavinnu um stefnumótun vörumerkis)
- [Sniðmát til að móta kjarna vörumerkisins](#) (PDF)
- [Sniðmát fyrir skapandi lýsingu á vörumerki](#) (PDF)

Nielsen Norman Group

Einföld aðferð við kortlagningu söguþráðar (hentar vel í vinnustofum)

- [Kortlagning frásagna notenda \(User Stories\) í Agile](#) (Skref-fyrir-skref aðferð sem nýtist vel við að kortleggja upplifun gesta og helstu „sögustaði“ á leiðinni.)
- [Journey Mapping 101](#) (Skýr leiðarvísir um hvernig kortleggja má ferðalag gesta frá fyrstu kynnum að upplifun og eftirfylgni.)

StoryCorps

Aðferðir við söfnun staðbundinna sagna

- [Ráð fyrir góð samtöl](#) (Hagnýtar leiðbeiningar um hvernig safna má frásögnum og taka viðtöl við heimafólk af virðingu og fagmennsku.)

Markaðs- og kynningarmál á Íslandi

- [Markhópar fyrir íslenska ferðapjónustu](#) (markhópagreining Íslandsstofu)
- [Markaðsstofur landshlutanna](#) (skoða hvernig markaðsmálum er háttað í þínum landshluta, einnig hægt að leita til þeirra varðandi vöruþróun)

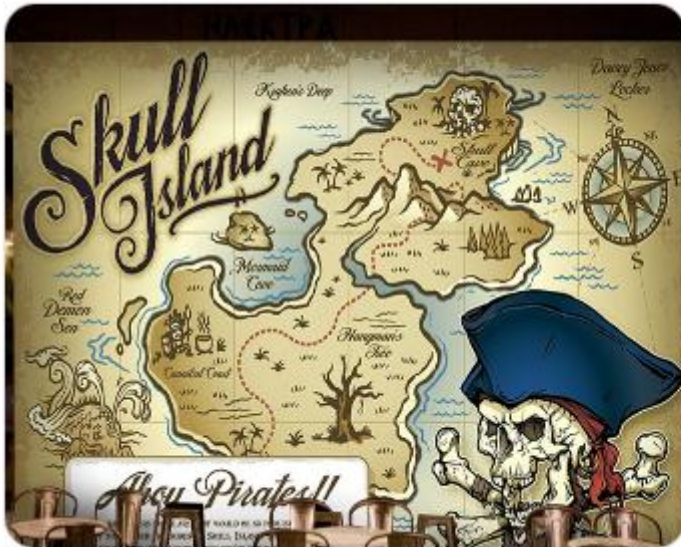
Mælitæki á stafræna hæfni

[Ferðapúlsinn](#) er verkfæri fyrir ferðapjónustuaðila þar sem þeir geta með einföldum hætti fengið mat á stöðu fyrirtækisins í stafrænni hæfni. Hæfnisetur ferðapjónustunnar þróaði Ferðapúlsinn í samvinnu við Ferðamálastofu, Íslenska ferðaklasann, Markaðsstofur landshlutanna og SAF. Að þekkja stafræna stöðu og hæfni gerir ferðafyrirtækjum kleift að forgangsraða rétt, nota fjármuni markvisst og velja réttu lausnirnar. Skýr mynd af stöðunni hjálpar við að þróa hæfni starfsfólks, bregðast hratt við breyttri ferðahegðun og nýta ný markaðstækifæri - sem skilar betri upplifun og meiri tekjum.

Frekari upplýsinar hjá [Hæfnisetri ferðapjónustunnar](#)



Dæmi: Strandkaffihús með sjóræningjapema



Gagnvirk sagnamiðlun fyrir lítil fyrirtæki í ferðaþjónustu og veitingarekstri (Skáldað dæmi)

Þetta skáldaða dæmi sýnir hvernig hægt er að skapa eftirminnilega upplifun með takmörkuðum fjármunum. Það byggir á skýrum kjarna í sögunni, einfaldri tækninotkun, stuttri upplifun og virkri þátttöku gesta.

1. Sögudrifin upplifun

Kjarni sögunnar:

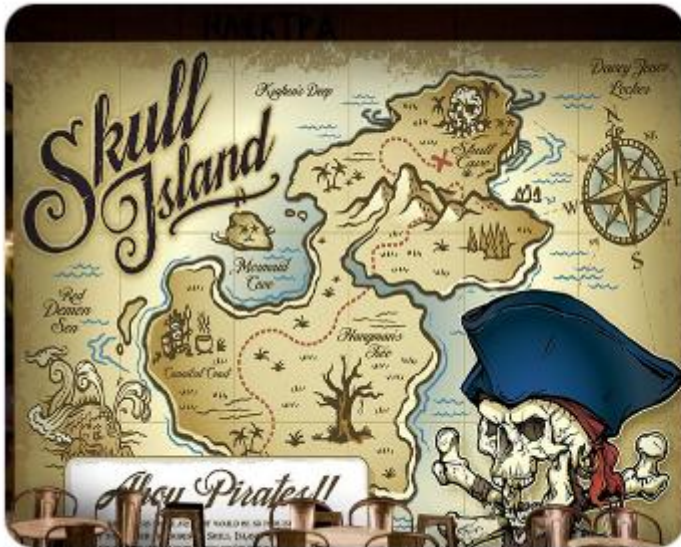
Þjóðsaga um sjóræningja sem tengist höfninni og nærumhverfi hennar.

Leiðandi spurning:

„Hvað ef gestir gætu stigið um borð í skip sjóræningjans – þó ekki væri nema í tvær mínútur?“

Þessi einfalda en skýra spurning varð leiðarljósið við hönnun upplifunarinnar. Allir þættir hennar byggja á sömu sögu og styðja hver við annan, í stað þess að vera safn ótengdra hugmynda eða tæknilausna.

Dæmi: Strandkaffihús með sjóræningjapema



2. Gagnvirkir þættir nýttir (einfaldar og hagkvæmar lausnir)

Þáttur	Hagnýt útfærsla	Kostnaður
Veggmynd af sjóræningjaskipi	Handmáluð veggmynd, máluð af nema	miðlungs
Einfaldir búningar starfsfólks	Klútar, hattar og vesti (notuð um helgar) – kaupa í Góða hirðinum	Lágur
Stuttur gagnvirkur hlutverkaleikur	“Geturðu fundið falda fjársjóðinn undir borðinu þínu?” (límmiði með QR kóða)	lágur
Vísbendingar um fjársjóð	Þrautir og gátur prentaðar á glasamottur	lágur

Dæmi: Strandkaffihús með sjóræningjapema



- ✓ Engin sérþekking í tækni er nauðsynleg.
- ✓ Skapar leikræna og skemmtilega upplifun.
- ✓ Auðvelt er að bæta henni við eða taka hana út eftir þörfum, til dæmis á annasömum tímum

Stafræn og gagnvirk lausn (auðveld og hagkvæm)

360° sjóræningjaupplifun (VR í spjaldtölvu)

Verkfæri: 360° myndband á YouTube

Búnaður: Spjaldtölva (til dæmis lánuð) og einföld Google Cardboard VR-gleraugu

Aðgengi: QR-kóði á borði eða vegg

Hlekkir á ýmis úrræði:

- 360° myndbönd: <https://www.youtube.com/360>
- Einföld og hagkvæm VR-gleraugu: <https://arvr.google.com/cardboard/>
- Gestir skanna QR-kóðann, horfa á um tveggja mínútna 360° atriði þar sem þeir standa á þilfari sjóræningjaskips og halda síðan áfram að njóta heimsóknarinnar..

Storytelling Collection 5 ▶ Play all



Flowing with Fire 🔥 - Experience The FLOW of Fir...

Hugh Hou
163K views • 2 years ago
360° CC



Virtual Tour 360 VR - Christopher Columbus Castl...

VR Voyage
104K views • 3 years ago
360° CC



One Way Ticket Around the World - Episode 1 VR360 8K

whereisnoa - Documenting my lif...
112K views • 3 years ago
360°



George Washington's Mount Vernon 3D 180° Guided...

Hugh Hou
80K views • 3 years ago
VR180



Virtual Tour 360 VR - Lowther Castle (Narrated History)

VR Voyage
91K views • 4 years ago
360°

Hannaðu frumgerð af upplifun sem endurspeglar vörumerkið þitt

Taktu blað og hannaðu einfalda frumgerð af upplifun sem endurspeglar vörumerkið þitt og þá sögu sem þú vilt segja.

Hugsaðu um þetta sem lágmarksupplifun

Hugleiðingar um gagnvirka og stafræna upplifun: Ákveddu hvar og hvernig sagan mætir gestinum.

Veldu eitt mikilvægt augnablik, stað eða samskipti og teiknaðu einfalda myndröð eða skissu sem sýnir hvernig upplifunin þróast.

Leggðu áherslu á: tilfinninguna sem þú vilt skapa, stemninguna, og merkinguna sem gestir taka með sér, frekar en umfang eða tæknilega útfærslu.

Spyrðu þig:

- Hvað sér, heyrir og gerir gesturinn?
- Hversu lengi á upplifunin að vara? (u.þ.b. 5–15 mínútur)
- Hvað gerir þetta augnablik sérstakt og einkennandi fyrir vörumerkið þitt?

Byrjendur: Hannaðu einfalda upplifun sem byggir á sögunni og staðnum án þess að krefjast flókinna tæknilausna.

