



**Transcriere video
SU 3.1.3
Lilian
Grootswagers
Future for Religious
Heritage**

Modul:	3. Strategii și instrumente digitale pentru patrimoniul cultural
Sub-Unitate:	3.1.3. Schimbul digital cu vizitatorii
Autor:	Lilian Grootswagers
Recenzor tehnic:	Panagiota Polymeropoulou, Hellenic Open University
Recenzor științific:	ENCATC
Cuvinte cheie:	Cultură, marketing, storytelling, implicare, utilizatori, patrimoniu cultural



This work is licensed under a Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)]

Template by:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Lilian Grootswagers, Future for Religious Heritage

FRH despre schimbul digital cu vizitatorii

Începeți cu video:

Prezentarea FRH cu ajutorul unui videoclip YouTube

CAPITOLUL 1: Introducere

Bună ziua, numele meu este Lilian Grootswagers și sunt președintele consiliului consultativ al FRH. Am fost implicată în rețea încă de la începuturile ei, acum 10 ani. Am fost invitați să împărtășim experiența noastră și mai ales să discutăm despre modul în care facem schimburi cu „vizitatorii”. Prima modalitate în care facem acest lucru tocmai ați urmărit-o.

Dacă o imagine vorbește 1000 de cuvinte, imaginați-vă cât valorează un videoclip. Videoclipul este un instrument fantastic pentru a vă captiva publicul. Spre deosebire de un paragraf lung, este extrem de ușor de consumat. Videoclipul este concis și captează interesul spectatorilor în primele secunde. O imagine, un videoclip ar putea avea mai mult impact decât un discurs. Acesta este motivul pentru care am creat acest scurt film de prezentare la cea de-a 10-a aniversare a noastră. Pe măsură ce ați aflat cine suntem și care sunt obiectivele noastre, veți înțelege că, în calitate de rețea, trebuie să găsim modalități de a interacționa cu oamenii, nu numai cu profesioniștii și membrii, dar mai ales să interacționăm cu publicul larg, să creștem nivelul de interes și să deschidem patrimoniul religios pentru a-l face mai accesibil. Cum? Desigur, există multiple modalități prin care se poate face acest lucru, dar *social media* și digitalizarea oferă oportunități imense, cu provocări pe măsură, desigur.

CAPITOLUL DOI: Oportunități oferite de social media

Social media oferă oportunități: Putem să

- Construim relații. Nu este vorba decât despre a face conexiuni între oameni;
- Împărtășim experiențe (social media vă oferă o oportunitate de a vorbi despre ceea ce știți și despre lucrurile prin care vreți să fiți cunoscuți; împărtășirea experienței urmează să vă ajute să vă construiți credibilitatea, nu numai online, ci și offline; vă oferă posibilitatea de a vă conecta sau de a vă reconecta cu oameni pe diferite subiecte și la diferite niveluri)
- Creștem vizibilitatea;
- Ne educăm și să îi educăm pe ceilalți... (exemplul „Explorează biserici”;
- Ne conectăm oricând dorim (de exemplu, social media ne poate ajuta să ne conectăm înainte, în timpul și după evenimentele de networking.

În timpul pandemiei Covid 19, digitalizarea s-a dovedit a fi un instrument foarte puternic pentru a rămâne conectat și a oferi vizibilitate - a stârnit enorm interesul pentru social media și instrumentele digitale. Digitalizarea are un potențial enorm, dar de unde să începem și ce se potrivește scopului și organizației noastre?

Din 2011, de la începutul organizației noastre, am dezvoltat mai multe inițiative, învățând din practică; învățând din experiența noastră, am avansat pas cu pas. Cea mai importantă lecție pe care am învățat-o: VIZIBILITATEA este importantă și în egală măsură asigurarea diferitelor MODALITĂȚI DE IMPLICARE precum și BRANDING-ul / imediat recognoscibil! Asigurați-vă că există un echilibru între idei și resurse (atât financiare, cât și de personal - se poate ajunge să fim copleșiți de traficul generat etc.).

Am fost rugați astăzi să ne împărtășim experiența și mai ales să discutăm despre modul în care facem schimb cu "vizitatorii".

Intro: importanța vizibilității și a legăturii cu vizitatorii/publicul

CAPITOLUL TREI: Pas cu pas

Bineînțeles, am început simplu; CREAREA UNEI PAGINI WEB - DESCHIDEREA CANALELOR SOCIAL MEDIA, UNUL CĂTE UNUL.

Prezentarea diverselor canale de social media:

Cel mai important este să avem un design puternic și recognoscibil - care să iasă imediat în evidență și să pună în valoare brandul general! (Deci, logo-ul și social media într-un singur design recognoscibil!).

Asigurați-vă, de asemenea, că toate canalele sunt mereu anunțate, conectate și se reflectă unele pe altele, și prezentați cele mai recente contribuții. O mulțime de materiale și proiecte sunt realizate de-a lungul anilor, există atât de mult conținut și modalități nesfârșite de a îl împărtăși!

