

# Παρουσίαση του εγχειριδίου και των βασικών του σημείων



# Η δομή του εγχειριδίου

Το εγχειρίδιο χωρίζεται στις παρακάτω ενότητες:

- 1) Εισαγωγικά σχόλια για τον όρο storytelling
- 2) Η ροή εγγραφών για το ψηφιακό storytelling
- 3) Τεχνικά ζητήματα
- 4) Μελέτη περίπτωσης
- 5) Βιβλιογραφικές πηγές
- 6) Παραρτήματα



# Το εγχειρίδιο

Είναι ένα εγχειρίδιο που θα καθοδηγήσει τους μαθητές στην απεικόνιση, μέσω ιστοριών, των πολιτιστικών περιουσιακών στοιχείων μιας περιοχής για την αύξηση της δέσμευσης και τη καλλιέργεια αναγνωρισιμότητας με οπτικές τεχνικές μάρκετινγκ που μέσω μιας ιστορίας δημιουργεί ένα ευρύ συναίσθημα.

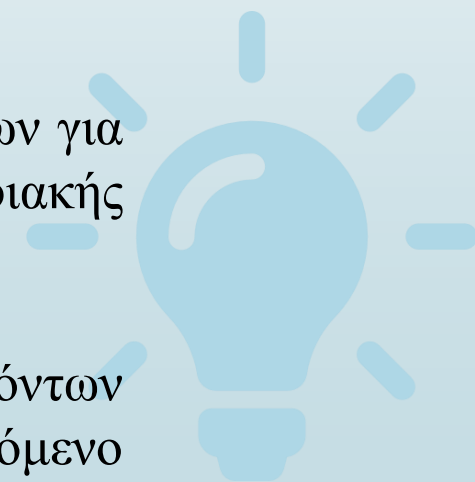


## Οι κατευθυντήριες που οδήγησαν στη δημιουργία του εγχειριδίου

- ❑ Να παρέχει στους εκπαιδευόμενους στον τομέα του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς γνώσεις σχετικά με τα εργαλεία αφήγησης
- ❑ Ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού που σχετίζεται με μεθοδολογίες δημιουργίας ψηφιακών ιστοριών
- ❑ Αξιοποίηση ιστοριών για την αποτελεσματική προώθηση των στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς
- ❑ Πρακτικές και παραδείγματα για τη στόχευση κοινού και την ανάπτυξη ιστοριών ως διαφημιστικά εργαλεία

## Το εγχειρίδιο προσφέρει

- \* Πρακτικές συμβουλές, κρίσιμα ζητήματα διαχείρισης και προφυλάξεις που πρέπει να ληφθούν
- \* Περιπτώσεις προσομοίωσης και πλεονεκτήματα στην επιλογή του μεμονωμένου μέσου που χρησιμοποιείται και συνδυάζεται για να δώσει ζωή στη μετάδοση και στην ψηφιακή, πολιτιστική επικοινωνία
- \* Λειτουργικές διαδικασίες για την ανάπτυξη ολοκληρωμένων δράσεων για τον σχεδιασμό, τον οδηγό και τον έλεγχο της στρατηγικής ψηφιακής πολιτιστικής επικοινωνίας
- \* Λίστα ελέγχου για την εγγύηση της αντιστοιχίας των ψηφιακών προϊόντων πολιτιστικής αφήγησης που έχουν δημιουργηθεί με το αναμενόμενο πρότυπο ποιότητας



## Στοχευμένο κοινό

- Φοιτητές στον τομέα των ανθρωπιστικών, τουρισμού, πολιτιστικής κληρονομιάς και μάρκετινγκ
- Επιχειρηματίες που συμμετέχουν σε προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης και επιθυμούν να αυξήσουν τη δημοτικότητα των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς
- Όποιος επιθυμεί να συμμετάσχει στην επαγγελματική κατάρτιση και να χρησιμοποιήσει ιστορίες στη διαδικασία προώθησης της πολιτιστικής κληρονομιάς

## Η δομή της παρουσίασης

Στοχεύει στην παρουσίαση των κύριων χαρακτηριστικών του εγχειριδίου και χωρίζεται σε 4 μέρη σύμφωνα με αυτό.

Στο πρώτο μέρος, θα συζητήσουμε για το ιστορικό της βιβλιογραφίας σχετικά με τον όρο του storytelling. Τα εισαγωγικά σχόλια και οι σχετικοί όροι θα εξηγηθούν για να δώσουν στους εκπαιδευόμενους την ευκαιρία να εξοικειωθούν με αυτό.

Στο δεύτερο μέρος, θα συζητήσουμε για τη ροή εργασιών των ιστοριών και την ανάπτυξή τους. Θα παρουσιαστούν τα κύρια εργαλεία, τεχνικές και μέθοδοι.

Στο τρίτο μέρος, θα μιλήσουμε εν συντομία για τεχνικά ζητήματα που αφορούν την ανάπτυξη ιστοριών. Θα παρουσιαστούν εργαλεία και λογισμικό πολυμέσων.

Στην τέταρτη ενότητα, μια μελέτη περίπτωσης θα παρουσιαστεί ως παράδειγμα εφαρμογής τεχνολογικών χαρακτηριστικών σε στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς.



# Ενότητα 1

Εισαγωγικά σχόλια για τον όρο  
storytelling



## Εισαγωγικά σχόλια για τον όρο storytelling

Είναι ύψιστης σημασίας οι εκπαιδευόμενοι να γνωρίσουν τον όρο της προφορικής αφήγησης. Αποτελεί μέρος της ανθρώπινης κουλτούρας εδώ και χιλιάδες χρόνια, ακόμη και όταν απουσίαζαν λέξεις και γλώσσες. Οι εικόνες και τα σύμβολα χρησιμοποιήθηκαν ως σημάδι για να δείξουν την ανάγκη μας να «ακουστούμε».

Αργότερα καθώς οι γλώσσες εξελίχθηκαν αυτά τα σημάδια έγιναν μύθοι, μύθοι, λαογραφικές ιστορίες...

Οι αφηγητές έπρεπε να καλλιεργήσουν έναν μοναδικό και ιδιαίτερο τρόπο να διηγούνται τις ιστορίες τους, καθώς αυτός ήταν ο τρόπος που έκανε τους ανθρώπους να αισθάνονται.

## Η σημασία της προφορικής αφήγησης

- ❑ Οι κοινωνίες είναι σύνθετες οντότητες με άτομα από διάφορα υπόβαθρα και ακόμη και το πιο αναλφάβητο άτομο έχει το δικαίωμα να απολαμβάνει τα συναισθήματα που μπορεί να τους δώσει μια ενδιαφέρουσα ιστορία
- ❑ Οι ιστορίες αποτελούν ένα πολύ σημαντικό μέρος της λαογραφικής κουλτούρας μας
- ❑ Οι ιστορίες συμβάλλουν στη διάδοση της φωτιάς της γνώσης
- ❑ Προωθούν την πολιτιστική κληρονομιά και τις παραδόσεις

## Οι ιστορίες διδάσκουν τις κοινωνίες

Οι ιστορίες μας έδωσαν καθοδήγηση για την ηθική και μας βοήθησαν να ανακαλύψουμε τους θεμελιώδεις κανόνες που υιοθετούν οι κοινωνίες.

Μπορούμε να πούμε ότι η αφήγηση της ιστορίας είναι η διαδραστική τέχνη της χρήσης λέξεων και ενεργειών για την αποκάλυψη των στοιχείων και των εικόνων, ενώ ταυτόχρονα ενθαρρύνει τη φαντασία του ακροατή. Σκεφτείτε τους μύθους του Αισώπου, για παράδειγμα... ή πιο συγκεκριμένα την αλεπού και τον πελαργό... Ο πελαργός διδάσκει την αλεπού να σέβεται τις διαφορές και τα μοναδικά χαρακτηριστικά που έχουν οι φίλοι μας...

Με άλλα λόγια, οι ιστορίες έχουν τη δύναμη να διδάσκουν ισχυρές αρετές και το κοινό έχει την ευκαιρία να ταυτιστεί.



## Οι λόγοι για καλές ιστορίες

Δίνεται έμφαση στους λόγους για τους οποίους οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να αναπτύξουν ενδιαφέρουσες ιστορίες:

- 1) Οι ιστορίες έχουν τη δύναμη να εμπνεύσουν το κοινό
- 2) Ενεργοποιούν και ενθουσιάζουν τους ακροατές
- 3) Τους παρακινούν να αναλάβουν δράση
- 4) Εξανθρωπίζουν και προωθούν τα μοναδικά πολιτιστικά μας χαρακτηριστικά



## Το εγχειρίδιο εστιάζει στις ψηφιακές ιστορίες

- Επικεντρωνόμαστε σε σύγχρονα εργαλεία για τη δημιουργία ελκυστικών και ενδιαφέροντων ιστοριών
- Ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς
- Τεχνικές για την ανάπτυξη τεχνικών σεναρίου και χαρακτήρων



# Ενότητα 2

Η ροή εγγραφών για το ψηφιακό  
storytelling

## Ψηφιακές εργασίες

Η ψηφιακή αφήγηση συνδυάζει την τέχνη της αφήγησης ιστοριών με μια ποικιλία ψηφιακών πολυμέσων, όπως εικόνες, ήχος και βίντεο. Οι ψηφιακές ιστορίες συνδυάζουν ένα μείγμα ψηφιακών γραφικών, κειμένου, ηχογραφημένης αφήγησης, βίντεο και μουσικής για να παρουσιάσουν πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα. (Robin, 2008). Πρόκειται για μια ταινία μικρού μήκους / κλιπ που περιέχει διάφορα εργαλεία ψηφιακών μέσων και δίνει στους ανθρώπους την ευκαιρία να μοιραστούν τα προσωπικά τους ενδιαφέροντα, πτυχές και στάσεις.

## Γιατί ψηφιακές ιστορίες στην πολιτισμική κληρονομιά και τον τουρισμό;

Το εγχειρίδιο επικεντρώνεται στον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι ιστορίες στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην επωνυμία του τουριστικού προορισμού. Η ζήτηση των ταξιδιωτών παραμένει πολύ υψηλή αφού οι άνθρωποι θέλουν να δουν όλο και περισσότερο ποια αξιοθέατα θα επισκεφτούν, πού μπορούν να φάνε, τι μπορούν να αγοράσουν κ.λπ. Οι παλιοί οδηγοί προσπαθούσαν να έχουν «τα πάντα για όλους», αλλά οι ψηφιακές ιστορίες και αφηγήσεις είναι το εργαλείο που κάνουν την διαφορά. Βελτιώνουν την εμπειρία του επισκέπτη και αυξάνουν τις προτάσεις του Word of Mouth. Το κοινό είναι ενεργό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα δίκτυα και ενισχύουν επίσης την επανειλημμένη επίσκεψη μέσω κοινής χρήσης και αναδημοσίευσης.



## Τα αναμενόμενα μαθησιακά αποτελέσματα

- ❑ Οι μαθητές θα μάθουν την προέλευση της αφήγησης
- ❑ Οι βασικοί λόγοι για να πούμε αυθεντικές ιστορίες θα γίνουν κατανοητοί
- ❑ Τα κύρια συστατικά μιας καλής ιστορίας θα παρουσιαστούν αναλυτικά και θα κατανοηθούν από τους εκπαιδευόμενους (μοντέλα, τεχνικές σεναρίων, χαρακτήρες, μέρη)
- ❑ Οι μαθητές θα έχουν πρακτική εμπειρία στη δημιουργία των δικών τους σεναρίων



## Περιγραφή της ομάδας -στόχου

Η ανάπτυξη της περιγραφής της ομάδας-στόχου αφορά τον προσδιορισμό των ατόμων που θέλετε να εμπλέξετε στο έργο σας και τη λήψη μέτρων για να προσελκύσετε και να διατηρήσετε το ενδιαφέρον τους, να τους μετατρέψετε σε επισκέπτες για πρώτη φορά και να δημιουργήσετε ένα πιστό κοινό που συνδημιουργούν και διαδίδουν θετικές κριτικές, βελτιώνοντας έτσι την πρόταση αξίας και προσελκύοντας ολοένα και περισσότερους επισκέπτες.

## Ομάδες στόχου και τμηματοποίηση της αγοράς

Η περιγραφή της ομάδας στόχου βασίζεται σε ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα, συνήθως ένα μείγμα από την πρωτογενή έρευνα αγοράς και την επαφή με τους πελάτες, δεδομένα από άμεσες παρατηρήσεις, καθώς και δεδομένα από δευτερεύουσα έρευνα ή ανάλυση ανταγωνιστών. Οι ομάδες στόχου ορίζουν τους τρέχοντες ή / και τους μελλοντικούς χρήστες. Ανάλογα με την πολυπλοκότητα ενός προϊόντος ή υπηρεσίας πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορεί να υπάρχουν μία έως πέντε διαφορετικές ομάδες στόχου, οι οποίες χρησιμοποιούνται κυρίως στο μάρκετινγκ και στην έρευνα αγοράς.

## Τμηματοποίηση σέ σχέση με:

- ❑ Δημογραφικά στοιχεία (Ηλικία, φύλο, κοινωνική τάξη, εκπαίδευση κ.λπ.)
- ❑ Γεωγραφία (κατοικία, χώρος εργασίας κ.λπ.)
- ❑ Συμπεριφορά (Τι κάνουν - υπάρχοντες ή νέοι επισκέπτες, τουρίστες ή ημερήσιοι ταξιδιώτες)
- ❑ Στάση (Τι σκέφτονται - οικογενειακή μέρα, εκπαιδευτικοί λόγοι (θέλουν να μάθουν), κοινωνικοί λόγοι, αναζήτηση οικειότητας, ψυχαγωγικοί λόγοι)

*Για να καταστήσουμε ευκολότερη την κατανόηση των ομάδων στόχων, χρησιμοποιούμε τμηματοποίηση κοινού. Είναι η διαδικασία διαχωρισμού πελατών, ή δυνητικών πελατών, σε μια αγορά σε διαφορετικές ομάδες ή τμήματα, εντός των οποίων οι πελάτες έχουν τις ίδιες ή παρόμοιες απαιτήσεις που ικανοποιούνται από ένα ξεχωριστό μείγμα μάρκετινγκ.*

# Personas

Το μοντέλο αυτό αναπτύχθηκε λόγω του ότι τα τμήματα της αγοράς απομακρύνονται γενικά, αγνοώντας την κοινωνική δυναμική των πολιτιστικών χώρων, και την ομαδική φύση των περισσότερων επισκέψεων σε αυτούς τους ιστότοπους. Το μοντέλο του "persona" αναπτύχθηκε σε μια προσπάθεια να δημιουργήσει ένα νέο πιο ακριβές προφίλ επισκεπτών.

Τα Personas περιγράφουν φανταστικές αναπαραστάσεις των ιδανικών πελατών σας με τις ανάγκες και τους στόχους τους σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο. Βασίζονται σε πραγματικά δεδομένα σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των πελατών και τη διαδικτυακή συμπεριφορά, μαζί με μορφωμένες εικασίες για τα προσωπικά τους ιστορικά, τα κίνητρα και τις ανησυχίες τους.

## Η αξία των Personas


Με αυτά τα προφίλ:

- Μπορείτε να ταυτιστείτε με το κοινό σας
- Μπορείτε να τους βοηθήσετε να ξεπεράσουν τις προκλήσεις και τα εμπόδια
- Μπορούν να εξετάσουν την επίτευξη νέων στόχων
- Ενισχύσετε την αφοσίωση των επισκεπτών

Θα συμπληρώσουν την τακτική σας μάρκετινγκ ζωγραφίζοντας ένα σαφές πορτρέτο του κοινού που στοχεύετε. Ξεπερνούν τα τυπικά αναγνωριστικά, όπως την ηλικία, την εκπαίδευση, τη σταδιοδρομία και την τοποθεσία και ανακαλύπτουν βαθύτερα τι οδηγεί, προκαλεί και επηρεάζει τους πελάτες σας καθημερινά. Επιπλέον, συχνά περιλαμβάνουν άμεσες προσφορές και άλλες μορφές ανοιχτών σχολίων από άτομα της πραγματικής ζωής που αποτελούν μέρος του κοινού σας, κάτι που βοηθάει να προσδώσει περισσότερο χρώμα.

## Δουλεύοντας με πολλαπλά personas

Δεν είναι ασυνήθιστο για μια επιχείρηση να εξυπηρετεί πολλαπλές ανάγκες, αλλά ακόμα και αν η επιχείρησή σας κάνει μόνο ένα πράγμα, μια υπηρεσία μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικά άτομα. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο είναι απαραίτητο να αναπτυχθούν πολλαπλά personas. Καθώς ορίζετε ένα πρόσωπο στόχου, θα διαπιστώσετε ότι ορισμένοι από τους πελάτες με τους οποίους θέλετε να εργαστείτε δεν ευθυγραμμίζονται με τις δημογραφικές πληροφορίες που χρησιμοποιείτε για τη δημιουργία του προφίλ αγοραστή σας. Μέσα από τη διαδικασία ανάπτυξης θα λάβετε υπόψη ότι τα άτομα-στόχοι ενδέχεται να αλλάξουν ή να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου, επομένως είναι σημαντικό να συνεχίσετε να επανεξετάζετε τις πληροφορίες που έχετε αναπτύξει για να διασφαλίσετε ότι εξακολουθούν να είναι σχετικές και να τις διατηρείτε ενημερωμένες.



# Το μοντέλο αφήγησης ιστοριών και τα θεμελιώδη στοιχεία του

Για να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά μια ιστορία, είναι σημαντικό να προσδιορίσετε ορισμένα από τα βασικά στοιχεία που θα καλυφθούν.



## Τα θεμελιώδη στοιχεία

- ❑ Περιβάλλον: Πού λαμβάνει χώρα η ιστορία
- ❑ Πρόκληση: Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι χαρακτήρες / δημιουργία δράματος
- ❑ Χαρακτήρες: Οι προσωπικότητες που επηρεάζονται από τη σύγκρουση
- ❑ Θέμα: Τα μηνύματα που έστειλε ο αφηγητής. Ποιο είναι το μάθημα που μαθαίνουμε;
- ❑ Τόνος: Η διάθεση μέσα σε μια ιστορία. Επηρεάζεται από άμεσες ή έμμεσες καταστάσεις
- ❑ Άποψη: Πρώτο άτομο, δεύτερο ή τρίτο. Η πιο χαρακτηριστική είναι η τρίτη οπτική γωνία όπου η ιστορία ξεδιπλώνεται καθώς οι χαρακτήρες «ζουν τη ζωή τους...»

## Σημαντικές σημειώσεις

Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ο αφηγητής στοχεύει απευθείας στο κοινό του και να κοινοποιήσει το μήνυμά τους, πρέπει να επικεντρωθούμε στα εξής:

- 1) **Στόχος:** Το επιθυμητό τέλος
- 2) **Κοινό:** Οι πολύ συγκεκριμένοι χαρακτήρες των ανθρώπων που η ιστορία στοχεύει να επηρεάσει
- 3) **Στόχος:** Το συνολικό εύρος της καμπάνιας σας
- 4) **Συνέχεια:** Ιδιαίτερα σημαντικό πλεονέκτημα λόγω των απεριόριστων δυνατοτήτων συμμετοχής του κοινού και να τους κάνει να παίξουν το δικό τους ρόλο στην ιστορία

# Σημαντικές σημειώσεις

Σημεία παρέμβασης: Η κατεύθυνση στην οποία θα πάει η ιστορία μπορεί να μειωθεί, συνειδητοποιώντας ποιο σύστημα στοχεύει ειδικά ο αφηγητής. Οι ιστορίες πρέπει να συνδέονται με το επιλεγμένο σημείο και πρέπει να περιλαμβάνουν σαφείς ενέργειες για την επίτευξη των επιθυμητών αλλαγών.

Ειδικότερα:

- 1) Σημείο παραγωγής
- 2) Σημείο κατανάλωσης
- 3) Σημείο καταστροφής
- 4) Σημείο απόφασης
- 5) Σημείο παραδοχής



# Αναπτύσσοντας την ιστορία

"Η έννοια που βασίζεται σε μια ομιλία, ένα ποιητικό ή λογοτεχνικό έργο, το ουσιαστικό νόημα μιας συλλογιστικής, το κρυφό νόημα μιας φράσης" (Idea, 2019)

## Στοιχεία κλειδιά

**Θέμα:** Αυτός είναι ο απώτερος στόχος μιας ιστορίας. Αυτό είναι το στοιχείο που θα καθοδηγήσει ολόκληρη τη διαδικασία αφήγησης.

**Μέσο:** Κανάλι επικοινωνίας για να κάνει την ιστορία σας «ακουστική» ή «εμφανισμένη»

**Αφηγηματική πράξη:** Σχέδιο ιστορίας και σχέδιο λόγου

**Δομές της αφηγηματικής μετάδοσης:** Η κατάσταση του αφηγητή, ο ορισμός του ποιος είναι ο αφηγητής και από ποια άποψη εξηγείται η ιστορία

**Οικόπεδο:** Η ιστορία με λίγα λόγια

**Θεραπεία:** Εκτεταμένη ιστορία στην οποία, σε αντίθεση με την πλοκή, οι χαρακτήρες, τα περιβάλλοντα και οι διαφορετικές δυναμικές της ιστορίας θα εξεταστούν λεπτομερώς.

**Ιστορία / σενάριο:** Το πολύ λεπτομερές κείμενο που περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία της ιστορίας



## Οι χαρακτήρες

Ο σχεδιασμός χαρακτήρων ή η δημιουργία προφίλ είναι η διαδικασία καθορισμού των χαρακτήρων. Ποια είναι τα φυσικά και συναισθηματικά / ψυχολογικά χαρακτηριστικά τους;

Βεβαιωθείτε ότι αυτά έχουν αναπτυχθεί με συνέπεια σε σχέση με τα γεγονότα και την ακολουθία αφήγησης.

Τα χαρακτηριστικά μπορούν να αποδειχθούν ένα αποτελεσματικό εργαλείο για να δώσουν εξέχουσα θέση και έμφαση σε συγκεκριμένες καταστάσεις.



# Τύποι χαρακτήρων

- Κύριοι χαρακτήρες: Ήρωας / πρωταγωνιστής, Αντι-ήρωας / ανταγωνιστής ήρωας
- Δευτερεύοντες χαρακτήρες: Υποστηρικτικοί ρόλοι (όπως οι βοηθοί / φίλοι του κύριου χαρακτήρα)



# Τα τέσσερα κριτήρια

- ✓ Λειτουργία
- ✓ Ιεραρχία
- ✓ Χαρακτηριστικά
- ✓ Αρχέτυπα



## Τα τέσσερα κριτήρια

- ✓ Λειτουργία: Ο ρόλος του χαρακτήρα στην ιστορία
- ✓ Ιεραρχία: Είναι ένας κύριος, δευτερεύων ή χαρακτήρας παρασκηνίου
- ✓ Χαρακτηριστικά: Οι διάφορες συμπεριφορές, οι πληροφορίες που δίνει το κοινό για αυτές και τα ειδικά, μοναδικά χαρακτηριστικά που τα χαρακτηρίζουν
- ✓ Αρχέτυπα: Ορίζουν τους βασικούς χαρακτήρες μιας ιστορίας