Til dæmis:

- **Þemaleið** sem gestir fara sjálfir með prentuðu korti eða söguspjöldum.
- **Tilvitnanir, textabrot eða atriði** úr bók eða kvikmynd sem birtast á upplýsingaskiltum.
- **Stuttur upplestur, einleikur eða hljóðupplifun** á sögulegum eða merkingarbærum stað.
- **Einfalt sögukort** sem tengir saman lykilstaði í frásögninni.

Leggðu áherslu á trúverðugleika, sérkenni staðarins og mannleg tengsl.

Lengra komnir: Veldu eina stafræna tækni sem styður söguna og prófaðu á litlum skala. Það er oft besta leiðin til að þróa upplifun sem auðvelt er að prófa, bæta og byggja áfram.

Til dæmis:

- Stutta herferð á samfélagsmiðlum sem tengist ákveðnum stað eða persónu.
- Einfalda frumgerð af smáforriti eða veflausn sem sýnir eina senu eða eitt gagnvirkt atriði.
- Instagram AR-síu þar sem gestir geta stigið inn í hlutverk persónu, klæðst búningi eða upplifað ákveðna stemningu.
- Vefbundna AR-upplifun sem lífgar upp á veggmynd, hlut eða stað þegar gestir skanna hann.

Veldu eitt verkfæri, einn stað, og eitt augnablik í sögunni

Hannaðu frumgerð af upplifun sem endurspeglar vörumerkið þitt

Dæmi

- Einn veggmynd eða einn staður sem myndar kjarnann í upplifuninni.
- Ein stutt AR-upplifun eða hljóðsena sem lífgar upp á söguna.
- Ein skýr hvatning til þátttöku, til dæmis: „Skannaðu hér til að opna söguna.“

Þetta eitt og sér getur verið nægjanlegt til að prófa hvernig gestir bregðast við upplifuninni og hvort hún vekur áhuga þeirra

Byrjaðu einfalt og þróaðu upplifunina í áföngum

- Byrjaðu á einum stað. Nýttu það efni sem þegar er til staðar.
- Prófaðu upplifunina með litlum hópi gesta.
- Safnaðu endurgjöf og bættu upplifunina smám saman.

Þú getur alltaf þróað upplifunina áfram - þegar þú veist hvað **virkar best**.

Til dæmis gætirðu byrjað á einfaldri frumgerð á einum stað, svo sem AR-upplifun við eitt kennileiti, sem hægt er að þróa með litlum tilkostnaði.

Nýttu ókeypis eða hagkvæm stafræn verkfæri, til dæmis QR-kóðagerð, einföld AR-forrit eða tilbúin sniðmát. Þannig geturðu prófað hugmyndina í framkvæmd án þess að þurfa strax að ráðast í kostnaðarsama þróun eða ráða sérhæfða forritara.



M. K. Čiurlionis

Dæmi 8

Staðsetning
Litáen

Flokkur
Sýndarveruleiki

Heimasíða
www.angelutaka.is

Samfélags-
miðlar



PASAULIU
SUTVÉRIMAS

Smelltu til að lesa
meira og fá innblástur!

M. K. Čiurlionis – þekktasti listamaður og tónskáld Litáens

3 Veldu lykilaugnablik í upplifuninni

Veldu eitt mikilvægt augnablik eða einn stað þar sem gagnvirk upplifun getur aukið gildi heimsóknarinnar.

Leggðu áherslu á stað þar sem gestir stoppa gjarnan, verða forvitnir eða vilja fræðast meira. Hugleiddu síðan hvaða gagnvirka eða stafræna lausn gæti styrkt upplifunina án þess að draga athyglina frá staðnum sjálfum eða sögunni.

Byrjendur: Á lykilstað geturðu bætt við einföldum þáttum sem hvetja gesti til þátttöku, t.d. hluti eða leikmuni sem tengjast sögunni, söguspjald með textabroti eða verkefni, eða leiðsögumann í búningi sem segir stuttan hluta sögunnar. Á staðnum mætti einnig hafa::

- lítið upplýsingaskilti með stuttri tilvitnun eða textabroti
- prentað söguspjald, eða einfalda hvatningu „Staldrðu hér við og ímyndaðu þér þetta augnablik“

Þessi nálgun virkar vel jafnvel þótt engin stafræn lausn sé notuð.

Fyrir lengra komna: Á sama stað er hægt að bæta við spjalddölvu eða snjallsíma sem sýnir stutt endurleikið atriði, eða gagnvirkan spurningaleik sem tengist sögunni.

Valkostur A – QR-kóði sem opnar stafræna senu (þarfnast ekki smáforrits)

Settu QR-kóða á staðnum sem opnar gagnvirkt efni í vafra gesta. Þegar gesturinn skannar kóðann opnast vefsíða sem er aðlöguð snjallsímum og þar getur hann upplifað eitt af eftirfarandi:

- stuttan hljóðupplestur eða frásögn lesna af heimamanni eða leikara,
- eða stutta endurgerð atriðis úr kvikmynd eða bók,
- eða einfalda AR-upplifun þar sem persóna eða atriði birtist á staðnum.

