

## CZĘŚĆ 3

# Storytelling i peryferyjność, jako czynniki sprzyjające autentyczności wycieczek miejskich

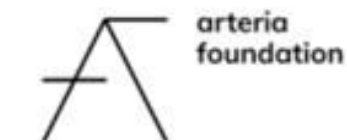
**Di**other  
**city**

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



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



## Część 3 modułu 1 poświęcona jest:

- zdefiniowaniu autentyczności w turystyce i sektorze PKT
- storytellingowi, jako sposobowi osiągnięcia autentyczności
- peryferiom, jako sposobowi osiągnięcia autentyczności
- zaprezentowaniu przykładowego scenariusza wykorzystania storytellingu i peryferyjności do wzbogacenia wycieczek miejskich

**Poznaj** autentyczne przykłady dobrych praktyk **dotyczących stosowania (1) storytellingu i (2) peryferyjności w wycieczkach miejskich,**

- 1** Rome - Corviale City Lab  
Lille - Odyseja Les Halles
- 2** Rzym - Laboratorium miejskie Corviale  
Mons - Totemus - łowcy skrabów

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiotherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

LES APPRIMEURS



arteria  
foundation

CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



CITIZENS  
IN POWER



MULAB



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

2016

## Czym jest **autentyczność** w turystyce i sektorze PKT

“

Wycieczka po wiosce w Oxfordshire - półtorej godziny jazdy od Londynu - przemierzając uliczki małej miejscowości, turyści zdobywają doświadczenie autentycznego, codziennego życia angielskiej prowincji

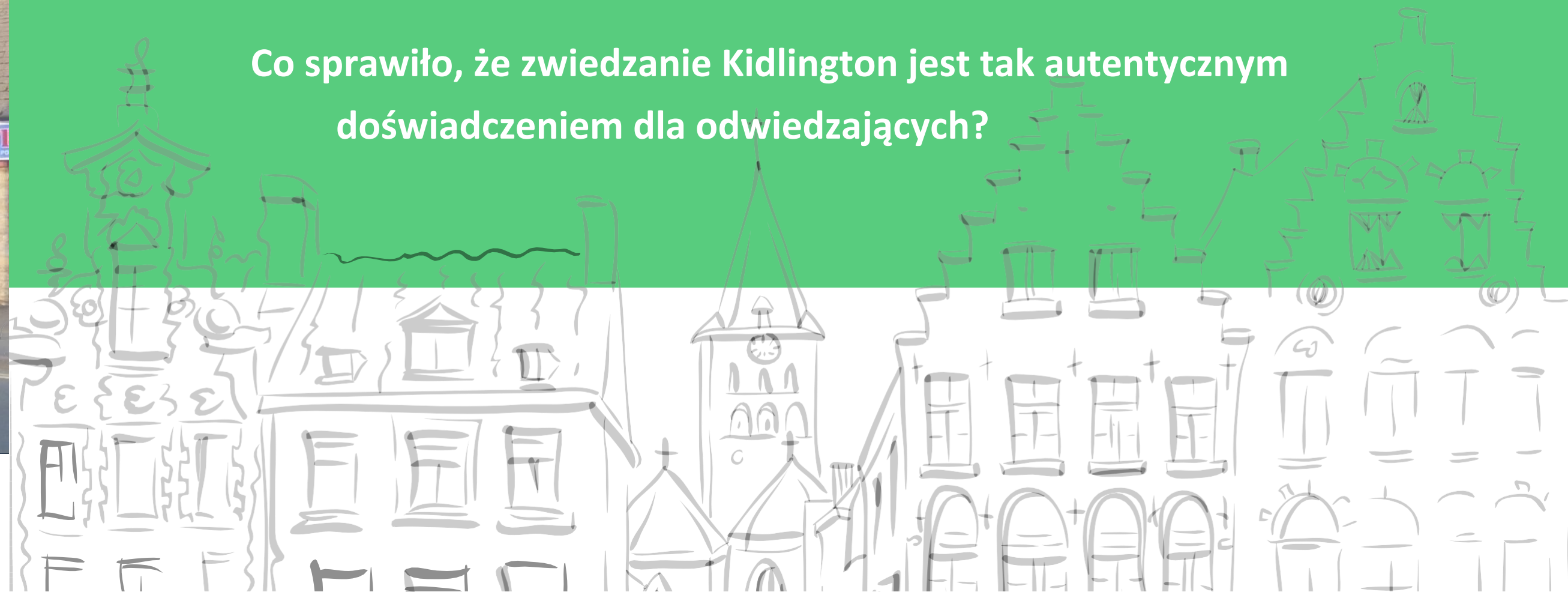
”

Takie założenie brzmi mało realnie, a jednak popularność tego formatu wśród azjatyckich turystów zaskoczyła mieszkańców tego małego miasteczka i była tematem artykułów i rozmów w mediach społecznościowych.

Co sprawiło, że zwiedzanie Kidlington jest tak autentycznym doświadczeniem dla odwiedzających?



Kidlington, Oxfordshire



# Czym jest **autentyczność** w turystyce

## i sektorze PKT?

Chociaż pierwszym skojarzeniem ze słowem „Oxfordshire”, może być Uniwersytet w Oxfordzie, pewnej wiosce udało się z dnia na dzień zostać atrakcją turystyczną regionu, po tym, jak zaprezentowała swoją ofertę doświadczenia autentycznego angielskiego życia.

**Jakich elementów potrzebuje wycieczka miejska, aby była postrzegana jako "autentyczna"?**



Storytelling

Pełniejsze zanurzenie zwiedzających w tematykę wycieczki

Elementy kreatywne/kulturalne

Odkrywanie (materialnego i niematerialnego) dziedzictwa miejsca

Peryferyjność

Odnajdywanie ukrytych klejnotów poza zatłoczonymi centrami turystycznymi

Obecność lokalnej społeczności

Podkreślenie doświadczenia „życia jak lokalny mieszkaniec”

Unikalne plany wycieczek

Wychodzenie poza stereotypowe działania

## Storytelling

w autentycznych wycieczkach miejskich



ce wygląda to następująco:

### Ciekawostka!

Informacje przekazywane w formie opowieści są 22% lepiej zapamiętywane niż suche fakty!



**1** Ustalenie elementów narracji (fabuła, bohaterowie, sceneria, temat, konflikt itp.)

**2** Przedstawianie historii za pomocą mediów multisensorycznych (zdjęcia, filmy, itp.)

**3** Wykorzystanie różnorodnych kanałów mediów społecznościowych do przedstawienia różnych strategii opowiadania historii

**4** Wykorzystanie elementów gry do zwiększenia interaktywności treści



Aby dowiedzieć się więcej o tym, jak można lepiej zaangażować uczestników i ożywić zwiedzanie miasta za pomocą strategii (cyfrowego) storytellingu, przejdź do **Modułu 3** tego kursu.

# Peryferie Twojego miasta

jako

źródło autentycznych doświadczeń

Turystyka peryferyjna lub lokalna pozwalają na prawdziwe doświadczenie życia w obszarach podmiejskich, stanowiąc nie tylko antidotum na masową turystykę, ale także zmniejszając dysproporcje regionalne.



## W praktyce wygląda to następująco:

**1** Promowanie niematerialnego dziedzictwa kulturowego Twojej miejscowości: sztuki performatywne, festiwale, gastronomia, praktyki społeczne, tradycje, itp.

**2** Zaangażowanie społeczności lokalnej do udziału w tworzeniu trasy i narracji wycieczki

**3** Wykorzystanie narzędzi cyfrowych do lepszego zanurzenia uczestników w codzienność zwiedzanego miejsca (pomysły na to znajdziesz w Module 4)

**4** Oferowanie gościom „doświadczenia”, dzięki któremu będą oni odgrywać aktywną rolę w zwiedzaniu, zamiast być biernymi obserwatorami.



# Storytelling i peryferyjność, jako czynniki sprzyjające autentyczności wycieczek miejskich

## Przykład praktyczny

“

Alma miała problemy z zareklamowaniem swoich wycieczek po Barcelonie. Mimo że mieszka w dynamicznej dzielnicy poza centrum miasta, uczestników znajduje w najpopularniejszych lokalizacjach turystycznych. Alma chciałaby również wyjść poza zwiedzanie najłynniejszych artefaktów kultury materialnej miasta (jak Park Güell i La Sagrada Familia).

”

**W jaki sposób może wykorzystać storytelling i peryferyjność, by jej wycieczki zyskały na autentyczności?**



# Storytelling i peryferyjność, jako czynniki sprzyjające autentyczności wycieczek miejskich

## Przykład praktyczny

Alma może pozyskać nowych uczestników swoich wycieczek stosując storytelling i organizując wycieczki na peryferia, czyli poza centrum miasta.

Zmodyfikowanie wycieczek tak, aby w mniejszym stopniu opierały się na materialnym dziedzictwie kulturowym oznacza opowiadanie prawdziwych historii ludzi, którzy żyją na peryferiach - ich zwyczajów, tradycji, historii itp.

Najskuteczniejszym sposobem przekazywania swoich historii jest wykorzystanie do ich tworzenia i promowania mediów społecznościowych takich jak Instagram stories czy TikTok.







# DiOther CITY

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Projekt #DiOtherCity jest współfinansowany z programu ERASMUS+ Unii Europejskiej (czerwiec 2021 - maj 2023).

Publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy jej autorów. Komisja nie bierze odpowiedzialności za sposób wykorzystania zawartych w niej treści. (Kod projektu: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).