



Efling á færni í gagnvirkri

Bókmennta- og kvikmyndaferðapjónustu

Verkfærakista 03

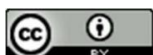
*Fjárhagsáætlanir,
kostnaður,
fjármálastjórnun og
ábyrgir starfshættir*

Lærðu að skipuleggja og bjóða upp á gagnvirka upplifun á hagkvæman og sjálfbæran hátt með verkfærum og aðferðum sem henta fjárhagsáætlun þinni og getu.

Saman skoðum við hagnýtar leiðir til að draga úr kostnaði, áætlanagerð og ábyrga innleiðingu sem skapar eftirminnilega upplifun fyrir gesti – jafnvel með takmarkað fjármagn.

Janúar 2026

Feltech Ireland



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Efnisyfirlit

Umræður í 1. hluta (bls. 4)

Fjárhagsáætlanir, kostnaður og fjármálastjórnun

- Gerðu raunhæfa fjárhagsáætlun
- *Kostnaðarliðir, stofn- og rekstrarkostnaður og arðsemi fjárfestingar (bls. 5)*
- Greindu kostnaðarvalda (bls. 10)
- Aðlagðu og endurnýttu í stað þess að byggja frá grunni (bls. 20)
- Hagkvæmar og stækkanlegar lausnir (bls. 25)
- Fjármögnunarleiðir og lausnir (bls. 30)

Umræður í 2. hluta (bls. 38)

Lög, höfundarréttur og siðferði

- Hugverkaréttindi og höfundarréttur (bls. 39)
- Áreiðanleikakönnun og leyfi (bls. 43)
- Öryggisráðstafanir og skjalfesting (bls. 44)
- Eftirlit, viðhald og aðlögun (bls. 46)
- Dæmisaga: Sherlock Holmes (bls. 48)
- Aðferðir og lausnir (bls. 50)
- Aðgerðaáætlun (bls. 53)
- Frekara lesefni og heimildir (bls. 55)



Evrópskar kvikmyndir og bókmenntir lifna við

Verkfærakista

Í þessum hluta skoðar þú hvernig gagnvirk upplifun getur styrkt stöðu þína á markaði, skýrt ímynd vörumerkisins og skapað betri tengsl við markhópa.

Notaðu spurningarnar sem kveikju að eigin hugleiðingum, samtölum innan teymis eða hópavinnu. Hér eru engin rétt eða röng svör. Markmiðið er að kanna hvernig gagnvirkar hugmyndir geta stutt við sögu vörumerkisins, höfðað til markhópanna og samræmst sérkennum staðarins og gildum þínum.



1. hluti

Fjárhagsáætlanir, kostnaður og fjármálastjórnun



Mynd: Titill myndar



Innleiðing:

Gerðu raunhæfa fjárhagsáætlun

Álagspróf á kostnaðarsamsetningu

Farðu frá því að telja upp kostnað yfir í að skilja hvar fjárhagslegt álag myndast.

Settu upp raunhæft kostnaðarlíkan

Greindu alla kostnaðarliði og flokkaðu þá sem:

- Fastan kostnað
- Breytilegan kostnað
- Einskiptiskostnað
- Endurtekinn kostnað
- Kostnað sem eykst með umfangi
- Kostnað sem eykst með flækjustigi

Áætlaðu:

- Lágmarkskostnað við tilraunaverkefni
- Kostnað við innleiðingu í fullri stærð

Á næstu glæru er útfyllt ítarlegt kostnaðarsniðmát með raunhæfum dæmum úr gagnvirkri ferðaþjónustu.



Ítarleg kostnaðarsamsetning – dæmi um gagnvirkt tilraunaverkefni

Kostnaðarliður	Tegund (fastur / breytilegur)	Einskiptis / reglulegur	Hvað hækkar kostnaðinn?	Áætlun fyrir prufu (ISK)	Áætlun fyrir fleiri staði (ISK)
Þróun AR- upplifunar	Fastur	Einskiptis	Flækjustig, fjöldi sena, hreyfimyndir	550,000	1,600,000
Handrit og söguhönnun	Fastur	Einskiptis	Fjöldi staða, umfang rannsókna	205,000	615,000
Talsetning	Breytilegur	Einskiptis	Fjöldi tungumála, fagmennska	140,000	410,000
Grafísk hönnun og vörumerki	Fastur	Einskiptis	Sérteikninga r, þrívíddarefni	110,000	340,000
Áskrift að AR- kerfi	Fastur	Árlegur	Fjöldi notenda, geymsla, uppfærslur	165,000/ári	340,000/ári
Hýsing og skýjageymsla	Breytilegur	Árlegur	Umferð, gagnamagn	40,000/ári	110,000/ári
Spjaldtölvur (3 í prufu)	Breytilegur	Einskiptis	Fjöldi tækja fyrir gesti	123,000	415,000
Wi-Fi / nettenging	Fastur	Mánaðar- legur	Bandvídd, gestafjöldi	65,000/ári	164,000/ári