Verkfæri sem hægt er að nýta:

STQRY – <https://stqry.com/> (QR-kóðar sem opna hljóðefni, myndbönd, ljósmyndir og gagnvirkar sögur)

Echoes.xyz – <https://echoes.xyz/> (Vefbundnar AR-upplifanir sem ekki krefjast niðurhals á smáforriti)

Slíkar lausnir má byggja á ljósmyndum, myndskreytingum eða einföldum hreyfimyndum.



Valkostur B – Persóna birtist í AR

QR-kóði opnar WebAR-upplifun þar sem persóna birtist í raunverulegu umhverfi gesta.

- Persónan birtist í um 10–20 sekúndur,
- segir stutta setningu eða gefur gestinum vísbendingu,
- og hverfur síðan aftur á eðlilegan hátt.

Gagnvirk frásögn og miðlun

H.C. Andersen hátíðin

Staðsetning
Óðinsvé

Flokkur
Bókmennta- og menningarhátíð

Helmasíða
<https://www.hcafestivals.com/>

Samfélagsmiðar
in

Dæmi
11

Smelltu til að lesa Meira og fá innblástur fyrir þín eigin verkefni!

H.C. Andersen hátíðin

Endursköpun ævintýra með list, menningu og gagnvirkri upplifun

H.C. Andersen-hátíðin er haldin árlega í ágúst í Óðinsvéum í Danmörku, fæðingarbæ hins ástsæla sagnaskálds Hans Christians Andersen. Hátíðin er vikulöng og er tileinkuð menningu, sköpunargleði og sagnagerð. Frá því að hún var fyrst haldin árið 2013 hefur hátíðin orðið að stórum menningarviðburði í Danmörku, með yfir 500 viðburðum fyrir fólk á öllum aldri, þar á meðal leikhús, tónlist, bókmenntir, listir, gjörninga og stafræna nýsköpun.

Hátíðin er haldin á heillandi steinlögðum götum og meðal bindingsverkahúsa í heimabæ Andersens og lífgar við tímalausar sögur hans með fjölbreyttri og líflegri dagskrá. Óðinsvé breytist í lifandi sögubók með götulista-mönnum, skruðgöngum, tónleikum, ljósaýningum, sýningum og ígildisleikhúsi. Margir viðburðanna eru innblásnir beint af ævintýrum Andersens og fagna þeimum eins og ímyndunarafli, umbreytingu og mannlegum tilfinningum sem halda áfram að höfða til kynslóða.

Gagnvirk list og túlkun með ljósi



“Að ferðast er að lifa”

-Hans Christian Andersen

Gagnvirk list og túlkun með ljósi

Eitt af því sem einkennir H.C. Andersen-hátíðina hvað mest er áherslan á stórar sjónrænar og gagnvirkar upplifanir. Undanfarin ár hefur hátíðin kynnt til sögunnar stórbrotna ljósainnsetningu, stafræna vörpun og aukinn veruleika (AR) til að endursegja sögur Andersens fyrir áhorfendur 21. aldarinnar.

Sem dæmi má nefna að í innsetningunni „Sögur á himni“ var teiknuðum senum úr ævintýrum Andersens varpað á húsgafla og borgarrými og borginni þannig breytt í striga ljóss og skugga. Á

sama tíma hafa gagnvirkir leikhúsviðburðir sett gesti inn í sögur eins og „Eldfærin“ eða „Skuggann“, þar sem val þeirra hefur áhrif á framvindu sögunnar og mörkin milli áhorfenda og leikara verða óljós.

Með þessum nýstárlegu aðferðum sýnir hátíðin ekki aðeins verk Andersens heldur býður þátttakendum að taka virkan þátt í að skapa sagnaupplifunina og gera klassískar sögur ferskar, persónulegar og tilfinningalega áhrifamiklar.

H.C. Andersen-hátíðin byggir á öflugu samstarfi menningarstofnana, sveitarfélaga, menntastofnana og skapandi greina. Hátíðin er skipulögð af H.C. Andersen-stofnuninni í samvinnu við Óðinsvé og nýtur stuðnings breiðs hóps samstarfsaðila – allt frá leikhúsum, söfnum og skólum til stafrænna hönnuða, fyrirtækja og ferðaþjónustuaðila.

Þetta samstarfsvistkerfi gerir hátíðinni kleift að vera ekki aðeins hátíð til heiðurs arfleifð Andersens, heldur einnig hvati fyrir borgarastolt, staðsköpun og sjálfbæra menningarþróun. Með því að virkja sjálfböðaliða, upprennandi listamenn og fjölbreytt samfélög víðs vegar um Danmörku, ýtir hátíðin undir anda þátttöku og sameiginlegrar ábyrgðar.