(3 slide-uri diferite care prezintă diferitele tipuri de canale de social media și care prezintă BRAND-ul și designul recognoscibil)

După ce am activat toate canalele noastre, am decis să stimulăm implicarea vizitatorilor prin intermediul campaniilor de social media, cum ar fi:

CAPITOLUL PATRU: Exemple de campanii și proiecte

Odată ce am deschis canalele am creat următorul pas: stimularea implicării vizitatorilor prin intermediul campaniilor de social media, cum ar fi:

Competiția foto FRH în 2018 și apoi campania Torța patrimoniului și a culturii care a avut loc în același an, 2018.

Iar în 2020 am dezvoltat campania JUMP FOR HERITAGE (conectarea patrimoniului și a sportului/activității în aer liber pentru a ajunge la tineri și pentru a crea o posibilitate de catalizare a angajamentului în cadrul restricțiilor pandemiei Covid 19: Crearea unui moment de bucurie și de conectare la patrimoniul religios în toată Europa și aducerea și implicarea de noi audiențe).

Posibilitățile enorme pe care le aduce comunicarea prin mijloace digitale:

Exemplu: se poate comunica înainte - în timpul și după evenimente. (exemplu conferința FRH care trebuia înlocuită cu un eveniment hibrid datorită COVID-ului).

Celălalt proiect al nostru în curs de desfășurare este deschiderea către public a patrimoniului religios din întreaga Europă și conectarea

Dezvoltarea unui instrument pentru a deschide și a prezenta patrimoniul religios din întreaga Europă: Religiana!

www.religiana.com

Să trecem apoi la instrumentul digital Religiana. Religiana, un proiect creat de Future for Religious Heritage, este o resursă cuprinzătoare pentru promovarea și protejarea patrimoniului religios european. Prezentând informații despre clădiri din întreaga Europă, Religiana are două scopuri: promovează aceste clădiri ca fiind locuri frumoase și unice de vizitat și facilitează vizitele prin schimbul de informații practice cu utilizatorii; în același timp, ajută la conservarea patrimoniului european prin evidențierea nevoilor de restaurare și a celor financiare.

CAPITOLUL CINCI: De ce Religiana?

Patrimoniul religios al Europei - cele 500 000 de clădiri în sine, biserici, capele, sinagogi, moschei, catedrale, mănăstiri, mănăstiri, mănăstiri: mobilierul, monumentele, sculpturile, picturile, frescele, argintăria, veșmintele, bibliotecile: arhitecții, artiștii și muzicienii pe care i-au inspirat de-a lungul secolelor: istoricul lor național, local și individual, care datează de mai bine de 1000 de ani – care reprezintă o parte unică și esențială a identității culturale a Europei și care este în mare parte ignorat.

Potențialul clădirilor de patrimoniu religios de a atrage vizitatori și de a face ca vizitele să fie plăcute și utile este imens. Clădirile religioase oferă o fereastră către trecut, oferind vizitatorilor șansa de a afla mai multe despre strămoșii lor și despre lumea în care au trăit, precum și de a expune munca unora dintre cei mai talentați artizani ai istoriei.

Prin intermediul Religiana, Future for Religious Heritage a creat o platformă care își propune să le permită vizitatorilor să acceseze informații despre cel mai mare muzeu din Europa, din confortul casei lor sau în timp ce se află în mișcare, sprijinind astfel vizitatorii acestor frumoase edificii.

În prezent, platforma deține peste 8 000 de clădiri și crește în fiecare zi. A fost nevoie de o perioadă de timp pentru a pune în mișcare inițiativa, pentru a educa proprietarii clădirilor și pentru a le facilita accesul la ea (un tutorial online este disponibil pe site-ul web), dar se dovedește a fi un succes și este util în mai multe moduri:

Deschide siturile religioase către turism, către publicul larg și către cei care sunt interesați în mod special de domeniul religios din diferite puncte de vedere (sunt construite diferite categorii în elementele de căutare, cum ar fi: biserici în filme, adresându-se iubitorilor de activități în aer liber etc.)

Teme de reflecție: oportunități fără sfârșit - oportunități și provocări

Sper că v-am dat sugestii despre diferitele noastre modalități de a ajunge și de a atrage vizitatorii (toate prin mijloace digitale).

Lumea digitalizată și oportunitățile ei ne dau de gândit în fiecare zi... cum să o gestionăm, unde ne putem poziționa, care este provocarea, cum să gestionăm intrările/replicile negative etc.

Cred că utilizarea mijloacelor și instrumentelor digitale deschide noi orizonturi pentru a intra în legătură cu vizitatorii, sunt aproape nelimitate, oferă, de asemenea, oportunități inedite de a ne conecta și de a interacționa cu alte domenii și discipline.

Cine s-ar fi gândit să facă legătura între sport și patrimoniu și să dezvolte o activitate care să fie la îndemâna tuturor - nu ne-ar fi trecut niciodată prin minte dacă nu ar fi existat oportunitatea oferită de posibilitățile în continuă evoluție ale mijloacelor digitale.

SFÂRȘITUL TRANSCRIPTULUI



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage