



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

Kino ir literatūros turizmo pavertimas įtraukiančiomis patirtimis

Įgyvendinimo mokymai 02

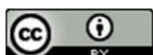
*Pozicionavimas,
prekės ženklo kūrimas
ir auditorijos tikslai*

Sužinokite kaip kurti įtraukiantį kino ir literatūros turizmą per praktines dirbtuves ir užsiėmimus.

Kartu nagrinėsime pagrindines prioritetines sritis, spręsimė realius iššūkius, aptarsime sprendimus ir nagrinėsime praktinius būdus, kuriuos galėsite pritaikyti realiose situacijose.

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.



Atgaivinant Europos kiną ir literatūrą

Įgyvendinimo mokymų skyrius

Šiame skyriuje rasite informacijos, kaip įtraukiančios patirtys gali sustiprinti jūsų pozicionavimą, išryškinti jūsų prekės ženklą ir geriau užmegzti ryšį su tiksline auditorija.

Naudokite klausimus ir užduotis kaip pokalbio pradžia – asmeninėms refleksijoms, komandinėms diskusijoms ar grupiniams seminarams. Nėra teisingų ar neteisingų atsakymų. Tikslas – ištirti, kaip įtraukiančios idėjos galėtų paremti jūsų prekės ženklo istoriją, sudominti auditoriją, kurią norite pritraukti, ir atskleisti savo autentiškumą bei vertybes.

Įgyvendinimo mokymai 2



1. **1 pratimas** – Prekės ženklo išteklių žemėlapis (4 *psl.*)
2. **Atvejo analizė:** Įgyvendinimas: Piratų tematikos pakrantės kavinė (7 *psl.*)
3. **2 pratimas** – Pasirinkite istorijos vedlį (10 *psl.*)
4. **3 pratimas** – Sukurkite mikro įtraukiančios patirties (12 *psl.*)
5. **Atvejo analizė:** H. C. Andersono festivalis (13 *psl.*)
6. **Atvejo analizė:** Grožinės literatūros pėdsakais, Škotija (16 *psl.*)
7. **Metodai ir sprendimai** (19 *psl.*)
8. **Veiksmų planas** (20 *psl.*)

Praktiniai pratimai

1 ATRADIMAS: Nustatykite savo prekės ženklo turtą

Daugelis turizmo įmonių jau turi vertingų pasakojimo išteklių. Tai gali būti nuotraukos, archyvai, vietos žinios arba bendruomenės prisiminimai. Šio pratimo tikslas – nustatyti šiuos išteklius ir ištirti, kaip juos būtų galima paversti įtraukiančiais pasakojimo elementais.

Nustatykite jau turimus išteklius

Išvardykite visus istorijos elementus, mediją ir auditorijos žinias.

1 ŽINGSNIS: Išvardykite savo įtraukiuosius ir skaitmeninius išteklius

Peržiūrėkite esamą turinį ir išteklius (brošiūras, nuotraukas, istorijas jūsų svetainėje).

- **Žiniasklaidos medžiaga:** Svetainės tekstas | Brošiūros ar skrajutės | Nuotraukos (vietos, žmonės, detalės)
- Vaizdo įrašai ar interviu | Archyvai, rekvizitai, kostiumai, laiškai
- **Žmonių ištekliai:** Vietiniai rašytojai, kino kūrėjai, istorikai | Bendruomenės nariai ar su istorijomis susijusios šeimos | Gidai, savanoriai, pedagogai

2 ŽINGSNIS: Nuspręskite, kokią skaitmeninę formą jie galėtų įgauti (pvz: knygų ištraukų garso įrašai)

Įtraukiantis ir skaitmeninis vadovas Peržiūrėkite kiekvieną medžiagą ir paklauskite:

- Ar tai galėtų tapti **garso įrašu**? (pasakojimas, skaitymas, prisiminimas)
- Ar tai galėtų tapti **vaizdine medžiaga**? (galerija, projekcija, papildytos realybės sluoksnis)
- Ar tai galėtų tapti **interaktyviu turiniu**? (pasirinkimais pagrįstas pasakojimas, žemėlapis, maršrutas)

Pavyzdys

- Svetainės pastraipa → trumpas **garso įrašas**
- Sena nuotrauka → **pasakojimo taškas** su komentarais
- Filmo filmavimo vieta → **scenos atkūrimas**, kurį gali atlikti lankytojai

Technologijų naujokams: Surenkite komandos idėjų generavimo sesiją su popieriumi ir žymekliais, kad nupieštumėte savo prekės ženklą (raktiniai žodžiai, logotipo idėjos, pasakojimo temos) ir užsirašytumėte turimus išteklius (nuotraukas, rekvizitus, archyvinius dokumentus).

Technologijomis susipažinusiems: Naudokite paprastą „Google“ formą arba „Trello“ lentą, kad susistemintumėte turimus išteklius: nuotraukas, citatas, vaizdo įrašus, kuriuos turite.

Atkreipkite dėmesį į papildytos realybės (AR) ir virtualios realybės (VR) galimybes (pvz., panoraminiai vaizdai ar žymios vietos 3D formatai).

Konsultanto paslaugų nereikia– per pusdienio trukmės dirbtuves su darbuotojais ar bendruomenės savanoriais galima išgvildinti prekės ženklo istorijas ir nustatyti vieną „pagrindinį“ elementą (pavyzdžiui, žinomą scenos vietą ar citatą), kuris įkūnija jūsų pasakojimą.



