

## **Πολυτροπική περιβαλλοντική επικοινωνία για πολιτισμό, εκπαίδευση, δημοσιογραφία και πληροφόρηση: Η περίπτωση του «ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο Όνειρο»**

**Γιαννακοπούλου Αναστασία**  
Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων,  
Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας,  
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας  
ayannacopoulou@uowm.gr

**Λάππας Γεώργιος**  
Καθηγητής, Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων,  
Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας,  
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας  
glappas@uowm.gr

**Αναστασιάδου Ζένια**  
Συντονίστρια δράσεων Poliprespa, Εταιρία Προστασίας Πρεσπών  
zenia@spp.gr

**Μαυρίδου Μάρθα**  
Εμπυχώτρια, PhD, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας  
marthanoire@gmail.com

### **Περίληψη**

Η παρούσα εργασία εστιάζει στην πολυτροπική περιβαλλοντική επικοινωνία μέσα από την ανάλυση της περίπτωσης «ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο όνειρο», όπου τα ψηφιακά μέσα και η τεχνολογία συνεισφέρουν προς όφελος της γνώσης, της τέχνης, της δικτύωσης και της ενίσχυσης της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Η πολυτροπική περιβαλλοντική επικοινωνία του ΘΕΣ-ΠΡΕΣ αποτελεί μια καινοτόμο περιβαλλοντική επικοινωνιακή δράση που συνεισφέρει στον χώρο του πολιτισμού, της εκπαίδευσης, της δημοσιογραφίας και του μάρκετινγκ μέσα από τις δράσεις ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης και τον πρωτότυπο τρόπο ανάδειξης περιβαλλοντικών θεμάτων. Μέσα από την παρούσα έρευνα, διερευνούμε εάν επιτυγχάνεται η ευαισθητοποίηση και η ενεργή εμπλοκή των πολιτών, καθώς και η ενημέρωση γύρω από περιβαλλοντικά ζητήματα, μέσα από δράσεις πολιτισμού. Επίσης, εστιάζουμε στους τρόπους και τα μέσα χάρη στα οποία πετυχαίνει τους στόχους του το ΘΕΣ-ΠΡΕΣ, και κυρίως στον ρόλο της επικοινωνίας και την στρατηγική επικοινωνίας που ακολουθείται για την προβολή, ανάδειξη και εμπλοκή σ' αυτό το έργο.

**Λέξεις-κλειδιά:** δράση δικτύωσης, πολυτροπική περιβαλλοντική επικοινωνία, πολιτισμική επικοινωνία

### **1. Εισαγωγή**

Ένας ευρύτερος προβληματισμός υπάρχει ως προς την έννοια της πολυτροπικής επικοινωνίας, η οποία έχει χρησιμοποιηθεί αρκετά συγκεχυμένα στη βιβλιογραφία. (Dancygier & Vandelannote, 2017· Partan, 2013). Αυτό συμβαίνει γιατί

κατά μια έννοια προερχομένη περισσότερο από τον χώρο των ανθρωπιστικών επιστημών οποιαδήποτε επικοινωνία είναι πολυτροπική (Norris, 2014) καθώς χρησιμοποιούμε τη γλώσσα, τις χειρονομίες, τη στάση του σώματος και άλλους μη λεκτικούς τρόπους για να επικοινωνούμε, συμπεριλαμβανομένων των δημιουργικών μορφών γραφής, ποίησης και τέχνης για να επικοινωνήσουμε αυτό που αντιλαμβανόμαστε. Σ' ένα πολυτροπικό κείμενο, η πληροφορία μεταδίδεται χάρη στον συνδυασμό πολλών σημειωτικών τρόπων, του γλωσσικού, του οπτικού, του ηχητικού κ.λπ. Στην επιστήμη της Επικοινωνίας, η πολυτροπικότητα σχετίζεται άμεσα και με το μέσο που μεταφέρει το μήνυμα της επικοινωνίας, και έτσι η από υπολογιστή διαμεσολαβούμενη επικοινωνία, τα πολυτροπικά κείμενα, η εικόνα, το βίντεο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα αναδυόμενα κανάλια ψηφιακών τεχνολογιών, όπως η επαυξημένη πραγματικότητα, καθώς και όλο το φάσμα ψηφιακών μέσων συνεισφέρουν δημιουργικά στην αποτελεσματικότητα της πολυτροπικής επικοινωνίας.

Στην περίπτωση μας, η πολυτροπικότητα στην περιβαλλοντική επικοινωνία καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πολυτροπικών μορφών που περιλαμβάνουν σε μεγάλο βαθμό τα ψηφιακά μέσα σε συνδυασμό με την τέχνη, και πιο συγκεκριμένα το θέατρο, για την υλοποίηση μιας καινοτόμου περιβαλλοντικής επικοινωνιακής δράσης. Πιο συγκεκριμένα, η παρούσα εργασία εστιάζει στην πολυτροπική περιβαλλοντική επικοινωνία μέσα από την ανάλυση της δράσης *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο όνειρο*, όπου τα ψηφιακά μέσα και η τεχνολογία συνεισφέρουν καθοριστικά προς όφελος της γνώσης, της τέχνης, της δικτύωσης και της ενίσχυσης της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης. Με άλλα λόγια, η δράση *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο όνειρο* αποτελεί μια καινοτόμο περιβαλλοντική επικοινωνιακή δράση, αφού συνεισφέρει στον χώρο του πολιτισμού, της εκπαίδευσης, της δημοσιογραφίας και του μάρκετινγκ μέσα από έναν πρωτότυπο τρόπο ανάδειξης περιβαλλοντικών θεμάτων.

## 2. Το πρόγραμμα Poliprespa

Η δράση *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο Όνειρο* υλοποιήθηκε από τον Νοέμβριο 2021 έως τον Σεπτέμβριο 2022 και αποτελεί μέρος της περιβαλλοντικής επικοινωνίας για την Πρέσπα, καθώς εντάσσεται στο ευρύτερο πρόγραμμα Poliprespa (<https://www.poliprespa.com/>). Στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού, οι κάτοικοι της Πρέσπας «διαχειρίζονται» το μέλλον της περιοχής και δημιουργούν ένα μοντέλο αειφόρου ανάπτυξης που θα κρατήσει ζωντανή την περιοχή των Πρεσπών, ενώ παράλληλα θα αποτελέσει πρότυπο ανάπτυξης των Προστατευόμενων Περιοχών της χώρας.



Εικόνα 1: Μοντέλο αειφόρου ανάπτυξης για την Πρέσπα

Με τον όρο Πρέσπα εννοούνται οι δύο λίμνες, Μικρή και Μεγάλη Πρέσπα, καθώς και η ευρύτερη λεκάνη τους. Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην υλοποίηση ποικίλων και ετερόκλητων δράσεων, στις οποίες θα συνεργάζονται κατά τον μέγιστο δυνατό τρόπο οι τοπικοί φορείς (Δήμος Πρεσπών, Εταιρία Προστασίας Πρεσπών, Αγροτικός Συνεταιρισμός «Πελεκάνος», σχολεία, πολιτιστικοί και αθλητικοί σύλλογοι, κ.ά.) με σεβασμό αλλά και αναδεικνύοντας τις σπάνιες φυσικές και πολιτιστικές αξίες του τόπου και με την παράλληλη ενδυνάμωση των κοινωνικών δομών (Society for the Protection of Prespa, 2020). Καθώς οι βασικοί πυλώνες αυτού του μοντέλου ανάπτυξης είναι το περιβάλλον, η οικονομία και η κοινωνία, όλες οι δράσεις του προγράμματος στοχεύουν αφενός στη βελτίωση της καθημερινής ζωής των Πρεσπιωτών αφετέρου στην ανάδειξη και τη διατήρηση του σπάνιου φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος της Πρέσπας (Bergmeier και συν., 2020· Handrinος και συν., 2020· Strid και συν., 2020). Βέβαια, χάρη στο ιδιαίτερο φυσικό της περιβάλλον, αλλά και στην πολιτισμική αξία της περιοχής, η Πρέσπα προσελκύει τη διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων (π.χ. «Πρέσπεια»), ωστόσο οι ενδιαφερόμενοι διοργανωτές συχνά αποθαρρύνονται λόγω της έλλειψης κατάλληλων υποδομών που θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν αυτές τις εκδηλώσεις. Παράλληλα, οι ευκαιρίες πολιτιστικών/ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων για τον τοπικό πληθυσμό είναι αρκετά περιορισμένες.

### **3. Η δράση ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο Όνειρο**

Η δράση δικτύωσης ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο Όνειρο εντάσσεται στο σχέδιο βιώσιμης ανάπτυξης για την περιοχή της Πρέσπας. Βασίζεται σ' ένα πρωτότυπο σχέδιο δράσης, το οποίο σχεδιάστηκε βάσει συγκεκριμένων δεδομένων και λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαίτερες συνθήκες της πανδημίας λόγω COVID-19, που έχει επηρεάσει τον τρόπο που ζούμε και επικοινωνούμε. Βασισμένο στην αρχική γενική ιδέα του ΘΕΣ-ΠΡΕΣ (Θεσσαλονίκη-Πρέσπα), κατά το οποίο μια ομάδα νέων από την Πρέσπα και την υπόλοιπη Β. Ελλάδα συναντιέται για ένα δημιουργικό ταξίδι με την καθοδήγηση ειδικών-συντονιστών (Sylaiou και συν., 2020), το ΘΕΣ-ΠΡΕΣ 2022 έχει κεντρικό θέμα το θέατρο. Το θέμα επιλέχθηκε καθώς η νεολαία της Πρέσπας, μέσα από τα θεατρικά εργαστήρια που οργανώθηκαν τα τελευταία χρόνια στη δημοτική βιβλιοθήκη, έδειξε μεγάλο ενδιαφέρον για το θέατρο και ανέβασε με επιτυχία δύο παραστάσεις. Η ερασιτεχνική ενασχόληση με το θέατρο τείνει να γίνει παράδοση για τους εφήβους και νέους της Πρέσπας –γεγονός ιδιαίτερης σημασίας για μια ακριτική περιοχή που δεν εκτίθεται σε πολιτιστικά δρώμενα.