Verkefni eins og fræðsla í skólum, samsköpunarsmiðjur fyrir ungt fólk og tækifæri til starfsþróunar fyrir menningarstarfsfólk tryggja að áhrif hátíðarinnar nái langt út fyrir þann tíma sem hún stendur yfir í ágúst. Þessi langtímaviðleitni hjálpar til við að festa menningarlega sagnagerð í sessi í daglegu lífi Óðinsvéa, um leið og hún veitir öðrum evrópskum borgum, sem leitast við að styrkja tengslin milli arfleifðar, menntunar og samfélags, yfirfæranlegan lærdóm.

Hátíð fjölskynja upplifana



**“Þar sem orð vantar,
talar tónlistin.”**

**- Hans Christian
Andersen**

Líkt og í skrifum Andersens sjálfs, þar sem sjónrænum lýsingum, takti og táknmáli var blandað saman, höfðar hátíðin til margra skilningarvita til að dýpka tilfinningalega tengingu og þátttöku.

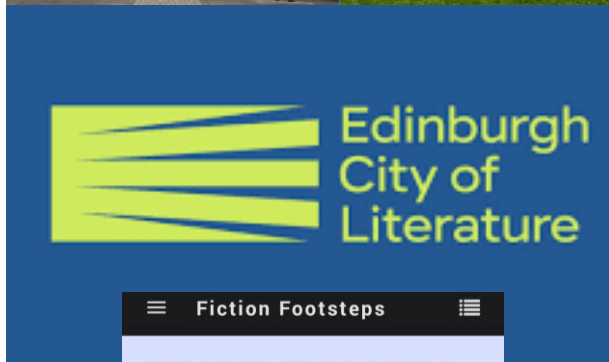
Tónlist, búningar, höggmyndir og matarupplifanir eru fléttaðar inn í dagskrána, þar sem flytjendur klæðast ævintýraleikum fatnaði og götutónlistarmenn leika fyrir mannfjöldann tónverk úr norrænum þjóðsögum.

Vinnustofur og popup-viðburðir bjóða upp á hagnýta afþreyingu í brúðuleik, sagnagerð, stafrænni list og tónlistarsköpun – sérstaklega fyrir ungt fólk. Þessi fjölskynjunarupplifun endurspeglar þá hugmynd að sögur festast best í minni þegar þær eru upplifaðar, heyrðar, séðar og leiknar.

Þessir upplifunartengdu þættir breyta hlutverki áhorfenda úr óvirkum áhorfendum í virka þátttakendur og auka þannig fræðslugildi og tilfinningalegt gildi hátíðarinnar.

Dæmi

Fiction Footsteps, Skotlandi



Fiction Footsteps

6 ECHOES

Location: Edinburgh, City Of Edinburgh, Scotland, United Kingdom

Echoes er forrit sem býður upp á fjölbreytt úrval GPS-stýrðra hljóðleiða víðs vegar að úr heiminum – bæði utandyra og innandyra. Með Echoes geturðu:

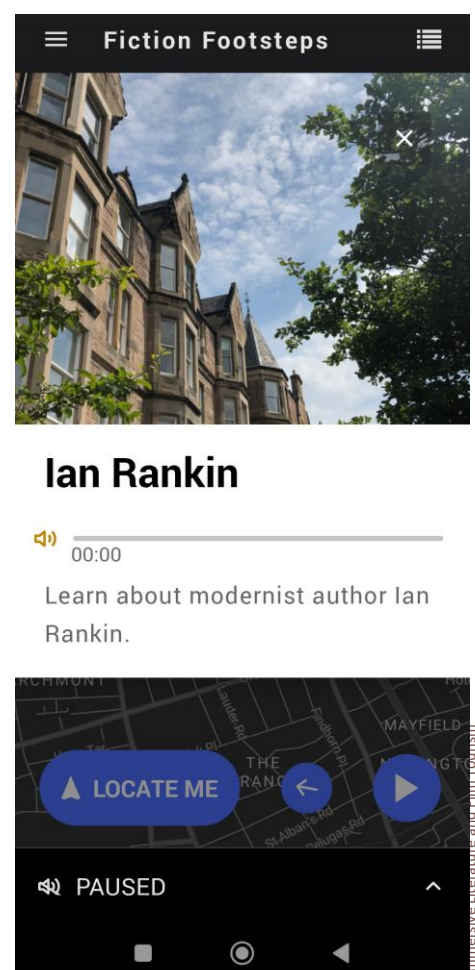
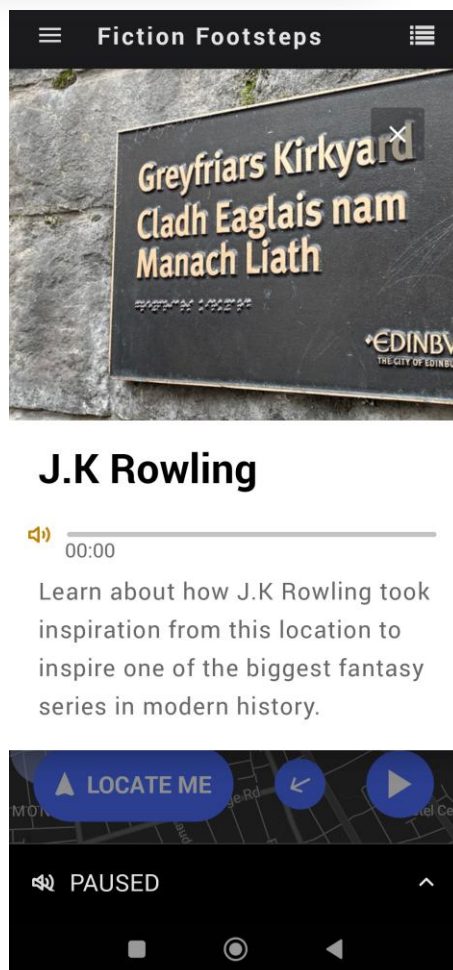
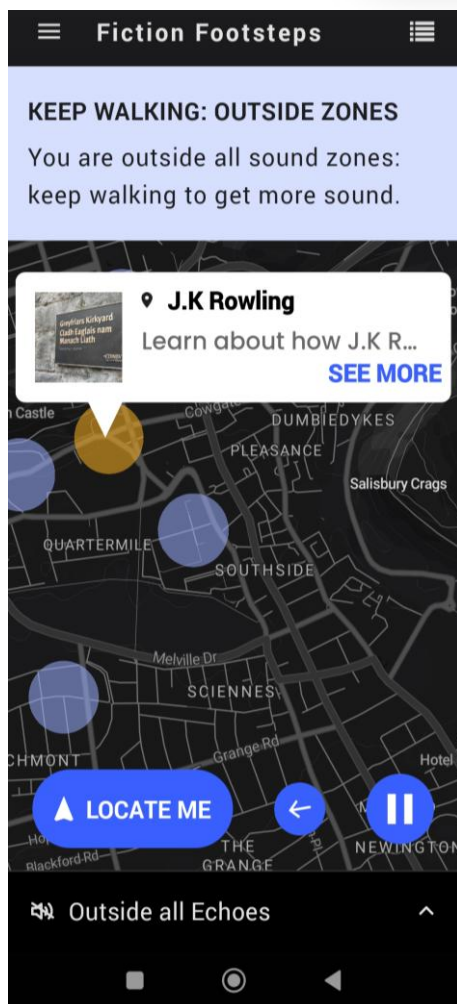
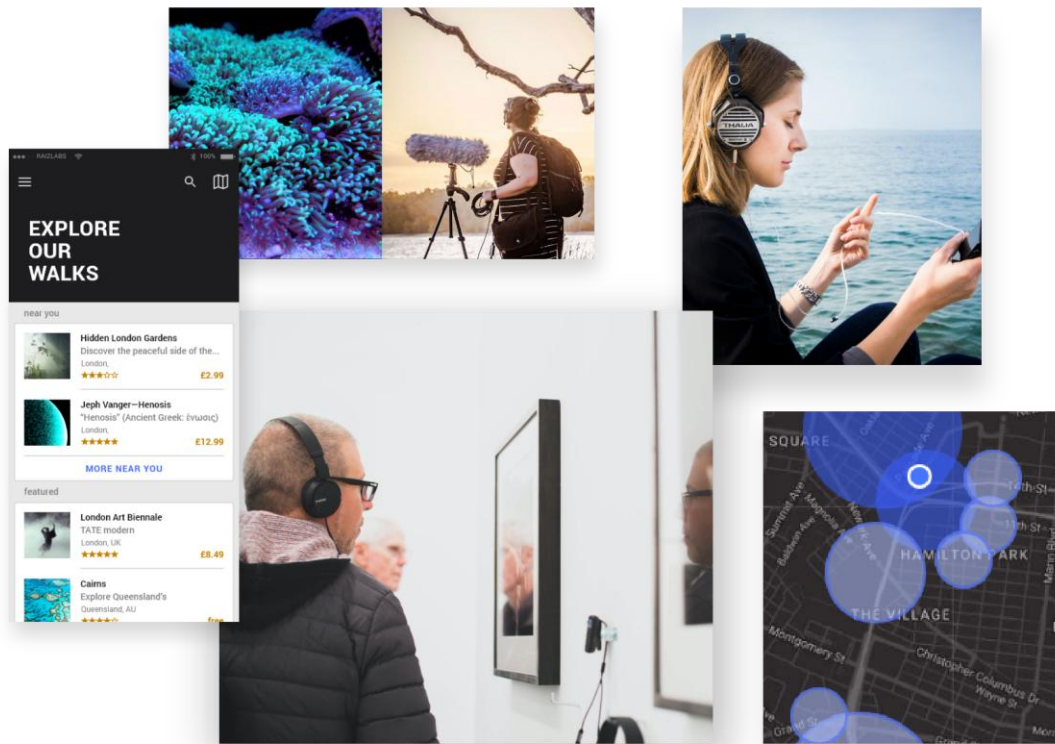
- ❖ streymt hljóðleiðum beint, eða
- ❖ hlaðið þeim niður fyrirfram og vistað þær í tækinu ef nettenging er óstöðug..

"**Edinburgh Fiction Footsteps**" er leið sem gerir gestum kleift að kynnast ríkulegum bókmenntaarfi Edinborgar með því að heimsækja staði sem tengjast þekktum bókum, persónum og höfundum. Leiðin tengir meðal annars við höfunda á borð við Sir Walter Scott, Robert Louis Stevenson, Ian Rankin. Á leiðinni má heimsækja staði eins og Jean Brodie Steps og slóðir sem tengjast rannsóknarlögreglumanninum Inspector Rebus. Gestir geta valið um leiðsagðar ferðir eða farið leiðina á eigin vegum um Old Town, New Town og Leith.

Þannig verða bókmenntirnar lifandi hluti af borginni og gestir fá tækifæri til að upplifa sögurnar á þeim stöðum sem veittu höfundunum innblástur eða tengjast persónum þeirra.

- <https://explore.echoes.xyz/collections/6fZ5zUfx1nFBDfYC>
- [Facebook: https://www.facebook.com/edinburghcityofliterature/](https://www.facebook.com/edinburghcityofliterature/)
- [Edinburgh celebrates 20 years since becoming first City of Literature](#)

Dæmi. Fiction Footsteps, Skotlandi



Helstu bókmenntatengingarnar og áhugaverðir staðir:

- **The Prime of Miss Jean Brodie (Muriel Spark):** Heimsæktu Grassmarket og Jean Brodie Steps (áður The Vennel Steps), þaðan sem er einstakt útsýni yfir Edinborg og sterkar tengingar við sögusvið skáldsögunnar.
- **Trainspotting (Irvine Welsh):** Kannaðu Leith, hverfið sem myndar bakgrunn hinnar hráu og raunsæju frásagnar skáldsögunnar og hefur orðið órjúfanlegur hluti af sögu hennar.
- **Inspector Rebus (Ian Rankin):** Gakktu um götur, kaffihús og krár sem tengjast rannsóknarlögreglumanninum Inspector Rebus. Við City Chambers má jafnframt finna handafir höfundarins sem hluta af bókmenntaarfi borgarinnar.
- **Robert Louis Stevenson og Sir Walter Scott:** Kynntu þér staði sem tengjast tveimur af áhrifamestu rithöfundum Skotlands, meðal annars í Writers' Museum og víðar um borgina.
- **The 39 Steps (John Buchan):** Fylgdu slóðum þessarar sígildu spennusögu um Edinborg og áfram út á skosku hálöndin þar sem hluti sögunnar gerist.

Hvernig geturðu fylgt í fótsporin:

- **Bókmenntagöngur:** City of Edinburgh Tours, ásamt öðrum, bjóða upp á leiðsagnir um rithöfunda á borð við Charles Dickens, Sir Walter Scott, Robert Burns, Robert Louis Stevenson og fleiri.
- **Farðu leiðina á eigin vegum:** Á vefsíðum Edinburgh City of Literature Trust og Forever Edinburgh má finna kort, leiðarlýsingar og upplýsingar um helstu staði sem tengjast bókmenntaarfi borgarinnar.
- **Söfn og sýningar:** Heimsæktu Writers' Museum, þar sem varðveittir eru munir, handrit og aðrir gripir sem tengjast Robert Burns, Sir Walter Scott og Robert Louis Stevenson..



Leiðir og úrlausnir

- **Láttu tæknina styðja söguna:** Veldu tæknilausnir sem styðja við söguna sem þú vilt segja og markmið upplifunarinnar. Notaðu ekki AR, VR eða aðra gagnvirkra tækni eingöngu vegna þess að hún er ný eða spennandi.

Til dæmis notaðu aðeins AR-atriði ef það hjálpar gestum að skilja söguþráðinn betur eða gerir mikilvægt augnablik áhrifameira

- **Byggðu á því sem þú hefur nú þegar:** Í flestum tilfellum býrð þú þegar yfir mikilvægasta efniviðnum. Snjallsímar, ljósmyndir, textabrot og tilvitnanir geta verið öflugur grunnur að gagnvirkri upplifun.