Prekės ženklai ir skaitmeninės istorijos ištekliai

ATRADIMAS: Nustatykite savo prekės ženklo turtą

SmartSheet

- [Free Brand Guidelines](#) / prekės ženklo stiliaus vadovo šablonai (pradinis puslapis su atsisiuntimo nuorodomis)
- [Brand Strategy Templates](#) (įskaitant „Prekės ženklo strategijos idėjų generavimo darbo lapą“)
- [Printable Brand Story Template](#) (atsisiuntimas PDF formatu)
- [Brand Identity Creative Brief Template](#) (atsisiuntimas PDF formatu)

Nielsen Norman Group

Paprastas „istorijų žemėlapių“ metodas (puikiai tinka seminarams)

- [Mapping User Stories in Agile](#) (paprasta sistema, skirta žingsnis po žingsnio kartografuoti patirtis; puikiai tinka lankytojų kelionėms ir „istorijų sustojimams“)
- [Journey Mapping 101](#) (aiškus vadovas, kaip kartografuoti lankytojų patirtį nuo pradžios iki pabaigos)

StoryCorps

Praktinis bendruomenės istorijų rinkinys

- **Patarimai puikiam pokalbiui** (puikiai tinka pagarbiai rinkti vietos istorijas / interviu)

Fáilte Ireland Tourism

- [Digital Trails Toolkit](#) (PDF) (žingsnis po žingsnio parengtas priemonių rinkinys)
- [Smart Dublin – Digital Trails Toolkit + tutorial video post](#) (kontekstas + praktinė pagalba)
- [Dublin regional page](#) (yra nuoroda į „Digital Trails“ priemonių rinkinio atsisiuntimą)



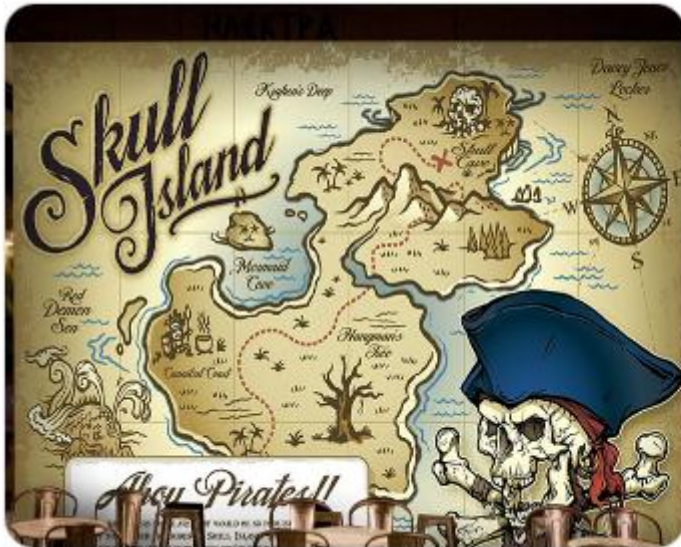
The **toolkit** is a resource designed to fill the existing knowledge gap on creating digital trails providing the tourism industry with a step-by-step guide on how to create them.

Technology is becoming increasingly important in the tourism industry particularly in the wake of Covid-19 with digital trails at the forefront. This toolkit aims to strengthen best practice in the digital trail creation and help the tourism sector digitalise their services.

The toolkit was developed as part of our Smart Tourism programme in collaboration with Fáilte Ireland. A tutorial video was also created to go hand in hand with the toolkit, it can be watched below

Download the toolkit [here](#).

Atvejo analizės įgyvendinimas: *Piratų tematikos pakrantės kavinė*



Mažo biudžeto įtraukiantis pasakojimas smulkiems turizmo ir svetingumo (angl. hospitality) verslams (išgalvotas pavyzdys)

Šis pavyzdys veikia, nes turi aiškų pasakojimo pagrindą, naudoja paprastas technologijas, pasižymi trumpa patirties trukme ir lengvu lankytojų įsitraukimu

1. Istorija grįsta koncepcija

Pasakojimo ašis:

Su uostu susijusi vietinė legenda apie piratus.

Istorijos klausimas:

“O kas, jei lankytojai galėtų įžengti į pirate laivą - kad ir dviem minutėms?”

Šis aiškus pasakojimas leido kiekvienam patirties elementui sustiprinti **vieną istoriją**, užuot naudojus tarpusavyje nesusijusius triukius (angl. gimmicks).

Atvejo analizės įgyvendinimas: *Piratų tematikos pakrantės kavinė*



2. Naudojami įtraukiantys elementai (fiziniai ir lengvi skaitmeniniai)

Elementas	Praktinis pritaikymas	Kaina
Piratų laivo sieninė tapyba	Rankomis ištapyta vietinio meno studento	€80
Paprasti darbuotojų kostiumai	Skarelės, skrybėlės, liemenės (tik savaitgaliais)	€40
Vaidmenų žaidimo mikrosąveika	„Raskite paslėptą lobį po savo stalu!“ (QR lipdukas)	€0
Lobių užuominos	Spausdintos mįslės ant gėrimų padėkliukų	€10

Atvejo analizės įgyvendinimas: *Piratų tematikos pakrantės kavinė*



- ✓ Nereikia jokių techninių įgūdžių
- ✓ Suteikia teatro ir žaismingumo
- ✓ Lengva įjungti / išjungti piko metu

Skaitmeninės / įtraukiančios technologijos (įperkamos ir prieinamos)

360° piratų laivo scena (virtualioji realybė planšetėje)

Įrankis: „YouTube“ 360° vaizdo įrašas

Įranga: pasiskolintas planšetinis kompiuteris + „Cardboard“ peržiūros įrenginys

Pateikimas: QR kodas ant stalo / sienos

Pavyzdinės nuorodos:

- 360° vaizdo įrašų platforma: <https://www.youtube.com/360>
- Nemokamas „Cardboard“ peržiūros įrenginys: <https://arvr.google.com/cardboard/>
- Lankytojai nuskenuoja kodą → peržiūri 2 minučių trukmės piratų sceną „ant denio“ → grįžta prie kavos.

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°

PLANAVIMAS: Sukurkite prekės ženklo patirties prototipą

Pasirinkite puslapį ir suplanuokite nedidelio masto veiklą, atitinkančią jūsų prekės ženklą.

Pavadinkite ją „Minimaliu gyvybingu patyrimu“.

Įtraukiantis ir skaitmeninis vedimas: nuspręskite, kaip ir kur istorija susitinka su lankytoju. Nupieškite greitą scenarijų pagrindinei scenai ar sąveikai.

Nuspręskite, **kur ir kaip istorija susitinka su lankytoju.**

- Nustatykite vieną pagrindinį momentą, vietą ar sąveiką
- Nubraižykite paprastą scenarijų vienai scenai ar patirčiai
- Sutelkite dėmesį į **emocijas, atmosferą ar prasmę**, o ne į mastelį

Paklauskite:

- Ką lankytojas mato, girdi ar daro?
- Kiek laiko trunka ši patirtis (5–15 minučių)?
- Kas šį momentą daro išskirtinai jūsų prekės ženklo?

Tech naujokams: Sukurkite teminę savarankišką ekskursiją su spausdintais žemėlapiais arba pasakojimo žemėlapiu, kuriame išryškinti prekės ženklo elementai. Pvz., ant ženklų pateikite su pasakojimu susijusias citatas arba surenkite mini spektaklį istorinėje vietoje.

Pavyzdžiai:

- **Teminis savarankiškas pasivaikščiavimas** naudojant spausdintus žemėlapius arba pasakojimo korteles
- Su pasakojimu susijusios **citatos, ištraukos ar scenos**, diskretiškai pateiktos ant ženklų
- **Trumpas gyvas arba iš dalies surežisuotas momentas** (pvz., skaitymas, personažo monologas ar garso peizažas) istorinėje ar reikšmingoje vietoje
- Paprastas **pasakojimo žemėlapis**, išryškinantis su jūsų pasakojimu susijusias vietas

Sutelkite dėmesį į autentiškumą, vietą ir žmogiškąjį ryšį.

Susipažinusiems su technologijomis: Sukurkite paprastą socialinių tinklų kampaniją arba programėlės prototipą.

Pavyzdžiui, sukurkite „Instagram“ AR filtrą su pasakojimo personažu, kurį vartotojai galėtų „pasimatuoti“, arba paprastą internetinį AR vaizdą (naudodami tokius įrankius kaip „Lens Studio“ ar „WebXR“), kuris, nuskenavus, animuotų sienų tapybą.

Išbandykite vieną **paprastą skaitmeninį sąsajos tašką.**

Pavyzdžiai:

- Trumpa **pasakojimo kampanija socialiniuose tinkluose**, susieta su vieta ar personažu
- Paprastas **programėlės ar interneto prototipas**, demonstruojantis vieną sceną ar sąveiką
- **„Instagram“ AR filtras**, kuriame lankytojai gali „įsijausti“ į personažą, kostiumą ar nuotaiką
- **Internetinis AR momentas**, kuris, nuskenavus, animuoja sienų piešinį, objektą ar vietą

Pasirinkite vieną įrankį, vieną vietą, vieną pasakojimo momentą.

PLANAVIMAS: Sukurkite prekės ženklo patirties prototipą

Pavyzdys

- Vienas sieninis piešinys arba lankytina vieta
- Viena trumpa AR animacija arba garso scena
- Vienas raginimas imtis veiksmų: „Nuskaitykite čia, kad atskleistumėte istoriją“
- To pakanka, kad patikrintumėte lankytojų susidomėjimą ir reakciją.

Nustatykite nedidelį ir pakartotinį projektą:

- Pradėkite nuo **vienos vietos**
- Kur įmanoma, naudokite **esamą turinį**
- Išbandykite su nedidele auditorija
- Surinkite atsiliepimus ir tobulinkite

Vėliau galėsite plėstis — kai sužinosite, kas veikia.

Galite nedidelėmis sąnaudomis paleisti prototipą, skirtą vienai vietai (pavyzdžiui, AR efektą prie vieno orientyro).



Naudokite nemokamus arba „freemium“ įrankius (pvz., nemokamus QR kodų generatorius ar šablonines AR programas), kad iš karto nereikėtų kreiptis į programuotojus.

M. K. Čiurlionis

Case Study 8

Location
Lithuania

Category
Virtual reality experience

Website
www.angelutakais.lt

Social Media
f y i

PASAULIŲ
SUTVĖRIMAS

Spustelėkite čia, kad peržiūrėtumėte mūsų praktinius pavyzdžius, pasisemti įkvėpimo ir sužinoti, kaip tai galima padaryti!

M. K. Čiurlionis – most renowned artist and composer in Lithuania

Pasirinkite lemiamą akimirką ar vietą, kurioje norite sukurti įtraukiančią atmosferą.

Sutelkite dėmesį į ypač įspūdingą vietą – ten, kur lankytojai užsibūna ar kur jiems kyla smalsumas. Nuspręskite, kokia technologija (jei tokia reikalinga) sustiprintų tą akimirką, tačiau neužgožtų tikrojo patyrimo.

Tech naujokams: svarbioje vietoje pateikite fizinį rekvizitą arba atspausdintą „istorijos kortelę“, su kuria lankytojai galėtų sąveikauti (pvz., knygos ištrauką ar dëlionės dalį). Arba paprašykite kostiumą dėvinčio gido papasakoti trumpą istorijos fragmentą. Toje vietoje:

- Ne į akis krintantis ženklas su **trumpa ištrauka ar citata**
- Atspausdinta **istorijos kortelė** arba užrašas „Sustokite čia. Įsivaizduokite šią akimirką...“

Tai veiks net ir tuo atveju, jei skaitmeninės priemonės nebus naudojamos.

Susipažinusiems su technologijomis: Toje pačioje vietoje įrenkite planšetinių kompiuterių ar išmaniųjų telefonų stotelę, kurioje būtų rodomas trumpas vaizdo įrašas su režisuotu vaizdu ar interaktyvia viktorina.

VARIANTAS A: QR kodas → internetinė pasakojimo scena (nereikia jokios programėlės)

Patalpinkite QR kodą, kuris paleidžia AR animaciją (pvz., toje vietoje pasirodantį personažą). Lankytojai nuskenuoja QR kodą.

- Atsidaro mobiliems prietaisams pritaikytas tinklalapis
- Jie patiria: 2 minučių trukmės garso įrašą (vietos gyventojų arba aktoriaus balsu)
- ARBA trumpą vaizdo ištrauką
- ARBA paprastą AR animaciją (personažas trumpam pasirodo)



Įrankiai, kurie jau tai atlieka:

STQRY – [https://stqry.com/\(QR\)](https://stqry.com/(QR)) kodais paleidžiamos istorijos, garso įrašai, vaizdo įrašai, vaizdai)

Echoes.xyz – <https://echoes.xyz/> (Internetinė AR, nereikia atsisiųsti programėlės)

Tai galima sukurti naudojant esamus vaizdus, iliustracijas ar paprastą animaciją – 3D filmas nebūtinai.

VARIANTAS B: AR personažo momentas (lengvas ir su „wow“ efektu)

QR kodas paleidžia „WebAR“ sceną

- Personažas pasirodo *realioje vietoje* 10–20 sekundžių
- Jis ištaria vieną frazę arba parodo gestą
- Patirtis baigiasi natūraliai

Įtraukiantis pasakojimas

H.C. Andersen Festivals

Case Study 11

Location
Odense

Category
Literary & Cultural Festival

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

Social Media
in @ f X

H.C. Andersen Festivals

Click to check out our case studies for inspiration and to learn how it can be done!

Reimagining Fairy Tales through Art, Culture, and Immersive Experiences

Kasmet rugpjūčio mėnesį Odense mieste, Danijoje – mylimo pasakų kūrėjo Hanso Kristiano Anderseno gimtinėje – rengiamas Hanso Kristiano Anderseno festivalis yra savaitę trunkanti kultūros, kūrybiškumo ir pasakojimo šventė. Nuo pat savo pradžios 2013 m. festivalis tapo vienu iš svarbiausių kultūrinių renginių Danijoje, kurio metu vyksta daugiau nei 500 įvairių veiklų visų amžiaus grupių žmonėms, apimančių teatrą, muziką, literatūrą, meną, performansus ir skaitmenines inovacijas.

Anderseno gimtinės žavingų akmenimis grįstų gatvių ir rąstinių namų fone festivalis atgaivina jo amžinas pasakas per gyvą ir įvairiapusę programą. Odense virsta gyva pasakų knyga, kurioje vyrauja gatvės artistai, paradas, koncertai, šviesos šou, parodos ir imersinis teatras. Daugelis renginių yra tiesiogiai įkvėpti Anderseno pasakų, švenčiančių vaizduotės transformacijos



Immersive Art and Light-Based Interpretation

One of the most striking features of the Hans Christian Andersen Festival is its commitment to large-scale visual and immersive experiences. In recent years, the festival has introduced spectacular light installations, digital projections, and augmented reality (AR) elements to reimagine Andersen's stories for a 21st-century audience.

For example, the "Stories in the Sky" installation projected animated scenes from Andersen's fairy tales onto building facades and urban spaces, turning the city

into a canvas of light and shadow. Meanwhile, interactive theatre events have placed visitors inside stories like "The Tinderbox" or "The Shadow," where choices affect how the narrative unfolds—blurring the line between audience and actor.

Through these innovative methods, the festival not only showcases Andersen's work but invites participants to actively co-create the storytelling experience, making classic tales feel fresh, personal, and emotionally resonant.

ir žmogiškųjų emocijų temas, kurios ir toliau rezonuoja per kartas.

Viena iš ryškiausių Hanso Kristiano Anderseno festivalio ypatybių – jo orientacija į didelio masto vizualinius ir įtraukiančius potyrius. Pastaraisiais metais festivalis pristatė įspūdingas šviesos instaliacijas, skaitmenines projekcijas ir papildytos realybės (AR) elementus, siekdamas Anderseno pasakas pateikti naujai 21-ojo amžiaus žiūrovams.