Φιλοδοξία του ΘΕΣ-ΠΡΕΣ 2022 ήταν να αξιοποιήσει και να ενισχύσει αυτό το δεδομένο και παράλληλα να συμβάλει στην διαύλων επικοινωνίας μεταξύ νέων με ανησυχίες της Πρέσπας με άλλους που ζουν σε πόλεις της Β. Ελλάδας (Πτολεμαΐδα, Θεσσαλονίκη), ώστε να ανταλλάξουν ιδέες, εμπειρίες, προβληματισμούς. Με άλλα λόγια, σχεδιάστηκε με σκοπό να αναπτύξει δράσεις με στόχο την εξωστρέφεια της νεολαίας της Πρέσπας, την ανάδειξη μιας ακριτικής περιοχής με περιβαλλοντικές αξίες και ως εκ τούτου να ενισχύσει τις κοινωνικές δομές, να δώσει ευκαιρίες πολιτιστικών/ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων στον τοπικό πληθυσμό και να προσελκύσει έτσι το ενδιαφέρον για το ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον της περιοχής και την πολιτισμική της αξία.

## 4. Στρατηγική Επικοινωνίας ΘΕΣ-ΠΡΕΣ 2022

Μέσα από την παρούσα έρευνα, διερευνούμε με ποιους τρόπους και χάρη σε ποια μέσα επιτυγχάνονται οι στόχοι του ΘΕΣ-ΠΡΕΣ, εστιάζοντας στον ρόλο της επικοινωνίας και τη στρατηγική επικοινωνίας που ακολουθήθηκε για την προβολή, ανάδειξη και εμπλοκή σ' αυτή τη δράση. Παρουσιάζουμε, επίσης, τρόπους με τους οποίους δύναται να επιτευχθεί η ενημέρωση γύρω από περιβαλλοντικά ζητήματα, η ευαισθητοποίηση και η ενεργή εμπλοκή των πολιτών μέσα από δράσεις πολιτισμού.

### 4.1. Χρονική διάρθρωση της δράσης

Το ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: *Ταξίδι στο όνειρο* υλοποιήθηκε σε δύο φάσεις. Κατά την α' φάση, που ήταν και χρονικά η εκτενέστερη, η ομάδα συγκροτήθηκε, οργανώθηκε κι έπειτα έκανε τις πρόβες της κατά τις διαδικτυακές της συναντήσεις. Συγκεκριμένα, στις 15 Ιανουαρίου 2022 έως τέλη Ιουνίου 2022, πραγματοποιήθηκε το διαδικτυακό κάλεσμα για συμμετοχή στη δράση α) για την ομάδα-πυρήνα, δηλαδή τη θεατρική ομάδα (νέοι από την Πρέσπα, την Πτολεμαΐδα και τη Θεσσαλονίκη) και β) για την ομάδα επικοινωνίας (Εργαστήριο Ψηφιακών μέσων & Στρατηγικής επικοινωνίας ΠΔΜ) καθώς και γ) κάλεσμα προς ομάδες πολιτισμού από απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδας με χαμηλή πληθυσμιακή πυκνότητα (πρόσκληση σε 197 Δήμους). Στη συνέχεια, από τον Φεβρουάριο 2022 έως τον Ιούνιο 2022, πραγματοποιήθηκαν 15 διαδικτυακές εβδομαδιαίες δίωρες συναντήσεις της θεατρικής ομάδας με τους συντονιστές και με τη συμμετοχή μελών της ομάδας επικοινωνίας, οι οποίες ήταν κλειστές για το ευρύ κοινό. Τέσσερις από αυτές τις συναντήσεις ήταν σεμινάρια (masterclasses) που πραγματοποίησαν επαγγελματίες του χώρου του θεάτρου.

Η β' φάση της δράσης διεξήχθη τον Ιούλιο 2022 με φυσική παρουσία και περιλάμβανε 10ημερη εντατική θεατρική εξάσκηση (camp) σε τρεις σταθμούς: Θεσσαλονίκη-Πτολεμαΐδα-Πρέσπα με αποκορύφωμα το ανέβασμα της θεατρικής παράστασης ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: *Ταξίδι στο Όνειρο*, βασισμένης στο έργο «Όνειρο Καλοκαιρινής Νύχτας» του Ουίλλιαμ Σαίξπηρ, στις 30 Ιουλίου 2022.

Ο διαφορετικός τρόπος διεξαγωγής της δράσης κατά τις δύο φάσεις ήταν καθοριστικός για την επικοινωνιακή εκστρατεία που ακολουθήθηκε και βάσει αυτού του κριτηρίου θα περιγράψουμε την επικοινωνιακή στρατηγική μας.

### 4.2. Στόχοι

Εξαρχής, το εγχείρημα επικοινωνιακά είχε δυσκολίες: διεξαγόταν διαδικτυακά, σε «κλειστό» κύκλο συναντήσεων, και οι συμμετέχοντες, περίπου 15 άτομα, δεν γνωρίζονταν μεταξύ τους. Κατά την α' φάση, λοιπόν, κύριοι στόχοι της επικοινωνιακής εκστρατείας ήταν:

- η ενθάρρυνση της εμπλοκής των μελών της ομάδας-πυρήνα και
- η ενίσχυση του αισθήματος συμμετοχής σε μία ομάδα, σε μία κοινή εμπειρία, τόσο για την ομάδα-πυρήνα όσο και για την ομάδα επικοινωνίας.

Επιπρόσθετοι στόχοι ήταν:

- η προβολή της δράσης μέσα από την παρουσίαση των συντονιστών,
- η προβολή των προσκεκλημένων ομιλητών στα τέσσερα διαδικτυακά σεμινάρια,
- η σύνδεση της δράσης με το θεατρικό «Όνειρο Καλοκαιρινής Νύχτας», καθώς η θεατρική παράσταση αποτελούσε τον απώτερο στόχο του εγχειρήματος, καθώς και

- η παρουσίαση του φυσικού πλούτου της Πρέσπας και κατ' επέκταση η ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης.

Κατά τη β' φάση, η οποία διεξήχθη με φυσική παρουσία των συντελεστών, οι επικοινωνιακοί στόχοι ήταν:

- η ανάδειξη της εμπειρίας που βιώνουν τα μέλη της ομάδας-πυρήνα από τη συμμετοχή τους στη δράση ΘΕΣ-ΠΡΕΣ,
- η πρόσκληση στη θεατρική παράσταση,
- η ενδυνάμωση των κοινωνικών δομών μέσα από αυτή τη δράση πολιτισμού,
- η ευαισθητοποίηση και η ανάδειξη περιβαλλοντικών θεμάτων μέσα από τον πολιτισμό.

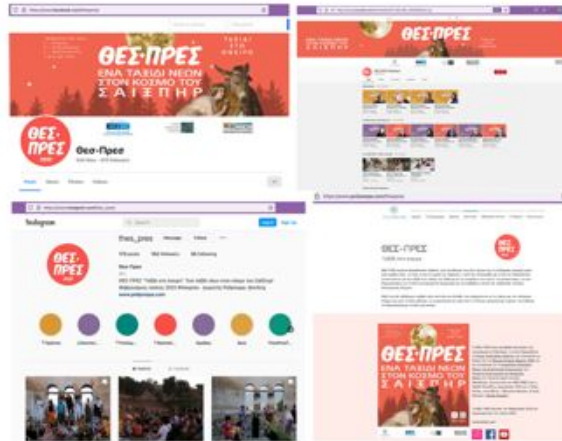
#### 4.3. Κοινό-στόχος

Η εκστρατεία είχε ως κοινό-στόχο τους άμεσα εμπλεκόμενους νέους στη δράση αυτή, δηλαδή την ομάδα-πυρήνα, μια 12μελή ομάδα νέων από την Πρέσπα, την Πτολεμαΐδα και τη Θεσσαλονίκη. Μ' αυτή την ομάδα νέων συνεργάστηκε, για την επικοινωνία της δράσης, η ομάδα επικοινωνίας, που αποτελούνταν από προπτυχιακούς/ές φοιτητές/τριες του Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων, νέους δηλαδή που ζουν και σπουδάζουν στην Καστοριά. Όπως εύστοχα σημειώνουν οι Sylaiou και συν. (2020, σ. 497), «η συμπερίληψη των νέων που ζουν σε αυτόν τον γεωγραφικό χώρο είναι ξεκάθαρα μια επένδυση σε διαδικασίες χωρίς κοινωνικούς αποκλεισμούς, αλλά πέρα από αυτό το προφανές όφελος, η ανάπτυξη νέων ευαισθησιών στη γενιά των κατοίκων που θα διαμορφώσουν το μέλλον αυτών των ανοιχτών, εκτεταμένων τοπίων κρίθηκε επιβεβλημένη». Επιπλέον, η επικοινωνιακή στρατηγική στόχευε στην ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας σχετικά με τη δράση και στην προετοιμασία της για τη συμμετοχή της σε μια σημαντική για τον τόπο πολιτιστική εκδήλωση, τη θεατρική παράσταση.

Προσπαθήσαμε να διευρύνουμε τους συμμετέχοντες, και κατ' επέκταση το κοινό μας, με το να απευθύνουμε κάλεσμα για συμμετοχή στη δράση σε ομάδες νέων από όλη την Ελλάδα, που ασχολούνται με τις τέχνες και τον πολιτισμό, με την προσδοκία να ανακαλύψουμε ομάδες νέων σε περιοχές απομακρυσμένες από τα αστικά κέντρα ή και σε περιοχές με πυκνότητα πληθυσμού κάτω των 60 ανθρώπων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο. Κατόπιν εντατικής έρευνας, που διεξήχθη από τον Νοέμβριο έως τον Ιανουάριο 2021, εντοπίστηκαν 197 υποψήφιοι δήμοι και οι αρμόδιοι ενημερώθηκαν για το *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ: Ταξίδι στο Όνειρο*. Παρά τη γενική θετική αντίδραση στο εγχείρημά μας, στη συντριπτική πλειοψηφία των δήμων δεν εντοπίστηκαν ομάδες νέων που να ασχολούνται με το θέατρο και τις τέχνες γενικότερα. Ενδιαφέρον, τελικά, εκδήλωσαν 5 ομάδες, από την Νίσυρο, τη Μήλο, τον Αλμυρό και την Τήνο, και τελικά συμμετείχαν 2 ομάδες, από τον Αλμυρό και την Τήνο. Οι συμμετοχές αυτές αξιολογούνται ως πολύ θετικές και συνετέλεσαν σημαντικά στην εξωστρέφεια και τη διεύρυνση του κοινού της δράσης μας.

#### 4.4. Ψηφιακά μέσα

Οι διαδικτυακές συναντήσεις πραγματοποιήθηκαν στην πλατφόρμα του zoom. Το μείγμα μέσων κοινωνικής δικτύωσης που επιλέχθηκε περιλαμβάνει το Instagram ([https://www.instagram.com/thes\\_pres/](https://www.instagram.com/thes_pres/)) και το Facebook (<https://www.facebook.com/thespres>), ενώ το YouTube (THES-PRES Poliprespa) χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή και την οργάνωση των βίντεο.



Εικόνα 2: Μείγμα μέσων κοινωνικής δικτύωσης ΘΕΣ-ΠΡΕΣ και ιστοσελίδα

Δημιουργήθηκε, επίσης, ιστοσελίδα στον ιστότοπο του προγράμματος Poliprespa (<https://www.poliprespa.com/thepres>). Ως μέσα ψηφιακής αφήγησης χρησιμοποιήθηκαν το βίντεο, οι αναρτήσεις με γραφικά οι φωτογραφίες, και οι ιστορίες, τα οποία θα παρουσιάσουμε και θα αναπτύξουμε στη συνέχεια.

## 5. Αποτελέσματα

### 5.1. Περιεχόμενο Επικοινωνιακού Υλικού

Στη στρατηγική επικοινωνίας που ακολουθήθηκε, κυρίαρχη θέση έχουν το βίντεο και η εικόνα, μέσα από τα οποία, αναδεικνύοντας τη δράση των νέων, προβάλλονται και οι περιβαλλοντικές προεκτάσεις του εγχειρήματος. Πιο συγκεκριμένα, κατά την α' φάση, οι αναρτήσεις που δημιουργήθηκαν, σύμφωνα πάντα με την οπτική ταυτότητα της δράσης, είχαν ως θέμα:

- την ανακοίνωση της δράσης,
- το κάλεσμα για συμμετοχή στις 3 ομάδες-στόχο: θεατρική ομάδα, ομάδα επικοινωνίας και ομάδες πολιτισμού από όλη την Ελλάδα,
- την παρουσίαση των συντονιστών της δράσης,
- την ανακοίνωση της κάθε συνάντησης, με μορφή ημερολογίου,
- την ανάδειξη σημαντικών φράσεων/απόψεων των συμμετεχόντων,
- την παρουσίαση των καλύτερων στιγμών, με δημιουργία βίντεο, από τις πρώτες συναντήσεις έως και την έναρξη των διαδικτυακών προβών,
- την παρακολούθηση των συναντήσεων μέσα από την οθόνη, ώστε να συνδέσουμε το εικονικό περιβάλλον της συνάντησης με το φυσικό περιβάλλον, διαφορετικό για τον κάθε συμμετέχοντα,
- τα σεμινάρια από τους καλεσμένους ομιλητές,
- την Πρέσπα και το φυσικό της περιβάλλον, με σκοπό την περιβαλλοντική επικοινωνία, την ανάδειξη του φυσικού τοπίου της Πρέσπας και τη σύνδεσή του με το ΘΕΣ-ΠΡΕΣ,
- τα νέα της ομάδας εκτός των διαδικτυακών συναντήσεων, πχ. διά ζώσης συναντήσεις και συμμετοχή σε συνέδριο.

Στη Β' φάση, που διεξήχθη τον Ιούλιο του 2022, κυρίαρχη θέση είχαν οι πρόβες της ομάδας κατά τη 10ήμερη εντατική θεατρική εξάσκηση, που πραγματοποιήθηκε σε 3 σταθμούς: στη Θεσσαλονίκη, στην Πτολεμαΐδα και στην Πρέσπα-Άγιο Αχίλλειο. Επιπλέον, ανακοινώθηκε η ημερομηνία διεξαγωγής της θεατρικής παράστασης και

παρουσιάστηκαν τα κοστούμια που δημιουργήθηκαν από την ενδυματολόγο της ομάδας. Την ημέρα της θεατρικής παράστασης, εστιάσαμε στα δρώμενα τόσο στα παρασκήνια όσο και επί σκηνής, στο κάθε μέλος της θεατρικής ομάδας ξεχωριστά, καθώς και στο κοινό που προσήλθε για να παρακολουθήσει την παράσταση.

## 5.2. Δημιουργία περιεχομένου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι άξονες στους οποίους εστιάζει το περιεχόμενο που δημιουργήθηκε και αναρτήθηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι ακόλουθοι:

**Προβολή της δράσης ΘΕΣ-ΠΡΕΣ Ταξίδι στο Όνειρο.** Συνολικά, αναρτήθηκαν στο Facebook 132 αναρτήσεις (71 αναρτήσεις κατά την Α' Φάση και 61 αναρτήσεις κατά τη Β' Φάση), και στο Instagram 144 αναρτήσεις (81 αναρτήσεις κατά τη Α' Φάση και 63 αναρτήσεις κατά τη Β' Φάση). Στις αναρτήσεις αυτές, τα μέσα ψηφιακής αφήγησης που χρησιμοποιήθηκαν είναι το βίντεο, οι φωτογραφίες, οι εικόνες με γραφικά καθώς και οι αναρτήσεις σε μορφή «ημερολογίου» με αναγραφή της ημερομηνίας διεξαγωγής της κάθε συνάντησης, του θέματος και ως περιγραφή τον σκοπό της συνάντησης.



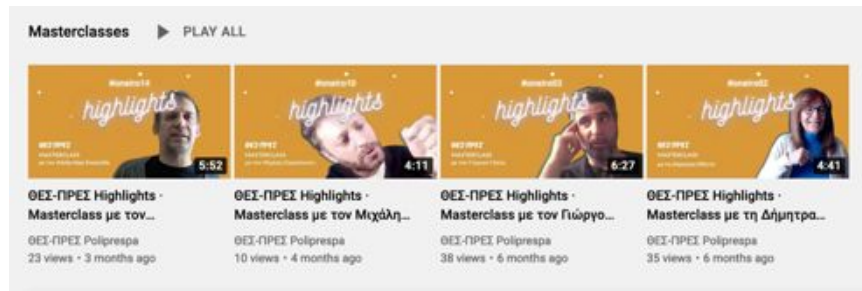
Εικόνα 3: Αναρτήσεις με μορφή «ημερολογίου»

Επίσης, δημιουργήθηκαν 169 ιστορίες που αναρτήθηκαν στο Facebook και στο Instagram (69 ιστορίες κατά την Α' Φάση και 100 ιστορίες κατά τη Β' Φάση). Κατά την Α' Φάση, δημιουργήθηκαν 10 βίντεο συνολικής διάρκειας 52:44 λεπτά, εκ των οποίων: 6 βίντεο για τις διαδικτυακές συναντήσεις-πρόβες, και 4 βίντεο για τα σεμινάρια/masterclasses. Τα βίντεο αυτά αναρτήθηκαν στο YouTube, στο Facebook και στο Instagram, και προβάλλονταν στην ιστοσελίδα της δράσης. Κατά τη Β' Φάση, δημιουργήθηκαν 2 βίντεο εκ των οποίων ένα σύντομο βίντεο που αναγγέλλει τη διεξαγωγή της θεατρικής παράστασης (teaser) με διάρκεια περίπου 20 δευτερολέπτων και ένα εκτενές βίντεο που «αφηγείται» με χρονολογική σειρά την εμπειρία της ομάδας-πυρήνα κατά τη διάρκεια της συμμετοχής της με φυσική παρουσία στο 10ήμερο camp (making of), με διάρκεια περίπου 23 λεπτά.

**Προβολή των Masterclasses.** Σημαντικές προσωπικότητες από τον χώρο του θεάτρου έδωσαν δώρα σεμινάρια, τα οποία δεν ήταν διαθέσιμα για το ευρύ κοινό, παρά μόνο για τους συμμετέχοντες στη δράση. Ωστόσο, ήταν σημαντικό να προβληθεί η υλοποίηση των σεμιναρίων αυτών, τόσο για την προβολή των διακεκριμένων καλεσμένων ομιλητών όσο και για τη μετάδοση της γνώσης αλλά και μιας εικόνας προς το κοινό. Για τον σκοπό αυτό, ως μέσα προβολής χρησιμοποιήθηκαν τόσο το βίντεο, όσο και οι φωτογραφίες και τα γραφικά. Συγκεκριμένα, στόχος του κάθε βίντεο ήταν να συμπεριλάβει κύρια σημεία του κάθε δώρου σεμιναρίου, εστιάζοντας αφενός στον ομιλητή αφετέρου στη διάδραση με τα μέλη της ομάδας. Έτσι, δημιουργήθηκαν 4 βίντεο συνολικής διάρκειας 21:11 λεπτών και μέσης διάρκειας 5:18 λεπτών έκαστο.



1ο Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας:  
Η περιβαλλοντική επικοινωνία με χρήση ήχου, εικόνας, κειμένου για τη δημοσιογραφία/πληροφόρηση/πολιτισμό/εκπαίδευση.



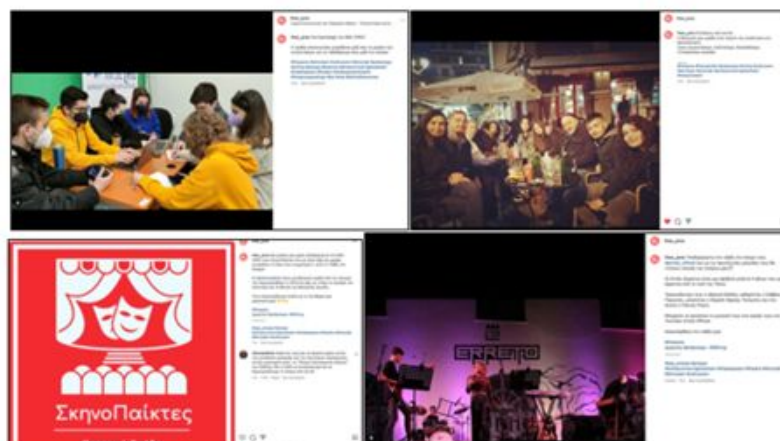
Εικόνα 4: Βίντεο με τις καλύτερες στιγμές από τα σεμινάρια

Επίσης, αναρτήθηκαν δημοσιεύσεις με την ανακοίνωση του σεμιναρίου, με φωτογραφίες από την παρακολούθηση του σεμιναρίου και με επισήμανση σημαντικών φράσεων των ομιλητών.



Εικόνα 5: Είδη αναρτήσεων για την προβολή των σεμιναρίων

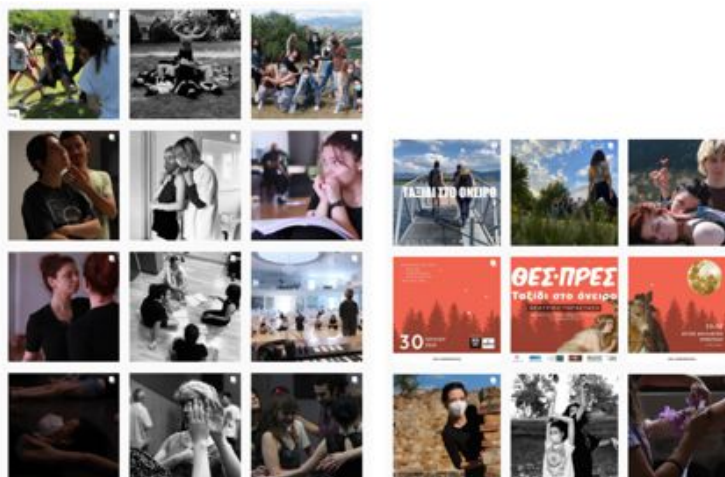
**Συμμετοχή Ομάδων:** Καθώς το ΘΕΣ-ΠΡΕΣ είναι μια δράση δικτύωσης, στόχος μας ήταν να προβάλουμε τη συμμετοχή όλων των νέων και των ομάδων στη δράση αυτή.



Εικόνα 6: Προβολή των ομάδων

**Προβολή της 10ήμερης θεατρικής εξάσκησης:** Η συμμετοχή των νέων κατά το 10ήμερο camp έγινε με φυσική παρουσία. Δημοσιεύτηκαν συνολικά πάνω από 50 φωτογραφίες από το 10ήμερο camp, δημιουργήθηκαν ιστορίες καθημερινά για τις δράσεις της ημέρας, καθώς και ένα βίντεο making of.





Εικόνα 7: Απόσπασμα από τις δημοσιευμένες φωτογραφίες από το camp στο Instagram

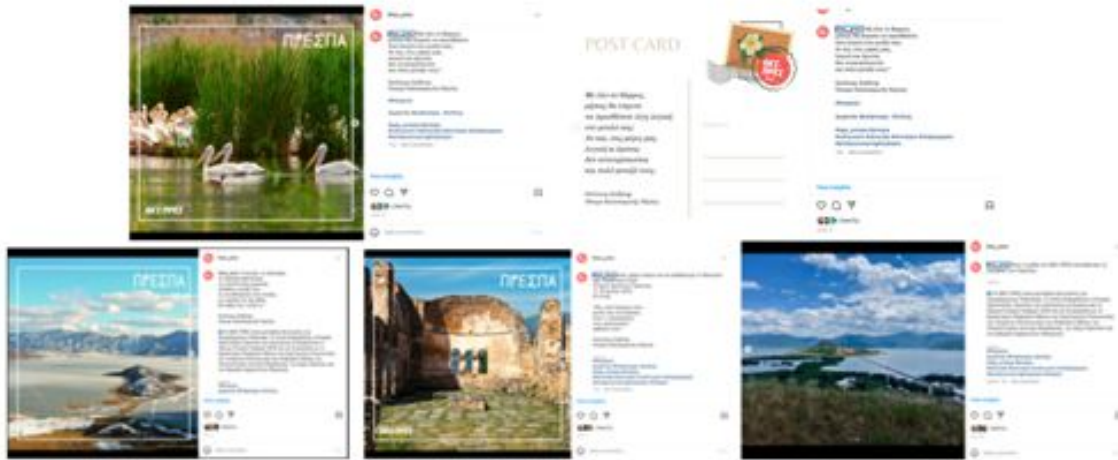
**Προβολή της θεατρικής παράστασης.** Το αποκορύφωμα της δράσης ήταν η παρουσίαση της θεατρικής παράστασης «Όνειρο καλοκαιρινής νύχτας» βασισμένης στο ομώνυμο έργο του Ουίλλιαμ Σαίξπηρ. Πρόκειται για μια τοποειδική (site-specific) θεατρική παράσταση, καθώς ανέβηκε σε φυσικό χώρο, στο Εθνικό Πάρκο Πρεσπών και συγκεκριμένα στη Βασιλική Αγίου Αχιλλείου. Η θεατρική παράσταση πραγματοποιήθηκε μετά από τη 10ήμερη προετοιμασία. Για την προβολή και προώθηση της θεατρικής παράστασης δημιουργήθηκαν εκδήλωση στο Facebook, βίντεο-teaser, ιστορίες και αναρτήσεις.



Εικόνα 8: Ανάρτηση άλμπουμ φωτογραφιών από τη θεατρική παράσταση

**Περιβαλλοντική πληροφόρηση.** Έμμεσος στόχος, όπως προαναφέρθηκε, ήταν μέσα από την παρουσίαση της δράσης να αναδειχθεί και να προβληθεί και το φυσικό τοπίο της Πρέσπας. Έτσι, δημιουργήθηκαν μια σειρά από αναρτήσεις με τη μορφή «καρτ ποστάλ», όπου χρησιμοποιούνται φωτογραφίες από την Πρέσπα, της Εταιρίας Προστασίας Πρεσπών (ΕΠΠ), συνοδευόμενες από ένα απόσπασμα από το

έργο «Όνειρο Καλοκαιρινής Νύχτας», με σκοπό να συνδεθεί η δράση ΘΕΣ-ΠΡΕΣ με τη δράση της ΕΠΠ. Επίσης, οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν ξενάγηση και να περιηγηθούν στην Πρέσπα, μεταφέροντας με αναρτήσεις και ιστορίες τις εντυπώσεις τους.



Εικόνα 9: Περιβαλλοντική πληροφόρηση μέσα από τη δράση *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ Ταξίδι στο Όνειρο*

## 6. Επιλογικός σχολιασμός

Από όλα τα παραπάνω, διαπιστώνουμε ότι ο ρόλος των ψηφιακών μέσων ήταν καταλυτικής σημασίας για την επιτυχημένη υλοποίηση της δράσης. Με το κατάλληλο μείγμα ψηφιακών μέσων, δύναται να επιτευχθεί η ενημέρωση γύρω από περιβαλλοντικά ζητήματα, τον φυσικό πλούτο και τις πολιτιστικές αξίες ενός τόπου. Η ανάδειξη του φυσικού τοπίου μέσα από δράσεις πολιτισμού αποτελεί μια καλή πρακτική που ενδυναμώνει την κοινωνική συνοχή και ενισχύει την συμπερίληψη, προετοιμάζοντας έτσι το έδαφος για ενεργή εμπλοκή των πολιτών σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Επίσης, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι κατά τον σχεδιασμό της στρατηγικής επικοινωνίας, καθοριστικός παράγοντας για τη δημιουργία περιεχομένου είναι ο τρόπος διεξαγωγής της δράσης, εξ αποστάσεως ή με φυσική παρουσία, καθώς και ο τρόπος συμμετοχής του κοινού. Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί ότι καθώς ο χώρος των ψηφιακών μέσων εμπλουτίζεται διαρκώς με νέα μέσα, νέες πρακτικές και είδη περιεχομένου, η δράση αυτή αποτελεί μια αξιόλογη βάση που μπορεί να προσαρμοστεί, να εμπλουτιστεί και να εφαρμοστεί σε δράσεις πολιτισμού με περιβαλλοντικές προεκτάσεις.

### Ταυτότητα δράσης - Ευχαριστίες

Το *ΘΕΣ-ΠΡΕΣ Ταξίδι στο Όνειρο* είναι μία δράση δικτύωσης του προγράμματος Poliprespa, το οποίο υλοποιείται από τους τοπικούς φορείς της Πρέσπας, το διαχειρίζεται η Εταιρία Προστασίας Πρεσπών, πραγματοποιείται με δωρεά από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ) και σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ψηφιακών Μέσων και Στρατηγικής Επικοινωνίας του Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, τον Δήμο Πρεσπών και την Εφορεία Αρχαιοτήτων Φλώρινας. Οι συγγραφείς ευχαριστούν το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ) για την υποστήριξη της δράσης και την Εταιρία Προστασίας Πρεσπών για την υλοποίηση και τον συντονισμό της δράσης.

## Αναφορές

- Bergmeier, E., Sakellarakis, F-N, Strid, A., & Swinkels, C. (2020). New additions to the Flora of Prespa, Greece. *Phytologia Balcanica*, Vol.: 26 (1), pp. 103-130.
- Dancygier B., & Vandelannote, L. (2017). Viewpoint phenomena in multimodal communication, *Cognitive Linguistics* 28 (3), 371-380.
- Handrinos, G., & Catsadorakis, G. (2020). The historical and current distribution of Dalmatian Pelican *Pelecanus crispus* and Great White Pelican *Pelecanus onocrotalus* in Greece and adjacent areas: 1830-2019. *Avocetta* 44: 11-20.
- Norris, S. (2014). About this Journal, *Journal of Multimodal Communication*, 1(1), 1.
- Partan, S.R. (2013). Ten unanswered questions in multimodal communication, *Behavioral Ecology and Sociobiology*, volume 67, pp. 1523–1539.
- Society for the Protection of Prespa (2020). *Annual Review – Highlights of the year 2020*, Retrieved from:  
[https://www.spp.gr/sppannualreview\\_2020\\_a4\\_perspread.pdf](https://www.spp.gr/sppannualreview_2020_a4_perspread.pdf).
- Strid, A., Bergmeier, E. & Fotiadis, G. (2020). *Flora and Vegetation of the Prespa National Park, Greece*. Society for the Protection of Prespa, 552 p.
- Sylaiou S., Gerothanasiou, C., Schoretianiti, R., & Ziogas, Y. (2020). Thes-Pres Project: A communal journey through history, art, and space. In Y. Ziogas & G. Vermeere (Eds.), *Walking Arts Encounters 2019: Walking Bodies / Walking Art – Walking Practices*, (pp. 494-506), Florina.