# Μοντέλα ιδιοσυγκρασίας

## Ταξινόμηση χαρακτήρων

# Μοντέλα ιδιοσυγκρασίας

- ❑ **Ο ήρωας** είναι το πρόσωπο στο οποίο βασίζεται η ιστορία, και γενικά έχει ένα αδύναμο σημείο, που ονομάζεται μοιραίο ελάττωμα, που συχνά τονίζεται κατά τη διάρκεια της ιστορίας και πρέπει να αντιμετωπίζει το θάνατο που επίσης κατανοείται με συμβολικό τρόπο. Ο ήρωας έχει τις ιδιότητες στις οποίες ο αναγνώστης ή ο θεατής τείνει να ταυτίζεται και καθοδηγείται από καθολικούς και πρωτότυπους τρόπους
- ❑ **Μέντορας**: οδηγός που βοηθά, εκπαιδεύει και διδάσκει τον ήρωα. Συχνά έχει ηρωικό παρελθόν και αναγνωρίζεται ως ηθική συνείδηση ή κώδικας συμπεριφοράς που παρακινεί τον πρωταγωνιστή και τον ωθεί προς τη σωστή κατεύθυνση.
- ❑ **Κηδεμόνας**: δοκιμάζει τον ήρωα δημιουργώντας δυσκολίες, προκειμένου να διερευνήσει τη θέλησή του. Προφανώς είναι εχθρός αλλά μπορεί επίσης να μετατραπεί σε σύμμαχο ή χαρακτήρα από τον οποίο ο πρωταγωνιστής απορροφά ενέργεια.
- ❑ **Herald**: επικοινωνεί την αρχή της περιπέτειας και την αιτία της, την αλλαγή που πρόκειται να φτάσει και την ανάγκη να ξεκινήσει ένα ταξίδι στον ήρωα. Στη δομή της ιστορίας, που αντιμετωπίζεται στις ακόλουθες παραγράφους αυτού του εγχειριδίου, ο εραστής θα συμπέσει με το προκλητικό περιστατικό, στην πραγματικότητα, δεν είναι σημαντικό ότι αυτός / αυτή / είναι χαρακτήρας, αλλά μπορεί επίσης να είναι αντικείμενο ή μια ενέργεια που προκαλεί την έναρξη του ταξιδιού.
- ❑ **Shapeshifter**: αλλάζει σχήμα ή κατάσταση, που γίνεται φίλος από εχθρό και αντίστροφα. Συχνά έχει τη λειτουργία της δημιουργίας αμφιβολιών και αγωνίας.
- ❑ **Σκιά** : ανταγωνιστής που πρέπει πάντως να δείχνει πάντα τα χαρακτηριστικά της ανθρωπότητας για να μην αναγνωρίζεται ως ένα απλώς κακό στερεότυπο. Είναι η σύγκρουση ή η σύγκρουση μεταξύ του ήρωα και της σκιάς που χρησιμεύει ως οδηγός της ιστορίας.
- ❑ **Ο Trickster** είναι ο ώμος του πρωταγωνιστή που είναι συχνά η πηγή ελαφρών εκδηλώσεων. Αυτός / αυτή / δημιουργεί ατυχίες και διεγείρει επίσης αρνητικές αλλαγές.



## Τα μέρη της ιστορίας

Το σκηνικό μιας ιστορίας αναπτύσσεται σε τέσσερις διαστάσεις: εποχή, διάρκεια, τοποθεσία και επίπεδο σύγκρουσης (McKee 2018).

**Εποχή:** Ο «χρόνος» της ιστορίας, που αντιπροσωπεύει μια χρονική τοποθεσία

**Διάρκεια:** Το μήκος, το οποίο διευκρινίζεται από τα γεγονότα που αφηγήθηκαν και την ανάπτυξη χαρακτήρων

**Τοποθεσία:** Φυσική διάσταση, χωρική τοποθεσία

**Επίπεδο σύγκρουσης:** Η τοποθεσία της ιστορίας σε σχέση με τους ανθρώπινους αγώνες / την κοινωνική πλευρά

# Τεχνικές σεναρίου

Χαρακτήρες + Σκηνικό

Η προσθήκη χαρακτήρων και σκηνικού μαζί είναι ζωτικής σημασίας για την ακολουθία των σκηνών που αποτελούν την πλοκή



The 5Ws: Αυτή είναι μια τεχνική που χρησιμοποιείται για την επεξεργασία άρθρων εφημερίδων

- **Who** Ποιος είναι ο πρωταγωνιστής
- **Where** Πού αυτός/ αυτή δρα
- **What** Τί κάνει
- **When** and **why** Πότε και γιατί το κάνει



## Τα 3Cs

Αναπτύσσεται μια περαιτέρω τεχνική (Engri, 2003) στην οποία πρέπει να ρωτήσετε:

- Character:** Ποιος είναι ο χαρακτήρας μας;
- Conflicts:** Ποια πρόκληση αντιμετωπίζουν;
- Conclusion:** Ποιο είναι το συμπέρασμα της ιστορίας;

# Τα πιο κοινά μοντέλα που χρησιμοποιούνται στην ανάπτυξη ιστοριών και χαρακτήρων

1ο μοντέλο: Η ιστορία σε τρεις πράξεις

2ο μοντέλο: Το ταξίδι του ήρωα

3ο μοντέλο: Μετασχηματισμένο τόξο του χαρακτήρα

Σε όλα τα μοντέλα, κάθε ιστορία ορίζεται από μια αρχή, η οποία ενεργοποιεί τη δράση μέσω του κινήτρου των χαρακτήρων, μιας εξέλιξης που εμπλουτίζει τα γεγονότα και μεταφέρει την ιστορία προς τα εμπρός, και ένα τέλος, όπου οι στόχοι του πρωταγωνιστή πρέπει να φτάσουν σε μια λύση, που μπορεί να είναι θετικό, αρνητικό ή ανοιχτό. Η κατάσταση στην οποία ξεκινά η ιστορία πρέπει πάντα να είναι διαφορετική από την κατάσταση στην οποία τελειώνει, ως απόδειξη του γεγονότος ότι υπήρξε μια αφηγηματική εξέλιξη (McKee 2018)



## Η ιστορία σε τρεις πράξεις

Στην πρώτη πράξη (incipit) παρουσιάζονται οι χαρακτήρες και το σκηνικό. Το κοινό αρχίζει να συναισθάνεται και αρχίζουν να συμβαίνουν μικρές συγκρούσεις.

Στη δεύτερη πράξη, οι συγκρούσεις αρχίζουν να αναπτύσσονται και δημιουργούνται νέες σειρές γεγονότων. Νέες καταστάσεις και δευτερεύοντα γεγονότα προκύπτουν και περιβάλλουν την κύρια ιστορία, ρίχνοντας τον πρωταγωνιστή στην πιο τεταμένη φάση της ιστορίας. Η δευτερεύουσα πράξη καταλήγει στο σημείο της μέγιστης τάσης, της κορύφωσης.

Στην τρίτη πράξη όλες οι συγκρούσεις τείνουν να επιλύονται. Το τέλος ξεδιπλώνεται σε αφηγηματικές στιγμές που αναγκάζουν τον πρωταγωνιστή να επιστρέψει στον συνηθισμένο κόσμο.

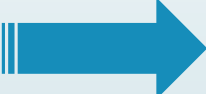
## Τρίτη πράξη: Αφηγηματικές στιγμές


Οι αφηγηματικές στιγμές που οδηγούν τον πρωταγωνιστή να επιστρέψει στον πραγματικό κόσμο μπορούν να συνοψιστούν στα ακόλουθα:

- 1) **Ο δρόμος προς τα πίσω:** Ο πρωταγωνιστής καταλαβαίνει ότι ο συνηθισμένος κόσμος αντιπροσωπεύει την πραγματικότητά του και αποφασίζει να αφήσει τον εξαιρετικό κόσμο πίσω, ξεφεύγοντας από εκείνους που θέλουν να πάρουν ό, τι έχουν αποκτήσει, λαμβάνοντας υποστήριξη από τους συμμάχους που βρέθηκαν στο δρόμο τους και τελικά φτάνοντας κατά την επίλυση της σύγκρουσης τους.
- 2) **Η ανάσταση των δύο κόσμων:** Η νέα δίκη του πρωταγωνιστή που χρησιμεύει ως καθαριστική πράξη και καταδεικνύει την αλλαγή και την επίτευξή τους στην επίλυση της σύγκρουσης.
- 3) **Η ανάλυση με το «ελιξίριο» ή την «ελευθερία να ζήσει»:** Το τέλος της ιστορίας. Χάρη σε όσα έχουν αποκτηθεί στο ταξίδι, την ανταμοιβή, το δώρο ή το ελιξίριο, ο κύριος χαρακτήρας επιλύει τη σύγκρουσή τους, φτάνοντας έτσι στο τέλος.




Το τέλος πρέπει να αντικατοπτρίζει την ατμόσφαιρα

Χαρούμενο τέλος  Το αφηγηματικό ταξίδι πρέπει να οδηγεί σε αυτό

Τραγικό τέλος  Το κείμενο / σενάριο πρέπει να προετοιμάσει το κοινό για αυτό το θλιβερό και δυσάρεστο τέλος

## Μερικές σημαντικές σημειώσεις για τη σύνταξη του τέλους, που αναφέρονται στο εγχειρίδιο...

- ❑ Αποσυνδέστε όλους τους κόμπους της ιστορίας μέσω αυτής της διαδικασίας που ονομάζεται *dénouement*. γράψτε ένα αξιόπιστο τέλος. Η αξιοπιστία επιτυγχάνεται μόνο με επαρκή προετοιμασία κατά τη διάρκεια της εργασίας
- ❑ Επεξεργαστείτε ένα τέλος που είναι συνεπές με το υπόλοιπο έργο, ακολουθώντας το στυλ και το είδος που ακολουθήθηκε κατά την αφήγηση
- ❑ Ορίστε ένα τέλος, ανοιχτό, με χαρούμενο ή αρνητικό τέλος, το οποίο πρέπει να συμβαδίζει με τον στόχο που έχει τεθεί στην αρχή της φάσης γραφής.



# Ενότητα 3

## Τεχνικά ζητήματα

# Τεχνικά ζητήματα

Ο σκοπός της ενότητας τεχνικών ζητημάτων σε αυτό το εγχειρίδιο είναι να επιλύσει επίμονα τα προβλήματα που ενυπάρχουν στην παραγωγή ψηφιακής αφήγησης. Θα συζητηθούν εργαλεία για την παραγωγή αντικειμένων πολυμέσων.

# Ο ρόλος των πολυμέσων στις μέρες μας

Η δημιουργία πολυμέσων και ψηφιακών προϊόντων αποτελεί το θεμελιώδες σημείο για την παραγωγή επιτυχημένου ψηφιακού υλικού αφήγησης. Σήμερα τα πολυμέσα χρησιμοποιούνται ευρέως σε σύγκριση με το παρελθόν, αυτό οφείλεται επίσης στην έντονα αναπτυσσόμενη τεχνολογία. Υπάρχουν πολλά εργαλεία για την παραγωγή περιεχομένου πολυμέσων που καθιστούν τη διαδικασία δημιουργίας περιεχομένου πολυμέσων απλή και άμεση.

# Πολυμέσα

Τα πολυμέσα είναι περιεχόμενο που χρησιμοποιεί συνδυασμό διαφορετικών μορφών περιεχομένου όπως κείμενο, ήχος, εικόνες, κινούμενα σχέδια, βίντεο και διαδραστικό περιεχόμενο. Ο όρος αποτελείται από τους λατινικούς όρους multi- και media και εξαπλώθηκε στα τέλη της δεκαετίας του '80 και στις αρχές της δεκαετίας του '90.

Αναφέρονται σε:

- Κινούμενες εικόνες
- Στατικές εικόνες
- Μουσική
- Κείμενα



## Αντικείμενα πολυμέσων

- ❑ Παραδοσιακές μορφές: Τα πολυμέσα ορίζονται συνήθως ως CD-Roms και / ή DVD στα οποία οι εικόνες, το κείμενο και οι ήχοι, σε συνδυασμό, δημιούργησαν μια μοναδική υποστήριξη για "ανάγνωση" μόνο σε υπολογιστή
- ❑ Σύγχρονες μορφές: Τα πολυμέσα δεν προορίζονται πλέον να είναι ένα περιεχόμενο που συνδέεται με έναν μόνο τύπο υποστήριξης, αλλά μια χρήσιμη, ευέλικτη και τροποποιήσιμη πληροφορία οπουδήποτε και σε διαφορετικές συσκευές, από τον υπολογιστή έως το tablet, το smartphone ή τον διαδραστικό πίνακα

## Διαδραστικότητα

Το Διαδίκτυο και η μεγαλύτερη ικανότητα διαχείρισης περιεχομένου πολυμέσων έχουν μετατρέψει τους προσωπικούς υπολογιστές σε συσκευές ικανές να μετατραπούν σε τηλεόραση, ραδιόφωνο, τηλέφωνο, βιβλίο, κάμερα κ.λπ.

Μερικές φορές ο όρος πολυμέσα συγχέεται με τη διαδραστικότητα. Αυτό οφείλεται στην προοδευτική αλληλεπικάλυψη μεταξύ των πολυμέσων και της εγγενούς αλληλεπίδρασης των νέων συσκευών πολυμέσων, οι οποίες είναι όλο και περισσότερο ικανές να μιμηθούν την επικοινωνιακή αλληλεπίδραση μεταξύ των συνομηλίκων

## Τα πολυμέσα δημιουργούν ένα ζωντανό περιβάλλον

- ❑ **Υπερκειμενικότητα:** Αυτό είναι ένα χαρακτηριστικό ενός εγγράφου που χρησιμοποιεί τη δομή του υπερκειμένου. Τα "υπερμέσα" χρησιμοποιούνται για να δείξει με μεγαλύτερη ακρίβεια τη συγχώνευση περιεχομένων πολυμέσων σε μια υπερκειμενική δομή.
- ❑ **Μάθηση και διδασκαλία:** Η χρήση περιεχομένου πολυμέσων δημιουργεί πραγματικούς μετασχηματισμούς στην κατανόηση, τη μετάδοση και την οργάνωση πληροφοριών τόσο στους εκπαιδευτικούς όσο και στους μαθητές. Τα πολυμέσα προωθούν τη συναρπαστική μάθηση. Οι νέοι ζουν σε ένα υγιές περιβάλλον, που χαρακτηρίζεται από το σύστημα πολυμέσων (τηλεόραση, ραδιόφωνο, smartphone ...), επομένως μαθαίνουν πολύ συχνά ακόμη και χωρίς να γνωρίζουν μέσω της συμμετοχής και της ανταλλαγής περιεχομένου ήχου / βίντεο



# Μεθοδολογίες

- Εντοπισμός πολυμέσων και οπτικοακουστικού περιεχομένου
- Ψηφιακή μουσική σημειογραφία
- Επεξεργασία σήματος ήχου
- Επεξεργασία ψηφιακής εικόνας
- Ψηφιακή επεξεργασία βίντεο

# Μεθοδολογίες

Έντοπισμός πολυμέσων και οπτικοακουστικού περιεχομένου: σύνολο τεχνικών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή οπτικοακουστικών προϊόντων (ταινίες, ντοκιμαντέρ, τηλεοπτικές σειρές, εκπομπές) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ομιλητές άλλων γλωσσών εκτός της γλώσσας προέλευσης. Οι κύριες μέθοδοι είναι:

**Μεταγλώττιση**

**Υποτιτλισμός**

# Εντοπισμός πολυμέσων

## Μεταγλώττιση

Ο όρος καθορίζει την τεχνική διαδικασία με την οποία το πρωτότυπο soundtrack αντικαθίσταται στα οπτικοακουστικά προϊόντα. Η μεταγλώττιση ενός περιεχομένου πολυμέσων είναι πάντα μια περίπλοκη και δυνητικά αμφιλεγόμενη λειτουργία: η δυσκολία διατήρησης της έννοιας, του στυλ και των αποχρώσεων της αρχικής έκδοσης. Οι τεχνικές μετάφρασης με στόχο τη μεταγλώττιση δεν αποτελούν εξαίρεση, πράγματι παρουσιάζουν ορισμένα προβληματικά στοιχεία που είναι διαφορετικά από αυτά που συναντώνται, για παράδειγμα, στη μετάφραση ενός βιβλίου.