Pavyzdžiui, instaliacija „Stories in the Sky“ projektavo animuotas scenas iš Anderseno pasakų ant pastatų fasadų ir miesto erdvių, paverčiant miestą šviesos ir šešėlių drobe. Tuo tarpu interaktyvūs teatro renginiai įtraukė lankytojus į tokias pasakas kaip „The Tinderbox“ ar „The Shadow“, kuriose pasirinkimai daro įtaką pasakojimo eigai – taip ištrindami ribą tarp žiūrovų ir aktorių.

Naudodamas šiuos novatoriškus metodus, festivalis ne tik pristato Anderseno kūrybą, bet ir kviečia dalyvius aktyviai bendrai kurti pasakojimo patirtį, todėl klasikinės pasakos atrodo naujos, asmeniškos ir sukelia gilius jausmus.

Daugiajutiminių patirčių festivalis



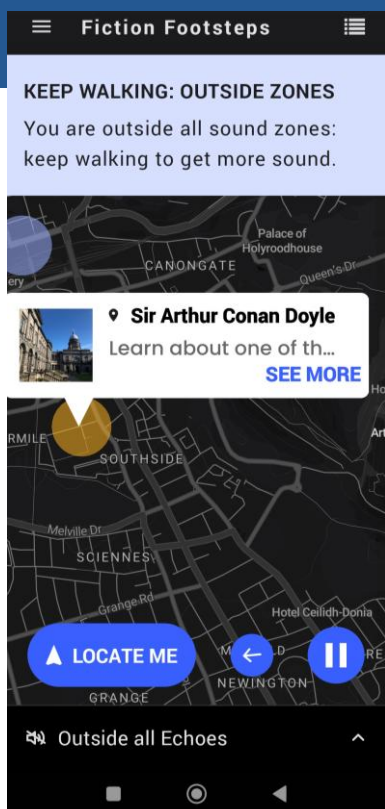
Panašiai kaip ir paties Anderseno kūryboje, kurioje susipina vaizdiniai aprašymai, ritmas ir simbolika, festivalis įtraukia įvairias jusles, siekdamas sustiprinti emocinį ryšį ir dalyvių įsitraukimą.

Programoje susipina muzika, kostiumai, skulptūros ir kulinariniai potyriai: atlikėjai vilki pasakų įkvėptus drabužius, o gatvės muzikantai miniai groja kompozicijas iš Šiaurės šalių folkloro.

Dirbtuvėse ir pop-up renginiuose siūlomos praktinės veiklos, susijusios su lėlių teatru, pasakojimų sekimu, skaitmeniniu menu ir muzikos kūrimu – ypač skirtos jaunimui. Šis daugialypė jutiminė patirtis atspindi idėją, kad pasakos geriausiai įsimenamos, kai jos yra jaučiamos, girdimos, matomos ir vaidinamos.

Šie patirtiniai lygmenys išplečia žiūrovų vaidmenį nuo pasyvių stebėtojų iki aktyvių dalyvių, taip sustiprindami festivalio edukacinę vertę ir emocinį atgarsį.

