

tourism 4.0

managing
tourist flows

ENRICHED
TOURISM
EXPERIENCE

Dr. Urška Starc-Peceny
in Matevž Straus
Januar, 2020

personalised
experience

boosting positive tourism impact

Program prvega usposabljanja: Konceptualizacija

9.00	Registracija
9.30	Informacije o razpisu, turizem za prihodnost in dediščina pred izzivom
10.00	Proces digitalnega inoviranja ter ciljne publike, enote kulturne dediščine in digitalna izkušnja
13.00	Odmor
13.30	Pregled trenutnega stanja po destinacijah
14.30	Nadaljnji koraki ter vprašanja in odgovori
15.00	Zaključek

Delovni list št. 1: Ciljne publike za izkušnjo

Delovni list št. 2: Enote kulturne dediščine

Delovni list št. 3: Izkušnja

9.30 – 10.00:

Informacije o razpisu, turizem za
prihodnost in dediščina pred izzivom



I FEEL
SLOVENIA

A woman with long brown hair is seen from behind, holding a smartphone to take a photo of a painting. The painting, which is the subject of the photo, depicts a woman in a dark dress with a white ruffled collar, holding a small white cup and a plate. The painting is in a large, ornate gold frame. The background is a light-colored wall.

**Javni razpis za dvig kompetenc vodilnih
turističnih destinacij in razvoj turistične
ponudbe v vodilnih turističnih destinacijah v
letih 2020 in 2021**

- **VREDNOST JR: 5.480.000 EUR**
- **35 vodilnih destinacij**
- **FOKUS – PREDMET JR:**
 - **razvoj**
 - **digitalizacija kulturne dediščine**
 - **usposabljanja zaposlenih v gostinstvu in turizmu**

DIGITALNO INOVIRANJE KULTURNE DEDIŠČINE

Cilj JR: Slovenija bo postala vodilna država v Evropi, ki bo s sistematičnim digitalnim inoviranjem kulturne dediščine ustvarila unikatna turistična doživetja

*Slovenija podpisnica Deklaracije o sodelovanju na področju napredne digitalizacije kulturne dediščine
(26 evropskih držav, 9.4.2019)*

DIGITALNO INOVIRANJE KULTURNE DEDIŠČINE

POGOJ:

- **vsaj tri enote nepremične materialne kulturne dediščine** (ZVKD-1), vpisane v Register nepremične kulturne dediščine (<http://giskd2s.situla.org/rkd/Zacetek.asp>),
- **vsaj ena enota tekom izvajanja projekta oblikovana v 5-zvezdično doživetje**
- v primeru izjemne naravne dediščine (npr. Postojnska jama ipd.) na ravni vodilne destinacije, lahko vodilne destinacije ob utemeljitvi in predhodnem soglasju MGRT vključijo tudi enote naravne dediščine.
- **NUJNO: tesno sodelovanje s pristojno državno institucijo za izvajanje ukrepov varstva kulturne dediščine** (Zavod za varstvo KD, državni oziroma pooblaščen muzeji, Narodna ali univerzitetne knjižnice, državni zavodi s pristojnostjo varstva snovne in nesnovne dediščine),
- **Digitalni zapisi dani v uporabo MGRT, STO in MK** za nadaljnjo uporabo v promociji kulturnega turizma in slovenske kulture.

UPRAVIČENI STROŠKI

- **sodelovanje s področnimi strokovnjaki in strokovnimi združenji** (npr. etnologi, rokodelci, arhitekti, strojniki ...),
- stroški **priprav** na digitalizacijo (ogled prostora, scenarij, snemalna knjiga ipd..),
- **stroški digitalizacije enot kulturne dediščine** (360° fotografiranje, 360° video snemanje, montaža, postprodukcija, snemanje zvoka, obdelava zvoka, visokoločljivostno skeniranje, visokoločljivostno fotografiranje, 3D skeniranje, 3D obdelava 3D modelov, izdelava 3D modelov iz načrtov/skic, fotogrametrija, video snemanje, video montaža, video postprodukcija ...),



Augmented reality applications



Virtual tours with 3D objects



VR games



Holograms



Interactive table with 3D objects

- stroški **3D rekonstrukcij na video ali 360°, simulacije delne rekonstrukcije** (manjkajoči/porušeni/načrtovani elementi),
- stroški **3D tiska** in izdelave nadomestnih oglednih kopij na osnovi digitaliziranega gradiva,
- stroški razvoja novih digitalnih rešitev za uporabo digitalizirane kulturne dediščine v turistične namene,
- ...
- **spletne in mobilne aplikacije** z zaokroženimi elementi naravne in kulturne dediščine z uporabo virtualne ali obogatene resničnosti ali 360° fotografij/posnetkov.



3D print of souvenirs



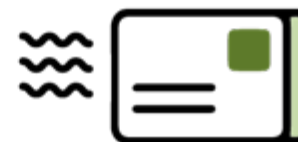
Film with 3D objects



VR-360° film with 3D objects



3D film



Virtual souvenirs

Izvedba delavnic (6) o digitalnem inoviranju kulturne dediščine

- **Izvajalec: MGRT + podjetje Arctur**
- **Digitalno inoviranje mora biti skladno s Smernicami za zajem, dolgotrajno ohranjanje in dostop do kulturne dediščine v digitalni obliki**
- **Priročnik Digitalno inoviranje kulturne dediščine**

*Končni nabor kulturne dediščine za digitalizacijo pripravi upravičenec (po izvedenem izobraževanju, ki ga bo izvedlo MGRT) in ga pred izvedbo digitalizacije **POTRDI MGRT V SODELOVANJU Z MK.***

Arctur

Kjer se ustvarjalnost sreča z izkušnjami.