# Εντοπισμός πολυμέσων

## Υποτιτλισμός

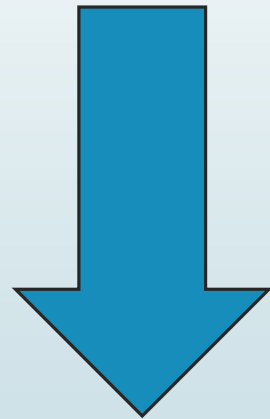
Ο υπότιτλος είναι μια τεχνική που συνίσταται στο να εμφανίζονται τα κείμενα διαλόγου σε διαφορετική γλώσσα από την αρχική, ενώ το προϊόν παραμένει αμετάβλητο. Αυτή η τεχνική χρησιμοποιείται στον κινηματογράφο, την τηλεόραση και το θέατρο. Ο υπότιτλος μπορεί να είναι γλωσσικός, δηλαδή περιλαμβάνει τη μετάφραση του λεκτικού περιεχομένου ενός οπτικοακουστικού περιεχομένου σε διαφορετική γλώσσα ή ενδογλωσσολογικός: υπότιτλος του οπτικοακουστικού περιεχομένου στην ίδια γλώσσα. Αν και έχει μερικά μειονεκτήματα όσον αφορά το συγχρονισμό και τα πιθανά γραμματικά σφάλματα, ο υπότιτλος μπορεί επίσης να είναι ταυτόχρονος ή σε πραγματικό χρόνο, συχνά εφαρμόζεται σε θορυβώδη περιβάλλοντα για να κάνει τους χρήστες να απολαμβάνουν περιεχόμενο πολυμέσων.

## Ψηφιακή μουσική σημειογραφία

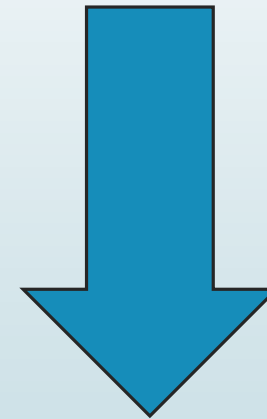
Με την έλευση της τεχνολογίας, εκτός από τη δυνατότητα σύνταξης κειμένων σε φυσική γλώσσα, έχει επίσης εξαπλωθεί η δυνατότητα διαχείρισης της αυτόματης σύνταξης μουσικών φύλλων. Η ψηφιακή παρτιτούρα είναι τεχνολογία για την αναπαράσταση και προβολή της μουσικής σε μορφή αναγνώσιμη από υπολογιστή. Με την εμφάνιση αρκετών τεχνολογικών καινοτομιών, η μουσική εξελίχθηκε σε διάφορα στάδια σε αυτό που επρόκειτο να ονομαστεί ψηφιακή μουσική.



## Τα κυριότερα λογισμικά



Music sheet editor



Optical Music Recognition



## Τα οφέλη από τη χρήση λογισμικού

- ✓ Σύνταξη μουσικών φύλλων
- ✓ Αυτόματη εξαγωγή οργάνικών μερών από μουσικά φύλλα
- ✓ Επεξεργασία φύλλων μουσικής
- ✓ Αναπαραγωγή φύλλων μουσικής χρησιμοποιώντας τη μορφή MIDI
- ✓ Εξαγωγή των φύλλων μουσικής στις κύριες μορφές ήχου
- ✓ Εκτύπωση φύλλων μουσικής

## Επεξεργασία σήματος ήχου

Η επεξεργασία σήματος ήχου είναι η τεχνική που περιγράφει τη διαδικασία της ψηφιακής επεξεργασίας ηχητικών σημάτων ξεκινώντας από την αναλογική τους μορφή και το αντίστροφο. Σε ορισμένα πλαίσια, ερμηνεύεται επίσης ως διαδικασία χειρισμού τους. Η επεξεργασία σήματος ήχου εισήχθη με τα πρώτα συστήματα ραδιοφωνικής μετάδοσης που ξεκινούν από τη δεκαετία του 1980, όταν η ψηφιακή επικοινωνία υπερिशύει της αναλογικής επικοινωνίας. Με αναλογικό σήμα ήχου, εννοούμε ένα συνεχές (και όχι διακριτό) μεταβλητό σήμα το οποίο είναι η αναπαράσταση ενός ακουστικού σήματος που είναι ηχητική πληροφορία και διαδίδεται με συμπίεση και αραιού αέρα.

## Επεξεργασία σήματος ήχου

Εκτός από τον εξοπλισμό υλικού υπάρχει ένας αριθμός λογισμικού που χρησιμοποιείται για να επιτρέπει και να εκτελεί επεξεργασία ήχου. Πιο συγκεκριμένα:

- ✓ Ολίσθηση: συγχρονισμός χρόνου
- ✓ Διαχωρισμός: υποδιαίρεση
- ✓ Αποκοπή, αντιγραφή, επικόλληση: διαγραφή, αντιγραφή, επικόλληση
- ✓ Fade in - out: σταδιακή αλλαγή του όγκου
- ✓ Crossfading: fade-in και συνεχόμενα out

# Ψηφιακή επεξεργασία εικόνων

Η επεξεργασία ψηφιακής εικόνας περιλαμβάνει τη χρήση αλγορίθμων που χρησιμοποιούν επεξεργασία ψηφιακού σήματος για την τροποποίηση μιας ψηφιακής εικόνας. Αυτοί οι αλγόριθμοι, ξεκινώντας από pixel εικόνας, επιστρέφουν σε μια τροποποιημένη εικόνα ή ένα αριθμητικό ή πίνακα δεδομένων αντιπροσωπευτικό ενός συγκεκριμένου χαρακτηριστικού της εικόνας εισαγωγής. Αυτές οι λειτουργίες μπορούν να πραγματοποιηθούν με εντελώς αυτόματο τρόπο ή με συνεχή αλληλεπίδραση με τον χρήστη.

Ο πιο γνωστός τύπος επεξεργασίας ψηφιακών εικόνων είναι η επεξεργασία φωτογραφιών, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί χρησιμοποιώντας ειδικό λογισμικό. Η επεξεργασία εικόνων συνίσταται στην αλλαγή της αρχικής εικόνας ή σε έναν στοιχειώδη τρόπο, για παράδειγμα κάνοντάς την πιο φωτεινή ή κόβοντας τα περιθώριά της, είτε με βαθύτερο τρόπο αφαιρώντας ή προσθέτοντας πράγματα ή άτομα ή αλλάζοντας λεπτομέρειες.


## Ψηφιακή επεργασία βίντεο

Η επεξεργασία βίντεο είναι μια συγκεκριμένη περίπτωση επεξεργασίας σήματος, ιδίως επεξεργασίας εικόνας, η οποία χρησιμοποιεί συχνά φίλτρα βίντεο και όπου τα σήματα εισόδου και εξόδου είναι αρχεία βίντεο ή ροές βίντεο. Οι τεχνικές επεξεργασίας βίντεο χρησιμοποιούνται σε τηλεοράσεις, βίντεο, DVD, κωδικοποιητές βίντεο, συσκευές αναπαραγωγής βίντεο, συσκευές κλιμάκωσης βίντεο και άλλες συσκευές.

## Μη γραμμικά & γραμμικά συστήματα επεξεργασίας

- ❑ Μη γραμμική επεξεργασία: Η μορφή επεξεργασίας ήχου, βίντεο και εικόνας κατά την οποία το αρχικό περιεχόμενο δεν τροποποιείται κατά τη διάρκεια της επεξεργασίας. Αντ' αυτού οι τροποποιήσεις καθορίζονται και τροποποιούνται από εξειδικευμένο λογισμικό
- ❑ Γραμμική επεξεργασία: Συνδέεται με την ανάγκη προβολής διαδοχικών ταινιών ή ταινιών

Το μη γραμμικό σύστημα επεξεργασίας είναι πλεονεκτικότερο από το γραμμικό, δεδομένου ότι επιτρέπει την άμεση πρόσβαση σε οποιοδήποτε πλαίσιο βίντεο, σε ένα ψηφιακό βίντεο κλιπ, χωρίς να χρειάζεται αναπαραγωγή ή μεταφορά, όπως είναι απαραίτητο με τη γραμμικά συστήματα επεξεργασίας.