Praktinio pavyzdžio įgyvendinimas. „Fiction Footsteps“, Škotija



Fiction Footsteps

6 ECHOES

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

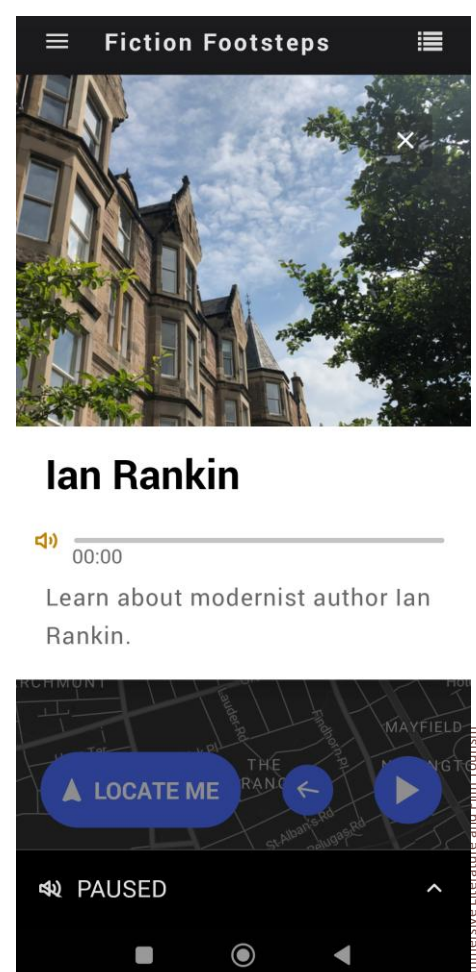
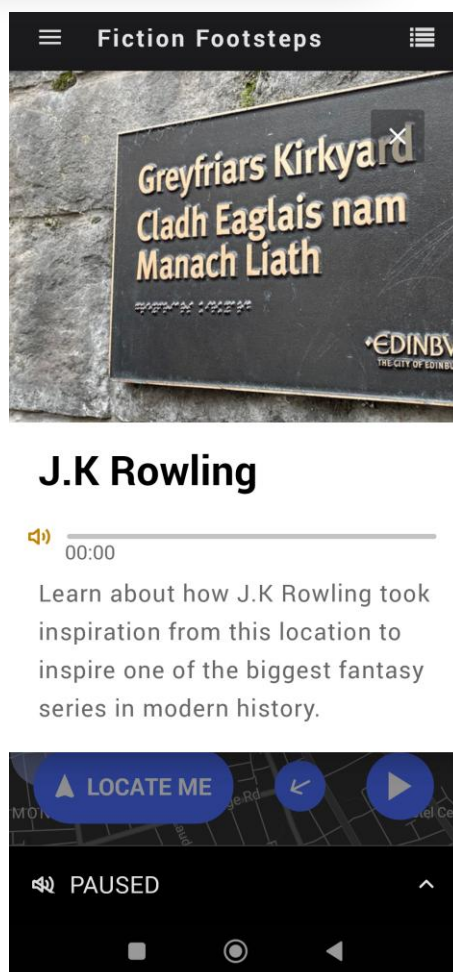
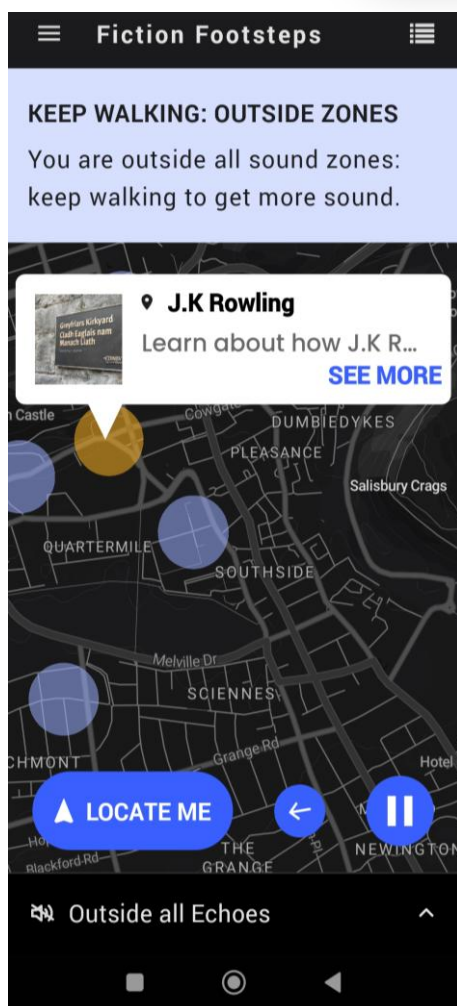
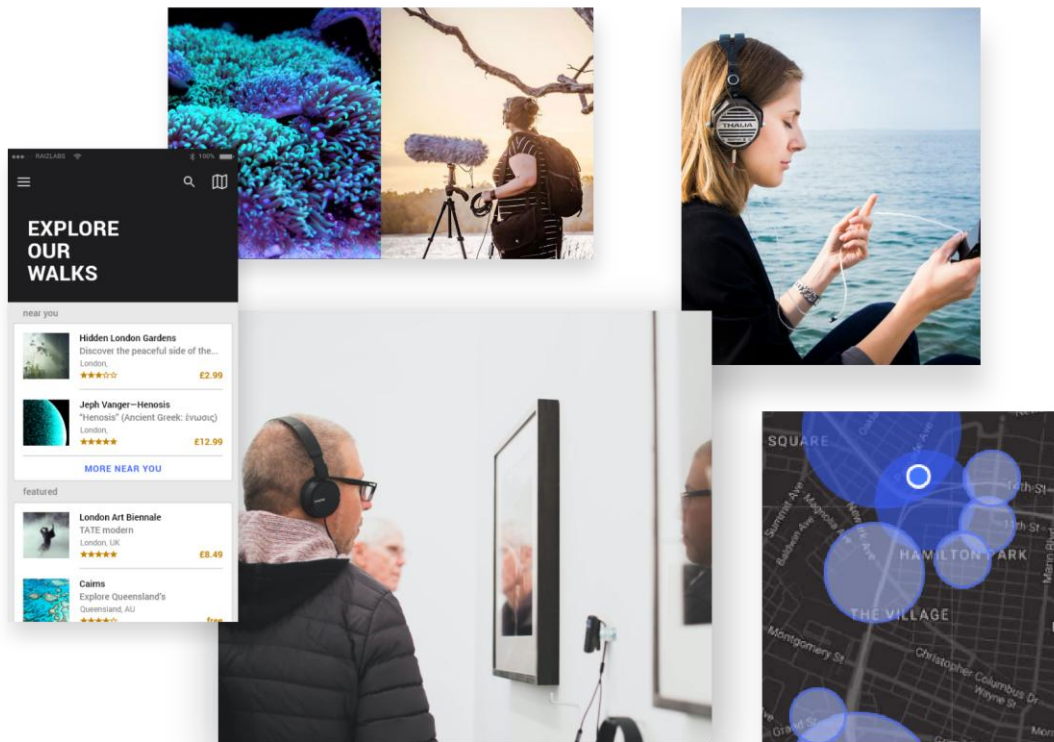
Išbandykite programėlę „Echoes“, kurioje galėsite atrasti nuostabias GPS valdomas garso ekskursijas iš viso pasaulio – tiek viduje, tiek lauke.

- ❖ Klausykitės ekskursijų tiesiogiai arba atsisiųskite ir išsaugokite savo kolekciją internete (*jei ryšys yra nestabilus*).
- ❖ Vaikščiokite ir leiskite garso įrašams sekti jūsų žingsnius. Įsitikinkite, kad įjungtas GPS, prijunkite ausines ir pradėkite eiti.

"Edinburgh Fiction Footsteps" – tai galimybė tyrinėti turtingą miesto literatūrinį paveldą, lankant žinomų knygų veiksmo vietas arba sekant tokių rašytojų kaip seras Walteris Scottas, Robertas Luisas Stivenzonas ir Ianas Rankinas gyvenimo pėdsakus. Konkrečios vietos, pavyzdžiui, „Jean Brodie Steps“ laiptai ir inspektoriaus Rebuso mėgstamos vietos, suteikia apčiuopiamą ryšį su rašytojais, dažnai per specialias ekskursijas arba savarankiškus pasivaikščiojimus po Senamiestį, Naujamestį ir Leithą.

- <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](#)

Praktinio pavyzdžio įgyvendinimas. „Fiction Footsteps“, Škotija

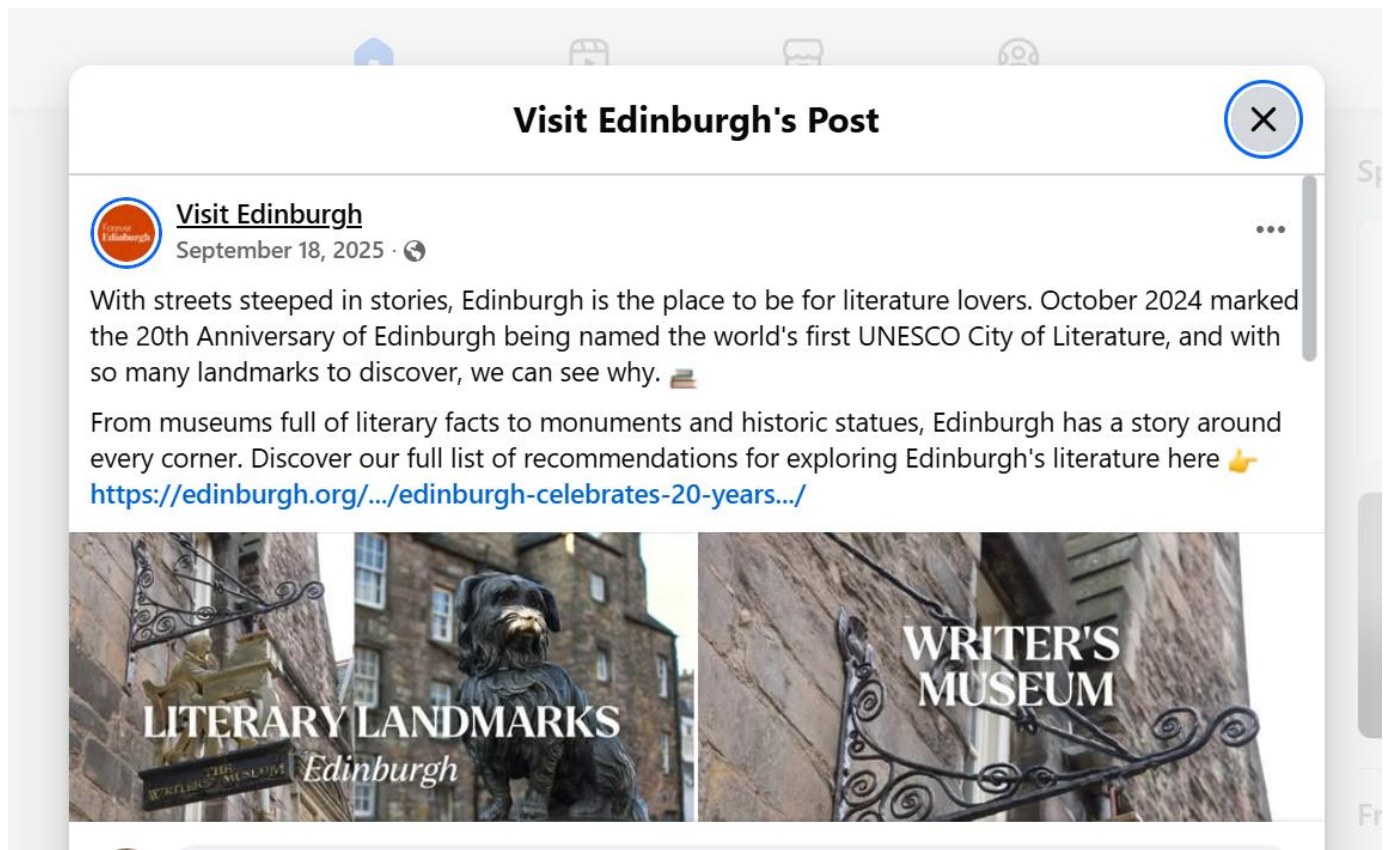


Svarbiausi literatūriniai ryšiai ir vietos:

- **„Mis Džinos Brodės žydėjimas“** (Muriel Spark): Apsilankykite Grassmarket ir Vennel Steps, pervadintuose į „Jean Brodie Steps“, kur atsiveria įsimintini vaizdai.
- **„Trainspotting“** (Irvine Welsh): Apsilankykite Leith rajone, kad patirtumėte romane pavaizduotą žiaurią realybę.
- **„Inspektoriaus Rebuso“ serija** (Ian Rankin): Pasivaikščiokite gatvėmis ir užsukite į barus, kuriuose dažnai lankydavosi Rebusas, o jo rankų atspaudus rasite City Chambers pastate.
- **Robert Louis Stevenson ir seras Walter Scott:** Atraskite su šiais literatūros milžiniais susijusias vietas Rašytojų muziejuje ir visame mieste.
- **„39 laipteliai“** (John Buchan): Sekite šio trilerio pėdsakais po miestą ir Highlands regioną.