- 25+ let staro podjetje z navdušenjem in energijo zagonskega podjetja
- organizacijska kultura inoviranja in visokotehnološkega razvoja
- največji superračunalnik v zasebni lastni v CEE regiji
- mednarodna mreža poslovnih in raziskovalno-razvojnih partnerjev
- letno investiranje v R&R aktivnosti >30%
- lasten inkubator; pristop oblikovalskega/umetniškega razmišljanja



Turizem 4.0

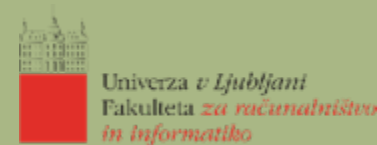
Raziskovalno razvojna ekipa

Dr. Urška Starc Peceny
Dr. Hrvoje Ratkajec
Dr. Vesna Kuralt
Dr. Jurij Urbančič
Matevž Straus
Andrej Košiček
Simon Mokorel
Tomislav Šubić
Tomi Ilijaš
Samo Eržen
Alenka Vavroš
Tomaž Kalin
Martina Murovec
Tjaša Zornik
Dr. Dejan Križaj
Dr. Emil Juvan
Miha Lesjak
Peter Kopic
Jasna Vuković..

ARCTUR



Dr. Tomaž Curk
Dr. Marko Bajec
Dr. Blaž Zupan
Dr. Damjan Vavpotič
Dr. Dejan Lavbič
Ajda Pretnar
Martin Stražar
Marko Toplak
Tomaž Hočevar
Dr. Boštjan Brumen
Dr. Tanja Lešnik Štuhec
Tjaša Alegro
Vita Petek
Nejc Pozvek
Mateja Kuntarič





“ Z inovativno uporabo novih tehnologij
spreminjamo dožemanje turizma
in njegovega učinka.





Učinki turizma Turistični tokovi Personalizirana izkušnja



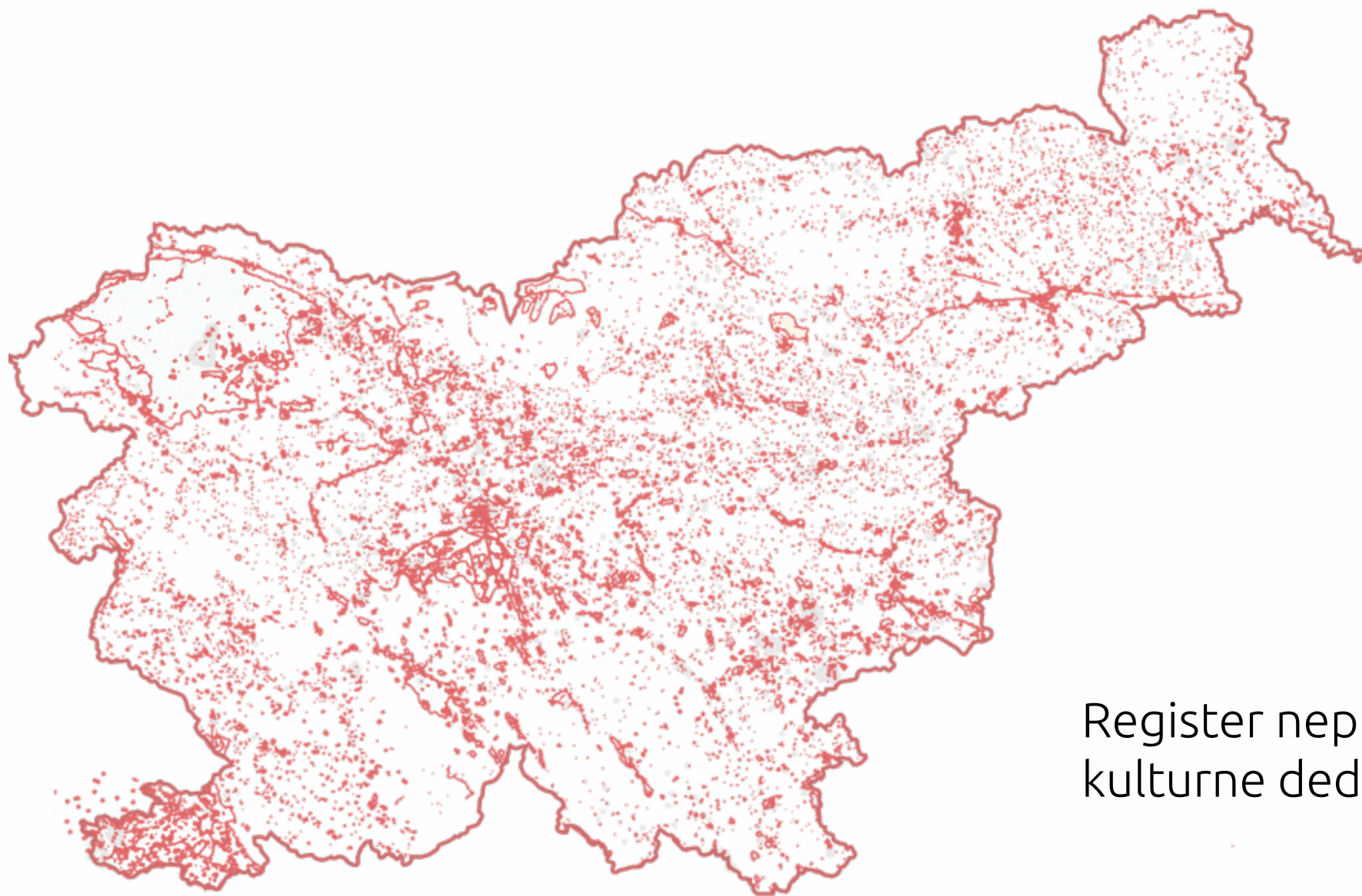


DIGITALNO INOVIRANJE KULTURNE DEDIŠČINE

Priročnik za turistične destinacije

Vabljeni k pregledu!





Register nepremične
kulturne dediščine



Kot del 5- zvezdičnega doživetja

t.j. 5-zvezdičnega turističnega produkta

3D film



Interaktivna miza s 3D objekti



3D tisk spominkov



Virtualni suvenirji



VR 360° Film s 3D objekti



Virtualni sprehod s 3D objekti



Aplikacija obogatene resničnosti



Hologram



»Immersion room«



VR igre



Primeri digitalnega inoviranja KD že obstajajo



Igrani video s simulirano rekonstrukcijo gradu Rihemberk, Branik



AR izkušnja v Žički kartuziji, Slovenske Konjice



Regijski promocijski center EXPANO, Murska Sobota



Virtualni muzej rudarstva 4. dritl, Trbovlje



VR in AR izkušnja na Starem gradu, Celje



Pobeg iz rudnika, Trbovlje



5 dobrih razlogov za digitalizacijo kulturne dediščine

1. Privabljanje novih publik



2. Ohranjanje kulturne dediščine v digitalnem svetu



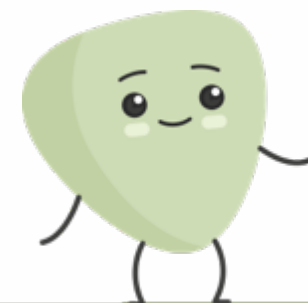
3. Večja interaktivnost in vključenost



4. Odpiranje priložnosti za kreativne industrije



5. Preusmerjanje obiskovalcev na nove destinacije



10.00 – 12.30:

Proces digitalnega inoviranja ter
ciljne publike, enote kulturne
dediščine in digitalna izkušnja



Elementi dobrega projekta

Pripovedništvo in interpretacija

- Pomen
- Ustvarjalnost
- Vsebina
- Potrebe in želje obiskovalcev

Trajnost

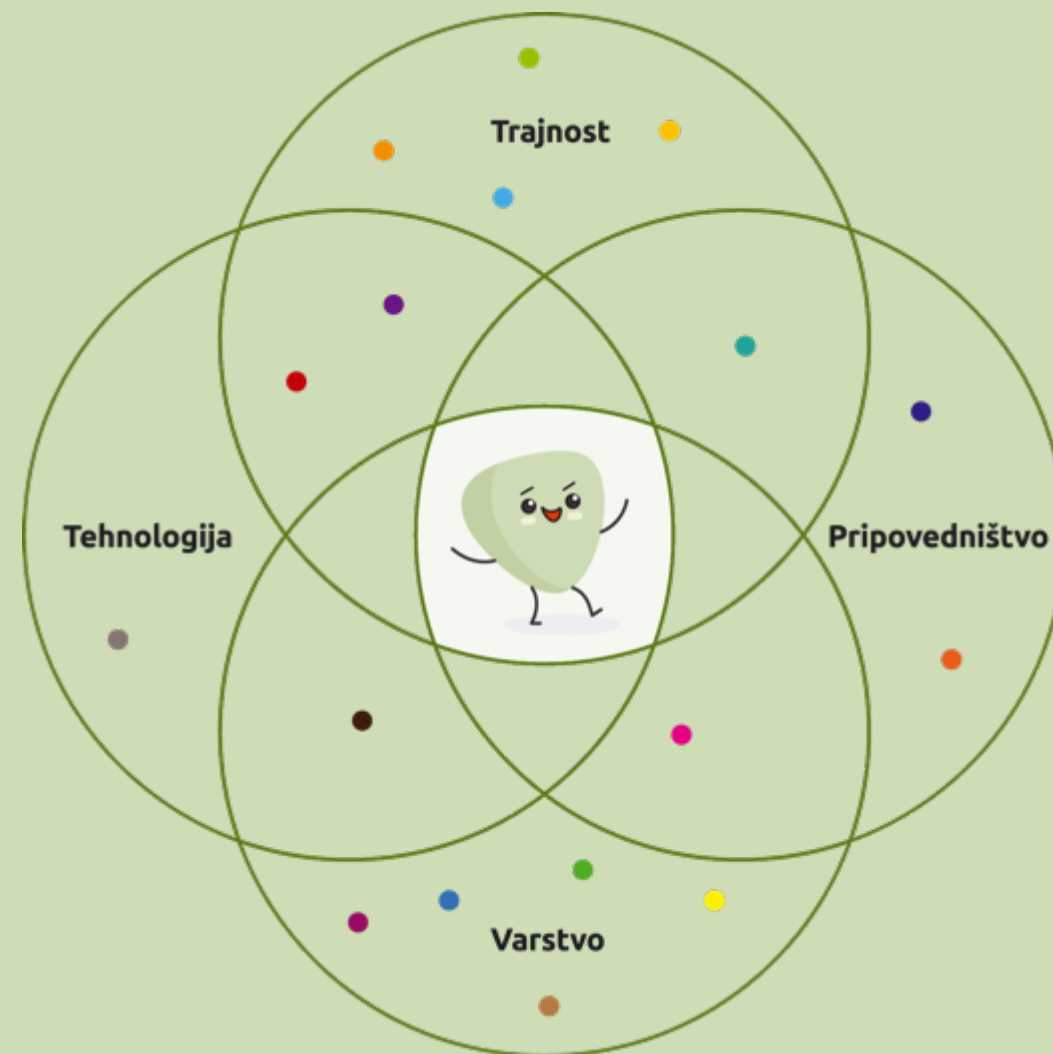
- Strinjanje deležnikov
- Stroškovna in časovna učinkovitost
- Uporabniška izkušnja
- Potrebe in želje obiskovalcev
- Vključenost
- Dostopnost
- Nenehen razvoj

Tehnologija

- Uporabniška izkušnja
- Kakovost
- Dostopnost
- Točnost

Varstvo kulturne in naravne dediščine

- Pomen
- Varovanje
- Dolgotrajna hramba
- Ozaveščanje in izobraževanje
- Utemeljeno na znanstvenih dognanjih
- Obravnavano v kontekstu
- Točnost



Obrazložitev dejavnikov

Pripovedništvo in interpretacija

- Pomen**
Projekt sporoča jasno in zapomnljivo sporočilo, ki je v skladu z vrednotami izbrane enote kulturne dediščine.
- Ustvarjalnost**
V proces načrtovanja in izvedbe so vključeni umetniki, ustvarjalci, kreativne industrije, da bi dosegli unikatne rezultate, se uporabijo nove metode (npr. art thinking, design thinking).
- Vsebina**
Projekt ima zaokroženo vsebino, osredotočeno na izbrane enote kulturne dediščine. Enote so izbrane premišljeno – da bi se izognili negativnim vplivom na dediščino in zagotovili varen obisk ter razpršitev turističnih tokov na nove lokacije.
- Potrebe in želje obiskovalcev**
Rešitev izhaja iz potreb in želja obiskovalcev ter upošteva specifične obstoječih in zelenih obiskovalcev na destinaciji (strokovnost/splošnost, za otroke/za odrasle, kratki obiski /daljši obiski ...).

Tehnologija

- Uporabniška izkušnja**
Projekt posebno pozornost namenja uporabniški izkušnji ter z uporabo različnih pristopov predvideva, evalvira ter izboljšuje interakcijo med uporabnikom in rešitvijo.
- Kakovost**
Projekt sloni na kakovostnih digitalnih gradivih. Digitalni zajem enot kulturne dediščine je v skladu s standardi in priporočili o minimalnih kriterijih, kar omogoča nadaljnjo uporabo v drugih (turističnih in neturističnih) projektih.
- Dostopnost**
Projekt pomemben poudarek daje dostopnosti za vse, tudi osebe s posebnimi potrebami. Upošteva ne le dostopnost prostorov, temveč tudi dostopnost informacij in storitev.
- Točnost**
Projekt se izogiba pretiranim posplošitvam, pavšalnim ocenam in zavajajočim dejstvom o enotah kulturne dediščine.

Trajnost

- Pomen**
Strinjanje deležnikov
Projekt temelji na široko sprejetem konsenzu ključnih deležnikov (lokalne skupnosti, prebivalcev, stroke, turističnega gospodarstva, soglasodajalcev ...)
- Stroškovna in časovna učinkovitost**
Projekt učinkovito izrablja zagotovljene vire – je stroškovno optimalen in v danem času ustvari najboljši rezultat.
- Uporabniška izkušnja**
[glej Tehnologija]
- Potrebe in želje obiskovalcev**
[glej Pripovedništvo in interpretacija]
- Vključenost**
Projekt vključuje najrazličnejše družbene skupine in skozi participatorske procese dosega širšo sprejetost ter večjo raven ustvarjalnosti.
- Dostopnost**
[glej Tehnologija]
- Nenehen razvoj**
Projekt je zasnovan na način, da so relativno enostavno možne nadgradnje, dodelave in izboljšave ter nadaljnji razvoj v skladu z odzivi obiskovalcev in razvojem tehnologij.

Varstvo kulturne in naravne dediščine

- Pomen**
[glej Pripovedništvo in interpretacija]
- Varovanje**
Projekt sledi priporočilom za varstvo kulturne dediščine in s posegi nima negativnih učinkov na obravnavane enote ter naravno in kulturno okolico. Če je le mogoče, prispeva k varstvu kulturne dediščine.
- Dolgotrajna hramba**
Projekt sledi smernicam za dolgotrajno ohranjanje gradiva kulturne dediščine v digitalni obliki – glede kakovosti, formatov, opremljanja z metapodatki ...
- Ozaveščanje in izobraževanje**
Projekt ne le zabava, temveč uporabnike tudi ozavešča in izobražuje o kulturni dediščini – vsakokrat prilagojeno zeleni ciljni skupini.
- Utemeljeno na znanstvenih dognanjih**
Projekt temelji na znanstvenih dognanjih ter preverljivih zgodovinskih dejstvih. V primeru črpanja navdiha v legendah in mitih ali nasprotujočih si strokovnih mnenjih je to na nezavajajoč način izraženo.
- Obravnavano v kontekstu**
Projekt kulturno dediščino obravnava glede na okoliščine tistega časa – poleg samih enot in njihovih značilnosti predstavlja nekdanje razmere ter opozarja tako na dosežke kot na nepravilnosti in odstopanja od današnjih splošno sprejetih vrednot.
- Točnost**
[glej Tehnologija]

Proces digitalnega inoviranja kulturne dediščine

Na proces digitalnega inoviranja lahko gledamo kot na tristopenjski proces: oblikovanje izkušnje, implementacija in lansiranje.

1. KORAK	Identifikacija dediščinskih objektov in zgodb	- Razumevanje obstoječih in zelenih obiskovalcev - Identificiranje kulturne dediščine za vključitev - Podrobno razumevanje vključene kulturne dediščine - Identificiranje omejitev - Ideja izkušnje - Identificiranje sporočila/storitve - Oblikovanje izkustvene poti (scenarij storitve)
2. KORAK	Digitalizacija	- Digitalni zajem - Obdelava - Razvoj interaktivne izkušnje - Testiranje in nadgradnje
3. KORAK	Lansiranje in promocija	- Priprava promocijskih gradiv - Digitalni marketing - Sodelovanje v nacionalni kampanji - Posredovanje datotek digitizirane kulturne dediščine MGRT

1.Korak

Identifikacija dediščinskih objektov in zgodb

- Razumevanje obstoječih in zelenih obiskovalcev
- Identificiranje kulturne dediščine za vključitev
- Podrobno razumevanje vključene kulturne dediščine
- Identificiranje omejitev
- Ideja izkušnje
- Identificiranje sporočila/storitve
- Oblikovanje izkustvene poti (scenarij storitve)



2.Korak

Digitalizacija

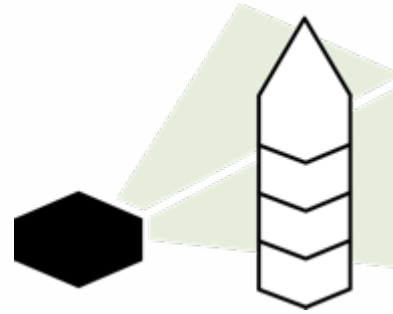
- Digitalni zajem
- Obdelava
- Razvoj interaktivne izkušnje
- Testiranje in nadgradnje

Več na drugem usposabljanju.