Til dæmis geturðu hlaðið upp 360° mynd af staðnum á Google eða Facebook og boðið þannig upp á sýndarheimsókn, eða sett QR-kóða á upplýsingaskilti sem opna hljóðefni eða stutt myndskleið.

- **Nýttu tilbúna lausnir:** Fjöldmargir stafrænir vettvangar gera þér kleift að bæta eigin efni inn í tilbúna lausnir án þess að kunna forritun. Þú getur til dæmis nýtt einföld AR-forrit þar sem þú hleður inn eigin efni, eða ókeypis vettvanga til að búa til gagnvirk kort og stafrænar söguleiðir. Þannig má halda kostnaði í lágmarki og prófa hugmyndir áður en ráðist er í stærri fjárfestingar.

- **Láttu tæknina styðja mannleg samskipti:** Besti árangurinn næst oft þegar tæknin styður við persónulega leiðsögn í stað þess að koma í hennar stað. Þannig nýtist tæknin sem viðbót við mannleg samskipti og gerir upplifunina bæði persónulegri og gagnvirkari.

- **Prófaðu, lærðu og þróaðu áfram:** Líttu á fyrstu gagnvirku lausnirnar sem tilraunaverkefni. Prófaðu einfalda og hagkvæma frumgerð, t.d. hljóðleið, AR-póstkort eða aðra litla gagnvirkra upplifun, og safnaðu endurgjöf frá gestum. Spurðu: *Hvernig líkaði gestum upplifunin? Hvað vakti mestan áhuga? Hvað mætti bæta?* Nýttu reynsluna til að þróa upplifunina áfram. Jafnvel með hóflegum fjármunum er hægt að skapa eftirminnilega upplifun sem heldur áfram að vekja áhuga gesta allt árið um kring.

Útbúðu aðgerðaráætlun

Fyrstu skref (0–6 mánuðir)

Veldu einn **einfaldan gagnvirkan þátt** sem þú getur innleitt á næstu mánuðum. Lausnin ætti að vera hagkvæm, auðveld í framkvæmd og einföld að prófa.

Það gæti til dæmis verið að: bæta við stuttri hljóðsögu sem gestir opna með QR-kóða á lykilstað, eða þróa eitt einfalt WebAR-atriði í samstarfi við nemanda eða sérfræðing á sviði tækni eða miðlunar, þar sem persóna, mynd eða annað sjónrænt efni birtist á staðnum.

Þegar lausnin hefur verið innleidd skaltu fylgjast með hvernig gestir bregðast við henni.

Spyrðu meðal annars:

Skanna þeir QR-kóðann? Dvelja þeir lengur á staðnum? Tala þeir um upplifunina eða deila henni með öðrum, til dæmis á samfélagsmiðlum?

Næstu skref (6–24 mánuðir)

Ef fyrstu tilraunirnar skila góðum árangri er hægt að skipuleggja **næsta þróunarskref**.

Það gæti til dæmis falist í að:

- þróa gagnvirka AR-leið eða stafræna söguleið með fleiri viðkomustöðum,
- sækja um styrki á sveitarfélags-, svæðis- eða landsvísu til að efla gæði efnis og upplifunar,
- fjárfesta í grunnbúnaði eða efla þekkingu starfsfólks, til dæmis á sviði hljóðmiðlunar, framsetningar eða stafrænnar sagnamiðlunar.

Á þessu stigi er einnig mikilvægt að huga að því hvernig gagnvirka upplifunin **styður við markaðssetningu** og styrkir markaðsstöðu fyrirtækisins.

Hugleiddu til dæmis hvernig hægt er að **kynna hana** í gegnum: samfélagsmiðla, hátíðir og viðburði, eða samstarf við aðra aðila í ferðaþjónustu og menningu.

Langtíma markmið (2–5 ár)

Hugleiddu hvernig gagnvirk upplifun gæti **smám saman** orðið hluti af allri starfsemi fyrirtækisins eða áfangastaðarins.

Til dæmis væri hægt að þróa:

- samfellda söguleið sem tengir saman marga staði,
- blandaða upplifun þar sem stafrænir og raunverulegir þættir fléttast saman, svo sem gagnvirk rými, stafrænir leiðsögumenn eða marglaga sagnamiðlun,
- eða vinna með tæknifyrirtækjum og öðrum samstarfsaðilum að þróun sérstakrar gagnvirkar upplifunar sem verður eitt af einkennum áfangastaðarins.

Fylgstu jafnframt með þróun tækninnar og nýjum lausnum sem verða sífellt einfaldari, hagkvæmari og aðgengilegri.

Með því að byrja í smáum skrefum, prófa hugmyndir og læra af reynslunni verður auðveldara að þróa upplifunina áfram þegar rétti tíminn er kominn.



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism



www.uplifttourism.eu



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

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.