Kaip sekti pėdomis:

- **Literatūrinės ekskursijos:** „City of Edinburgh Tours“ ir kitos organizacijos siūlo ekskursijas su gidu, skirtas Dickensui, Scottui, Burnsui, Stevensonui ir kitiems.
- **Savarankiškas tyrinėjimas:** Pasinaudokite „Edinburgh City of Literature Trust“ ir „Forever Edinburgh“ ištekliais, kad surastumėte svarbiausias vietas.
- **Muziejai:** Apsilankykite Rašytojų muziejuje, kuriame saugomi Burnso, Scotto ir Stevensonso relikvijos.



Metodai ir sprendimai

- **Susiekite technologijas su tikslu:** visada suderinkite technologijas su savo prekės ženklo istorija. Nenaudokite AR/VR vien dėl naujumo – pasinaudokite jomis, kad pagilintumėte savo pasakojimą.

Pavyzdžiui, įtraukite AR sceną tik tuomet, jei ji padės padaryti siužetą aiškesnį ar įdomesnį.

- **Pasinaudokite tuo, ką turite:** Greičiausiai jau turite viską, ko reikia (išmaniuosius telefonus, nuotraukas, citatas). Net paprasčiausi įrankiai gali padidinti įsitraukimą.

Pavyzdžiui, įkelkite savo vietos 360° nuotrauką į „Google“ ar „Facebook“, kad lankytojai galėtų nemokamai apsilankyti virtualiai, arba ant ženklų pritvirtinkite QR kodus, nukreipiančius į garso ar vaizdo įrašus.

- **Paruošti sprendimai:** Daugelis platformų leidžia įkelti turinį be programavimo. Apsvarstykite galimybę naudoti bendro pobūdžio AR programas, į kurias galite įkelti vaizdus, arba nemokamas internetines žemėlapių ir pasakojimų platformas. Taip išvengsite didelių pradinių išlaidų.
- **Derinkite technologijas su žmogiškuoju prisilietimu:** Naudokite skaitmenines technologijas kaip papildymą, o ne pakaitalą. Gidas gali nešiotis planšetinį kompiuterį, kad parodytų vaizdo įrašų ištraukas, arba galite išdalinti paprastus garso grotuvus su personažų pasakojimais. Toks derinys išlaiko asmenišką patirtį ir kartu suteikia interaktyvumo.
- **Kurkite prototipus ir tobulinkite:** Laikykite pirmuosius bandymus bandomaisiais projektais. Išbandykite nebrangų prototipą (pvz., paprastą garso maršrutą ar AR atviruką) ir paprašykite lankytojų atsiliepimų. Naudokite gautą informaciją tobulinimui ar plėtrai. Net ir turėdami nedidelį biudžetą, galite sukurti įsimintiną turinį, kuris užtikrins lankytojų susidomėjimą ištisus metus.

Sukurkite savo veiksmų planą

Neatidėliotini tolesni žingsniai (0–6 mėn.)

Pasirinkite **vieną nedidelį įtraukiantį elementą**, kurį galėtumėte realiai įgyvendinti artimiausiu metu – kažką pigaus, mažai rizikingo ir lengvai išbandomo.

Tai gali būti tiesiog:

- **Trumpo audio-pasakojimo fragmento pridėjimas** (pasiekiamo per QR kodą) svarbioje lankytinoje vietoje
- **Vieno WebAR (papildytos realybės naršyklėje) momento sukūrimas** bendradarbiaujant su vietiniu technologijų ar medijų studentu (pvz., paprasta personažo animacija ar vaizdo užsklanda)

Įgyvendinkite tai ir stebėkite, kaip reaguoja lankytojai.

Ar jie skenuoja? Ar sustoja ilgesniam laikui? Ar apie tai kalba, ar tuo dalijasi?

Vidutinės trukmės laikotarpis (6–24 mėn.)

Jei pradinis bandymas bus sėkmingas, suplanuokite **nedidelę plėtrą**. Galite:

- **Sukurti AR arba skaitmeninį istorijų taką su gidu**, apimantį kelis taškus
- **Kreiptis dėl nedidelės vietinės ar regioninės dotacijos**, kad pagerintumėte turinio kokybę
- **Investuoti į bazinę įrangą ar darbuotojų mokymus** (pvz., garso, vaidybos ar skaitmeninio pasakojimo įgūdžius)

Šiame etape apsvarstykite, kaip įtraukiantis elementas padeda jūsų **rinkodarai ir prekės ženklo pozicionavimui** — pavyzdžiui, reklamuojant jį socialiniuose tinkluose, festivaliuose ar per partnerystes.

Ilgalaikis laikotarpis (2–5 metai)

Įsisvaizduokite labiau **integruotą įtraukiančią patirtį** visame savo paslaugų spektre. Tai galėtų apimti:

- **Sujungtą istorijos patirtį**, apimančią kelias vietas
- **Pusiau virtualius arba hibridinius elementus** (pvz., interaktyvias erdves, skaitmeninius gidus, daugiasluksnį pasakojimą)
- **Bendradarbiavimą su technologijų partneriais**, siekiant sukurti **išskirtinį įtraukiantį produktą** jūsų vietai ar miestui

Sekite kylančias technologijas ir prieinamumą — įrankiams tampant lengvesniems, pigesniems ir patogesniems naudoti, būsite puikiai pasiruošę juos pritaikyti.

Kadangi jau būsite viską išbandę ir pasimokę ankstyvuosiuose etapuose, atėjus tinkamam laikui galėsite užtikrintai plėstis.



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.