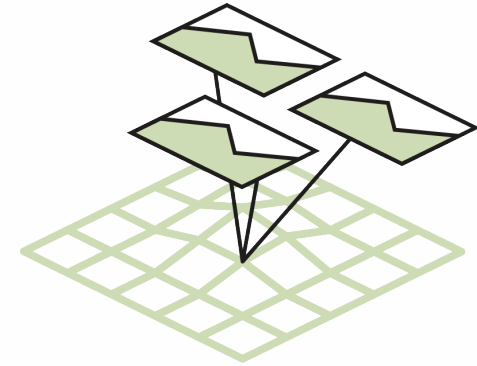


Digitalni zajem

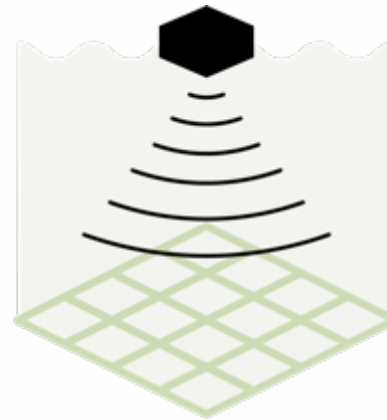
Lasersko skeniranje



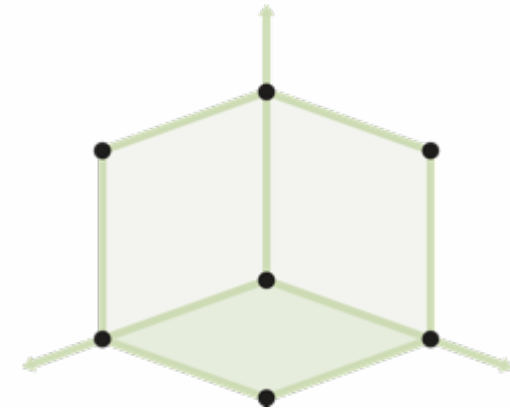
Fotogrametrija



Sonar

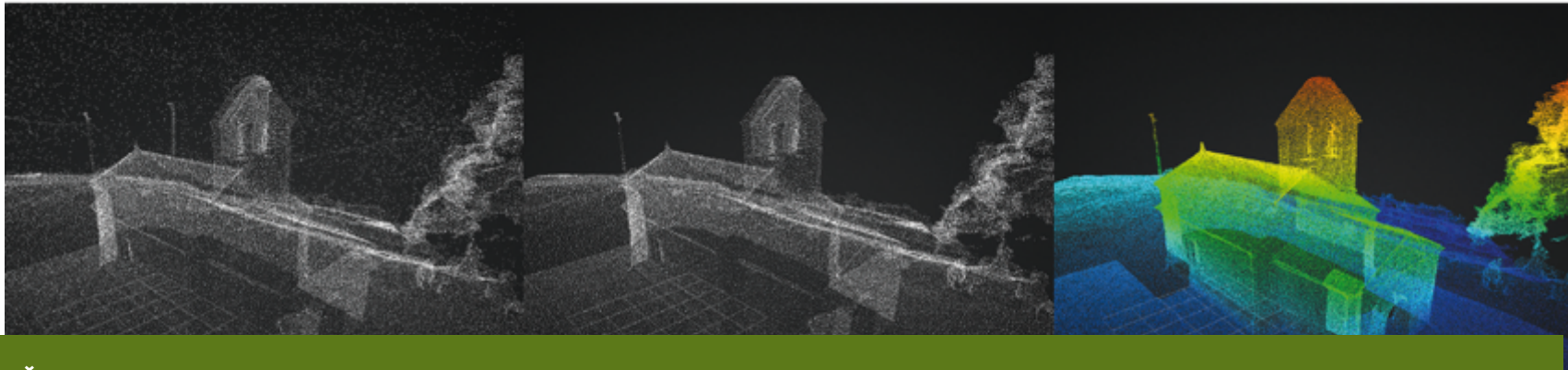


3d modeliranje



Tehnične smernice so dostopne na:
<https://tourism4-0.org/articles-papers-and-guidelines/>

Obdelava podatkov



Čiščenje

Filtriranje

Segmentiranje, klasifikacija



Izdelava mrež

Izdelava tekstur



Izvoz, animacija, vizualizacija

Simulirana rekonstrukcija



Posredovanje datotek MGRT

Datoteke 3D modelov digitiziranih enot kulturne dediščine (EŠD) pripravite skladno s spodnjimi usmeritvami:

- Model naj bo v merilu 1:1
- Brez zunanjih vtičnikov (3rd party plug-ins)
- Priložen predogled renderja v .jpg formatu 1200 x 1200 pik
- Priporočljiv izvoz v več podprtih 3D formatih (glej spodaj)
- Priložene optimizirane texture v .jpg, .png, .tif formatih (Pri uporabi Wavefront (.OBJ) formata, je priporočljivo vključiti (.MTL) material library file)
- Priporočljiva je uporaba čim manjšega števila tekstur
- Priporočljiva je optimizacija mreže modela z redukcijo poligonov
- Struktura modela: mesh

Shranjevanje digitalnega 3D modela

- formati: 3DS (.3ds), Alias Wavefront (.obj), Autodesk Filmbox, FBX (.fbx), Blender (.blend), Stereolithography, Standard Tessellation Language (.stl, .sta)
- Stiskanje datotek: zip, rar, 7z

Datoteke 3D modelov digitiziranih enot kulturne dediščine (EŠD) pošljite skupaj z metapodatkovnimi zapisi (EDM) na USB ključku na naslov:

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Direktorat za turizem, Kotnikova 5, 1000 Ljubljana. Poleg datotek ključu priložite besedilno datoteko s kolofonom (naziv enote, EŠD številka, destinacija, avtor, naročnik).

Razvoj interaktivne Izkušnje

3D tisk spominkov



Hologram



3D film



Virtualni sprehod s 3D objekti



Virtualni suvenirji



„immersion room“



Interaktivna miza s 3d objekti



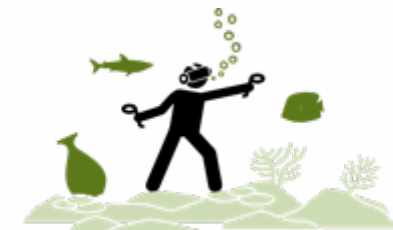
Aplikacija obogatene resničnosti



VR 360° Film s 3D objekti



VR igre



	na kraju										izven kraja			kombinirano			
Matrika uporabe novih medijev																	
Primerjava novomedijskih orodij																	
	prenosni avdio vodiči	mobilne aplikacije	informacijski zasloni (npr. zaslon na dotik)	pametni objekti	avdio in video	obogatena resničnost	holografske podobe	3D elementi (npr. tisk, filmi, interaktivnost)	4D elementi (npr. senzorame)	roboti	spletni pregledi	spletni dnevniki	podcasti	muzejske spletne strani	družbena omrežja in družbene platforme	SMS/MMS, Whatsapp, Viber in druge storitve e-sporočanja	navidezna resničnost
primernost glede na tip obiskovalca																	
otroci (0-12 let)																	
najstniki (12-18 let)																	
mladostniki (19-30 let)																	
odrasli (31-60 let)																	
starejši (61+)																	
v šolah																	
ranljive skupine (gibalno ovirani)																	
ranljive skupine (slepi in slabovidni)																	
primernost glede na tip obiskovalca (Falk in Dierking)																	
raziskovalci																	
koordinatorji																	
strokovnjaki/ljubitelji																	
iskalci izkušenj																	
iskalci sprostitve																	
primernost glede na tip razstave																	
stalna razstava																	
posebna razstava																	
potujoča razstava																	
primernost glede na cilj																	
doseganje "wow" efekta																	
izobraževalni razlogi																	
privabljanje (dodatnih) obiskovalcev																	
izboljšanje izkušnje																	
splošni zaključek (primernost glede na obdobje)																	
zdaj																	
v roku petih let																	

Zelo visoka
 Visoka
 Srednja
 Nizka
 Zelo nizka



Povzeto po: Widmann, S. 2019. Influence of New Media Technologies on the Success of Museum Exhibitions.

3.Korak

Lansiranje in promocija

- Priprava promocijskih gradiv
- Digitalni marketing
- Sodelovanje v nacionalni kampanji
- Posredovanje datotek digitizirane kulturne dediščine MGRT

Več na tretjem usposabljanju.



Kratek premor. 10 minut.

Pričnimo na začetku ...

IDEJA IN KONCEPT

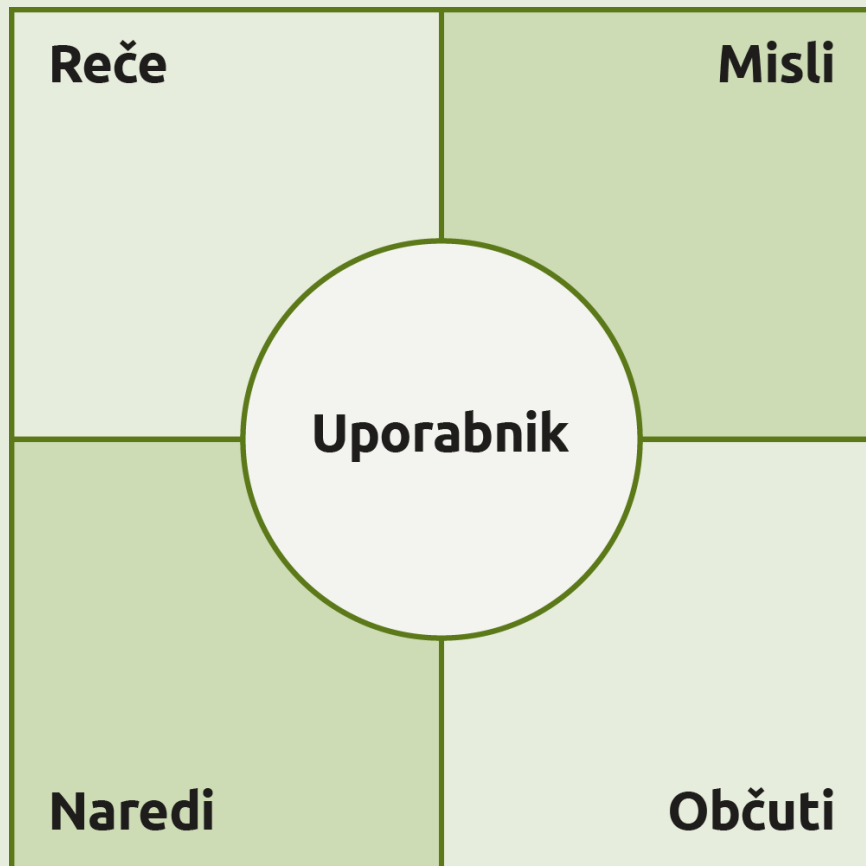
Ciljne publike in
uporabniške zahteve



Empatični zemljevid

Empatični zemljevid je priljubljena metoda za oblikovanje predstav o ciljnem uporabniku, saj nam pomaga bolj poglobljeno razumeti uporabnika ter na podlagi teh uvidov načrtovati naše aktivnosti.

Več o metodi empatičnega zemljevida si lahko preberete na:
<https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>



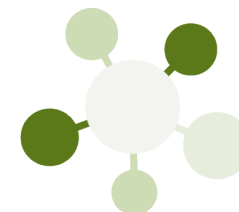
Avtor: David Gray

Iščete primerno metodo? Raziščite po spletu!



Tabla občutij

(t. i. **Moodboard**). Kolaž fotografij, besed in/ali primerov materialov, ki pomaga oblikovati splošen »občutek« naše rešitve.



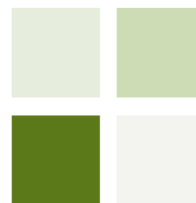
Miselni vzorec

Diagram, ki predstavlja več idej in je primeren za razumevanje informacij in povezav med njimi.



Problemsko drevo

Orodje za boljše razumevanje hierarhije problemov, ki jih želimo reševati. Primerno za kompleksne izzive.



SWOT analiza

Pogosto uporabljena metoda za oblikovanje strategij v obliki dveh tabel – ene s prednostmi, slabostmi, priložnostmi in nevarnostmi ter druge s strategijami, ki se oblikujejo v presečišču štirih elementov.



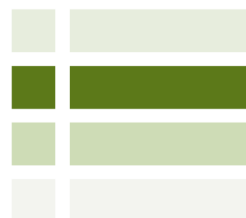
Lotosov cvet

(t. i. **Lotus Blossom**). Vaja v ustvarjalnosti, ki pomaga pri oblikovanju novih idej. Iz glavne teme izhaja osem osrednjih tem, vsaka od teh pa ima še štiri podteme.



Profil po Harrisu

(t. i. **Harris profile**). Gre za način vizualiziranja prednosti in slabosti različnih oblikovalskih konceptov.



MoSCoW

Metoda za definiranje pomembnosti posamičnih lastnosti rešitve: »nujne«, »priporočljive«, »možne«, »zelene, a verjetno ne«.



Delavnica prihodnosti

(t. i. **Future workshop**). Metoda, pri kateri si vsi deležniki izrišejo želeno prihodnost, brez omejitev.



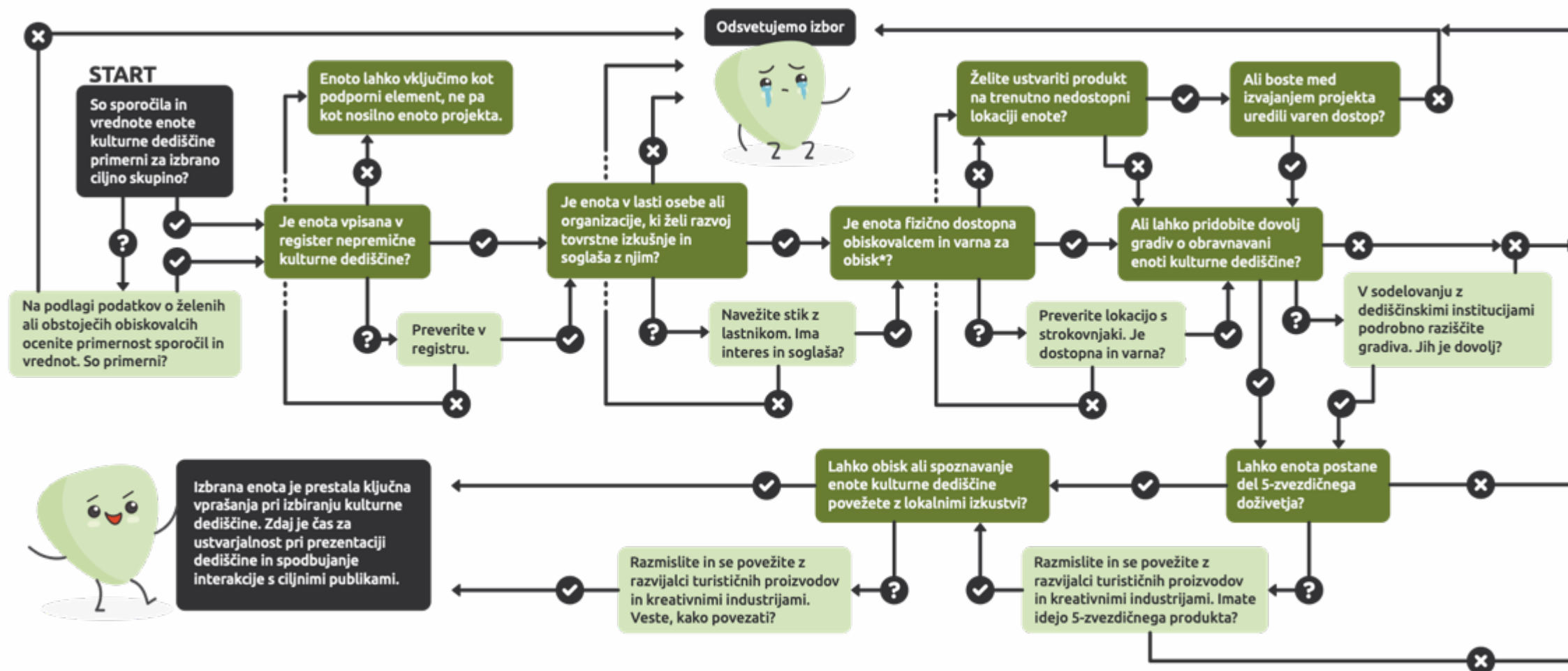
Zgodboris

(t. i. **Storyboard**). Orodje, ki se je sprva uporabljalo v filmski produkciji, pomaga pri boljši vizualizaciji aktivnosti, izkustev in interakcij.

Delovni list št.1:

Ciljne publike za izkušnjo

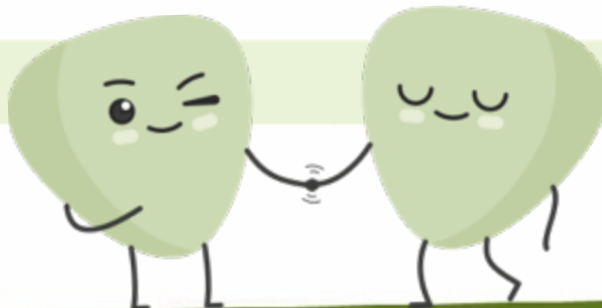
Identifikacija dediščinskih objektov in zgodb



* Ne pozabimo na povezano infrastrukturo (javni prevoz, parkirna mesta, sanitarije, cestne označbe) ter dostop do prostorov, storitev in dostop oseb z oviranostmi.

Sodelovanje z deležniki

	Soglasja	Strokovne usmeritve	Gradiva	Ideje in predlogi	Testna uporaba	Izvedba in podpora
Strokovnjaki ZVKDS	✓	✓	✓	✓		
Strokovnjaki pristojnih muzejev	✓	✓	✓	✓		
Muzejska društva, folklorna društva ter druge formalne in neformalne skupine, ki obravnavajo kulturno dediščino		✓	✓	✓	✓	
Umetniki in drugi ustvarjalci				✓		✓
Strokovnjaki, ki dobro poznajo obravnavano kulturno dediščino (npr. arhitekti, strojniki, zgodovinarji, etnologi ...)	✓	✓	✓	✓		✓
Univerze in šole		✓	✓	✓		
Mladinske organizacije in druge kulturne nevladne organizacije			✓	✓	✓	
Tehnološka podjetja		✓		✓		✓
Turistična podjetja in podporne organizacije				✓	✓	✓



Identificiranje omejitev

Poleg soglasij, interesa in gradiv je v vsakem procesu digitalnega inoviranja kulturne dediščine smiselno identificirati tudi ključne omejitve – tako fizične kot interpretacijske.