Οι μεθοδολογίες δημιουργίας περιεχομένου πολυμέσων έχουν πολλά οφέλη και αντιπροσωπεύουν ένα ουσιαστικό και θεμελιώδες εργαλείο για την ψηφιακή αφήγηση και, ως εκ τούτου, ενθαρρύνουν την εμπλοκή των χρηστών



## Προτάσεις για παραγωγή βίντεο

- Βρείτε μια καλή κάμερα.** (Μια φωτογραφική μηχανή 8 megapixel ή καλύτερη θα τελειοποιήσει τη δουλειά σας)
- Επιλέξτε μια καλή τοποθεσία.** Βρείτε ένα μέρος βρείτε ένα μέρος με καλό φωτισμό. Κάπου έξω, ένα δωμάτιο με πολλά παράθυρα ή ένα δωμάτιο με καλά φώτα. Αποφύγετε σκοτεινά δωμάτια ή δωμάτια με μία μόνο πηγή φωτός.
- Βρείτε καλή γωνία.** Πιθανότατα πρέπει να τοποθετήσετε την κάμερα στο ύψος του ώμου ή πάνω. Εάν γυρίζετε ένα στατικό βίντεο, μια καλή λήψη συνήθως έχει τους ώμους του χαρακτήρα κοντά στη μέση και τη μέση ή τα γόνατά τους στο κάτω μέρος. Πάντα να κάνετε ένα σύντομο δοκιμαστικό βίντεο πριν από την εγγραφή του περιεχομένου. Εάν θέλετε να γίνετε φανταχτερός προσθέστε πολλές κάμερες κάθε εγγραφή από διαφορετικές πλευρές.
- Μιλήστε ξεκάθαρα:** Αν μιλάτε για ένα θέμα, να ξέρετε για τι μιλάτε. Εάν είναι πραγματική ομιλία, δημιουργήστε ένα σενάριο με κουκκίδες. Εξασκηθείτε στην ηχογράφηση για να καταφέρετε να είστε δυνατοί και να μην τραυλίζετε. Εκτός αν είστε ταλαντούχος ομιλητής, θα το χάσετε.

## Προτάσεις για παραγωγή βίντεο

- ❑ **Να είσαι ζωντανός!** Δράστε σαν να μιλάτε σε κάποιον. Μην διαβάσετε το σενάριό σας, απλώς σημειώστε τα κύρια σημεία. Μην κοιτάτε την κάμερα ή κανένα μεμονωμένο αντικείμενο. Ακόμα κι αν μείνετε στραμμένοι προς την κάμερα, αλλάξτε το βάρος σας, χρησιμοποιήστε περιορισμένες χειρονομίες χεριών, μιλήστε με περισσότερα από μονοτονικά και χρησιμοποιήστε το πρόσωπό σας για να ενισχύσετε τα λόγια σας. Αν είναι δυνατόν, προσθέστε αστεία, ακόμα κι αν είναι αστεία
- ❑ **Ανεβάστε το για επεξεργασία.** Εάν βρίσκεται σε τηλέφωνο, ανεβάστε το στο YouTube. Θα χρειαστείτε έναν λογαριασμό Google ή Gmail για να ανεβάσετε, αλλά είναι εύκολο (και δωρεάν) να εγγραφείτε. Μπορείτε να κάνετε τα βίντεο ιδιωτικά ή δημόσια αν θέλετε να τα κρατήσετε μόνοι σας ή να τα μοιραστείτε. Εάν το τηλέφωνο / η κάμερα δεν είναι σε θέση, αντιγράψτε το στον υπολογιστή σας και επεξεργαστείτε το.
- ❑ **Κάντε σύντομα κλιπ.** Εκτός αν υπάρχει αδιάσπαστος διάλογος ή μια σκηνή που πρέπει να είναι ενιαία, κόψτε το. Αλλάζετε τη λήψη σας κάθε 1-10 δευτερόλεπτα. Αυτό μπορεί να ακούγεται ακραίο, αλλά είναι πολύ σημαντικό. Χρησιμοποιήστε αυτό για να αποκόψετε τυχόν σφάλματα ή σημεία που δεν διαθέτουν περιεχόμενο στο βίντεό σας.
- ❑ **Χρησιμοποιήστε απλές μεταβάσεις.** Μην χρησιμοποιείτε ανατροπή, περιστροφή, περιστροφή, θρυμματισμό, τήξη, ζουμ ή με δυσάρεστες κινούμενες εικόνες. Παρόλο που μπορεί να φαίνονται ωραία, δεν θα κάνουν το βίντεό σας να φαίνεται έτσι.
- ❑ **Προσθέστε εφέ και φίλτρα.** Ελέγξτε εάν το βίντεό σας πρέπει να είναι πιο φωτεινό ή πιο αχνό, περιστρεφόμενο, σταθεροποιημένο ή έχει ήχο σίγασης για ορισμένα κλιπ

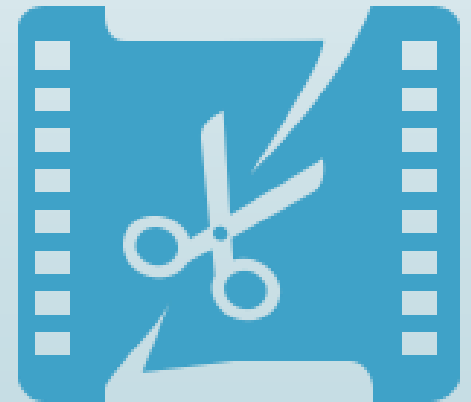
# Δωρεάν εργαλεία για παραγωγή βίντεο

## Μουσική

- Creative Commons on Youtube
- Studio Youtube ([studio.youtube.com](https://studio.youtube.com) - «audio library section» - you should create an account and your personal channel)
- Epidemicsound ([epidemicsound.com](https://epidemicsound.com) - you should create an account)
- Freesound ([freesound.org](https://freesound.org) - you should create an account)

## Εικόνες

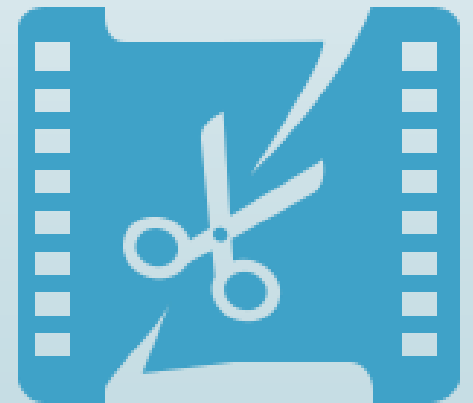
- Unsplash ([unsplash.com](https://unsplash.com))
- piXa bay ([pixabay.com/](https://pixabay.com/))
- Wikimedia ([commons.wikimedia.org/](https://commons.wikimedia.org/))
- Freepik ([freepik.com/](https://freepik.com/))
- Pexels ([pexels.com/](https://pexels.com/))



## Δωρεάν εργαλεία για παραγωγή βίντεο

### Επεξεργασία

- ❑ Apple – Clips
- ❑ Android - Youcut video editor
- ❑ Blender ([www.blender.org](http://www.blender.org))
- ❑ Video suite ([movavi.com/](http://movavi.com/))
- ❑ Headliner (<https://www.headliner.app/>)



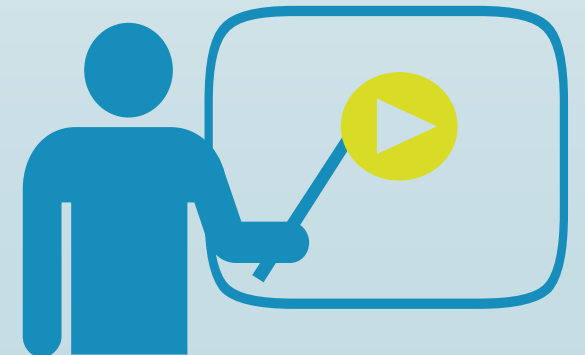
## Η παρουσίαση της ψηφιακής ιστορίας

**Μέθοδος:** άμεση

**Αριθμός συμμετοχών:** 10-50 και άνω (προτείνεται)

**Θέμα:** Εισαγωγή του βίντεο στην τάξη από έναν από τους ηθοποιούς, κοινή χρήση βίντεο, αξιολόγηση βίντεο

**Χρόνος:** 1-2 ώρες





## Άλλα εργαλεία

- \* Use Virtual maps
- \* Tour Creator
- \* Ρtqui για τη δημιουργία 360° πανοραμάτων
- \* Web 3D Repository
- \* Ψηφιακή Φωτομετρία