Nedopustne interpretacije

Kakšne interpretacije zgodovine so nedopustne: neresnične, netočne, zavajajoče, preveč poenostavljene, žaljive?

Nedopustni posegi v nepremičnino

Kateri fizični (gradbeni, obrtniški, vzdrževalni) posegi v enoto nepremične kulturne dediščine so nedopustni?

Nedopustna igrifikacija

Kakšna igrifikacija je nedopustna: banalizirana, žaljiva, zavajajoča?

Delovni list št.2:

Enote kulturne dediščine

Oblikovanje izkustvene poti

Imejmo v mislih

Kulturno dediščino posredujmo na način, da je:

- | **Vključujoča (ang. »engaging«):** Obiskovalca naj pritegne in vključi v izkustvo – bodisi z interaktivnimi elementi bodisi z iskanjem vzporednic z življenjem obiskovalca, najbolje pa kar oboje.
- | **Dveh hitrosti:** Izkušnja naj omogoča »branje« dveh hitrosti – hitro izkušnjo s ključnimi poudarki ter dodatne informacije za tiste, ki želijo posamične elemente spoznati podrobneje.
- | **Spodbuja razmislek (ang. »thought-provoking«):** Izkušnja naj spodbuja razmislek in postavi kakšno vprašanje več, kot ponudi odgovorov – v obiskovalcu naj spodbudi željo po nadaljnjem raziskovanju.
- | **Primerna za družbena omrežja (ang. »instagrammable«):** V mislih imejmo vizualni učinek izkušnje – lahko uporabniki posnamejo dobro fotografijo ali video izkušnjo?
- | **Zvezna izkušnja (ang. »friction-less«):** Če izkušnja vključuje več sestavnih elementov (npr. na različnih lokacijah), poskrbimo, da so povezave smiselne in intuitivne.

Vas zanima več o načelih interpretacije kulturne dediščine?

Listina mednarodne organizacije za spomenike in spomeniška območja (ICOMOS) o interpretaciji in predstavitvi kulturne dediščine iz leta 2008 postavlja in podrobneje razlaga sedem načel:

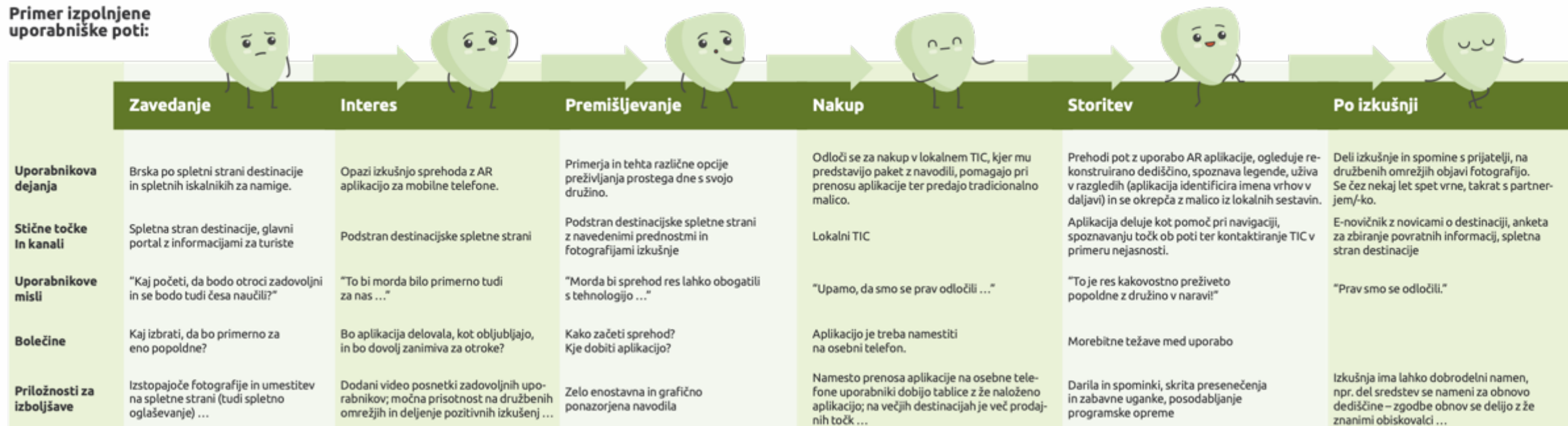
1. **Načelo:** Dostop in razumevanje
2. **Načelo:** Informacijski viri
3. **Načelo:** Pozornost do okolice in konteksta
4. **Načelo:** Ohranjanje avtentičnosti
5. **Načelo:** Načrtovanje za trajnostnost
6. **Načelo:** Skrb za vključenost
7. **Načelo:** Pomen raziskovanja, usposabljanj in evalvacije

* Celotno besedilo je v angleščini dostopno na: http://icp.icomos.org/downloads/ICOMOS_Interpretation_Charter_ENG_04_10_08.pdf



Uporabniška pot

Primer izpolnjene uporabniške poti:



Povezovanje z lokalno ponudbo



Unikatna 5-zvezdična doživetja

Več o pogojih in načinih prijave za 5-zvezdična doživetja:
www.slovenia.info



Delovni list št.3:

Ideja izkušnje/doživetja

Pridružite se!

Partnerstvo za Turizem 4.0

Prijave zbiramo na:

<https://joinus.tourism4-0.org/sl>



www.tourism4-0.org



info@tourism4-0.org



www.facebook.com/tourism4.0



twitter.com/Tourism4_0



www.linkedin.com/company/tourism4-0