## Εργαλεία για να δημιουργήσετε ένα DIGITAL STORYBOARD στο διαδίκτυο

- [https://www.canva.com/it\\_it/creare/storyboard/](https://www.canva.com/it_it/creare/storyboard/)
- <https://www.storyboardthat.com/it/storyboard-creatore>
- <https://theplot.io>





# Ενότητα 4

Μελέτη περίπτωσης: Εφαρμογή επαυξημένης  
πραγματικότητας για επίσκεψη σε ρωμαϊκή βίλα



## Τα κριτήρια για την επιλογή της μελέτης περίπτωσης

- ✓ Εφαρμογή στα περισσότερα περιουσιακά στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς (αρχαιολογικοί χώροι και αντικείμενα, μνημεία και ιστορικά κτίρια κ.ο.κ.).
- ✓ Τυποποίηση των ροών εργασίας για τη μεγιστοποίηση της συμβατότητας, της διαλειτουργικότητας, της επαναληψιμότητας ή της ποιότητας.
- ✓ Ευκολία υλοποίησης και ανάπτυξης.
- ✓ Χαμηλό κόστος. Αυτό είναι θεμελιώδες όταν εργάζεστε με μικρά ιδρύματα, μικρά μουσεία με πολύ περιορισμένο προϋπολογισμό.
- ✓ Προστιθέμενη αξία που δίνουν αυτά τα έργα σε αρχαιολογικούς χώρους



# Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν

- ✓ Ψηφιακή φωτογραμμετρία
- ✓ Εικόνες που δημιουργούνται από υπολογιστή
- ✓ Καταγραφή κίνησης
- ✓ Οπτικοακουστική επεξεργασία
- ✓ Επαυξημένη πραγματικότητα
- ✓ Πανοραμικές παραστάσεις 360 μοιρών

## Εφαρμογή επαυξημένης πραγματικότητας για να επισκεφθείτε μια Ρωμαϊκή Βίλα

Ο ρωμαϊκός αρχαιολογικός χώρος Villa El Palmeral βρίσκεται στην αρχαία ρωμαϊκή πόλη γνωστή ως Portus Illicitanus, ένας λιμενικός οικισμός που συνδέεται με τη γειτονική πόλη Elche (Αλικάντε της Ισπανίας), την αρχαία ρωμαϊκή αποικία του Ilici Augusta. Ήταν ένα από τα πιο σημαντικά λιμάνια της ρωμαϊκής ιβηρικής ακτής και ο αστικός πυρήνας του αντιστοιχεί στην τρέχουσα πόλη της Σάντα Πόλα.



# Ο στόχος

- Διατήρηση και διάδοση της αρχαιολογικής κληρονομιάς
- Εμπλουτισμός την προσφορά της πόλης
- Εισαγωγή βασικών στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς

## Το κανάλι διανομής

Επιλέχθηκε ένα υβριδικό μοντέλο διανομής στο οποίο οι χρήστες μπορούν να κατεβάσουν ελεύθερα την εφαρμογή από τα καταστήματα εφαρμογών Apple και Android χρησιμοποιώντας τις δικές τους συσκευές, ενώ ομάδες επισκεπτών μπορούν να κάνουν κράτηση για ξενάγηση κατόπιν αιτήματος. Σε αυτήν την περίπτωση, ένας ειδικός μουσείου που εκπαιδεύεται στη χρήση της εφαρμογής θα οδηγήσει μια περιήγηση στη Ρωμαϊκή Βίλα χρησιμοποιώντας το iPad, βοηθώντας τους επισκέπτες με τυχόν επιπλέον ερωτήσεις που μπορεί να προκύψουν κατά την επίσκεψη.

## Το συμπέρασμα της μελέτης περίπτωσης

Οι εφαρμογές που επιτρέπουν την επίσκεψη σε έναν αρχαιολογικό χώρο μέσω της συνδυασμένης χρήσης του Augmented Reality και των πανοραμικών 360 μοιρών αποτελούν προϊόν χαμηλού κόστους, όχι πολύ περίπλοκο από τεχνική άποψη και πολύ αποτελεσματικό σε σχέση με το επίπεδο ικανοποίησης που προσφέρει στους χρήστες και τους επισκέπτες. Είναι ανοιχτά, βαθμιαία και αρθρωτά οικοσυστήματα που μπορούν να εμπλουτιστούν ανά πάσα στιγμή προσθέτοντας απρόσκοπτα νέα σημεία επαυξημένης πραγματικότητας στον αρχαιολογικό χώρο, νέα περιεχόμενα ή πιο περίπλοκες αφηγήσεις.

## Τα κύρια πλεονεκτήματα των εικόνων 360 μοιρών

- ❑ Είναι πιο εύκολο να εφαρμοστούν.
- ❑ Δίνει στους χρήστες περισσότερη ελευθερία να περιστρέφονται στον εαυτό τους (λαμβάνοντας τη σήμανση - ενεργοποίηση ως αναφορά) και δείτε το περιεχόμενο που δημιουργείται γύρω τους, όχι μόνο εκείνα τα υπολείμματα που βρίσκονται ακριβώς μπροστά τους.
- ❑ Η ταχύτητα με την οποία ο χρήστης περιστρέφει τη συσκευή δεν αποτελεί πρόβλημα, η εικόνα 360 μοιρών θα εμφανιστεί ακόμη και αν κάνουμε ξαφνικές κινήσεις. Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο εάν ο χρήστης είναι παιδί ή άτομο με λίγη γνώση αυτού του τύπου τεχνολογίας.
- ❑ Δεδομένου ότι αυτό που ο χρήστης θα αντιληφθεί είναι μια απόδοση (εικόνα), δεν υπάρχει περιορισμός πολυγώνων ή μεγέθους υφής κατά την προηγούμενη φάση μοντελοποίησης και υφής 3D. Για τον ίδιο λόγο, ο χρόνος που αφιερώνεται στην τρισδιάστατη βελτιστοποίηση κατά το στάδιο της παραγωγής μειώνεται δραστικά.
- ❑ Όσον αφορά τα περιεχόμενα πολυμέσων και CGI, στην οθόνη μπορούν να εμφανίζονται εικόνες 360 μοιρών, αλλά και βίντεο και κινούμενες εικόνες 360 μοιρών.

# Παράρτημα

Σε αυτό το μέρος του εγχειριδίου, οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να βρουν λεπτομέρειες σχετικά με τα αρχέτυπα, τους χαρακτήρες, τις ρυθμίσεις και τα πιο χρησιμοποιημένα μοντέλα ανάπτυξης ιστοριών.

Ειδικότερα:

Παράρτημα 1: Παραδείγματα αρχέτυπων

Παράρτημα 2: Φύλλο σχεδιασμού χαρακτήρων

Παράρτημα 3: Παραδείγματα ρυθμίσεων και περιβαλλόντων

Παράρτημα 4: Ιστορίες που υιοθέτησαν τα πιο χρησιμοποιημένα μοντέλα, πρότυπο για ψηφιακές ιστορίες, πρότυπο για την εκπαίδευση ταινιών

Σε κάθε παράρτημα, προσφέρονται δραστηριότητες για περαιτέρω πρακτική



# Συμπέρασμα

Αυτό το εγχειρίδιο προσπάθησε να δώσει πληροφορίες σχετικά με το θέμα σύμφωνα με τις οδηγίες που δίνονται. Προσπαθήσαμε να δείξουμε την αξία των ιστοριών ως εργαλείο προώθησης για στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα παραδείγματα και οι δραστηριότητες που προσφέρονται μαζί με τη θεωρία δημιουργούν ένα ενδιαφέρον περιβάλλον για τους εκπαιδευόμενους και να αρχίσουν να χρησιμοποιούν τη δύναμη των δυνατών και αυθεντικών ιστοριών.



Ευχαριστούμε για την προσοχή σας!



This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.