Ítarleg kostnaðarsamsetning – dæmi um gagnvirkt tilraunaverkefni

Kostnaðarliður	Tegund (fastur / breytilegur)	Einskiptis / reglulegur	Hvað hækkar kostnaðinn?	Áætlun fyrir prufu	Áætlun fyrir fleiri staði
Prófanir og sambætting	Fastur	Einskiptis	Tæknilegt flækjustig, utanaðkoma ndi ráðgjafar	110,000	270,000
Þjálfun starfsfólks	Breytilegur	Einskiptis	Fjöldi starfsmanna , lengd þjálfunar	82,000	205,000
Uppfærsla trygginga	Fastur	Árlegur	Verðmæti búnaðar, ábyrgðartryg ging	68,000	110,000
Viðhald og uppfærslur	Breytilegur	Árlegur	Villuleiðrétti ngar, endurnýjun efnis, stýrikerfi	137,000/ári	410,000/ári

❖ Fjárhagsyfirlit tilraunaverkefnis (1. ár)

Áætlaður einskiptiskostnaður: 1,320,000ISK

Áætlaður árlegur rekstrarkostnaður: 475,000ISK

Áætlaður heildarkostnaður 1. árs: 1,795,000ISK

❖ Stækkun verkefnis (fleiri staðir)

Áætlaður einskiptiskostnaður: 3,855,000ISK

Áætlaður árlegur rekstrarkostnaður: 1,134,000ISK

Taflan sýnir raunhæfa kostnaðarflokka gagnvirkar upplifunar

- Greinir á milli tilraunaverkefnis og stækkunar
- Aðgreinir einskiptiskostnað og endurtekinn kostnað
- Sýnir hvað veldur raunverulegri kostnaðaraukningu



Innleiðing:

Gerðu raunhæfa fjárhagsáætlun

Sviðsmyndir um arðsemi fjárfestingar

Prófaðu fjárhagslega hagkvæmni við ólíkar rekstrarforsendur

Markmið

Gagnvirk verkefni mistakast sjaldan vegna lélegrar hugmyndar. Oftar eru tekjuáætlanir of bjartsýnar.

Þessi æfing hjálpar þér að:

- Finna hvenær tekjur og gjöld ná jafnvægi
- Prófa fjárhagslegt þol við varfærnar forsendur
- Meta ásættanlega fjárhagslega áhættu
- Greina á milli stefnumótandi gildis og fjárhagslegrar arðsemi

Skráðu grunnupplýsingar um rekstur

Áður en áhrifin eru reiknuð þurfa þátttakendur að skilgreina grunnmælikvarða og núverandi stöðu til að byggja líkanið á raunhæfum forsendum.

Grunnmælikvarði	Núverandi staða
Árlegur gestafjöldi	8,000
Meðalverð aðgöngumiða	1650 ISK
Núverandi árstekjur	13,200,000 ISK
Árlegur rekstrarkostnaður gagnvirkrar upplifunar	475,000 ISK
Heildarkostnaður 1. árs (með þróun)	1,795,000 ISK



Sviðsmyndir um arðsemi fjárfestingar

Sviðsmyndatafla – 1. ár

Sviðs- mynd	Fleiri gestir	Hækkun miðla	Tekjur frá nýjum gestum	Tekjur af verð- hækkun	Viðbótar- tekjur alls	Kostn- aður 1. árs	Nettó- staða
Varfærin	+200	0	330,000	0	330,000	1,795,000	-1,465,000
Raunhæf	+400	150	660,000	1,200,000	1,860,000	1,795,000	65,000
Bjartsýn	+800	300	1,320,000	2,400,000	3,720,000	1,795,000	1,925,000

Túlkun

- Varfærna sviðsmyndin leiðir til verulegs taps á fyrsta ári.
- Raunhæfa sviðsmyndin skilar örlitum afgangi.
- Bjartsýna sviðsmyndin skilar ágætis afgangi.

Þetta vekur mikilvægar fjárhagslegar spurningar:

- Er fyrirtækið tilbúið að mæta tapi á fyrsta ári?
- Er fjárfestingin réttlætanleg til 3–5 ára?
- Hversu háð er líkanið viðbrögðum gesta við verðhækkunum?



Innleiðing

Greining kostnaðarvalda

Metið helstu kostnaðarvalda

Kostnaðarvaldur er ákvörðun, eiginleiki eða hönnunarval sem hækkar heildarkostnað verkefnisins.

Þetta er ekki bara eitthvað sem er dýrt.

Kostnaðarvaldur er þáttur sem hækkar kostnað þegar umfang, flækjustig, gæði eða tæknistig eykst. Hann er því eins konar stjórnþæki fyrir fjárhagsáætlunina: breytist hann, breytist kostnaðurinn.

Hvers vegna skiptir þetta máli?

Mörg lítil og meðalstór ferðaþjónustufyrirtæki hugsa: „Við bætum bara við einum eiginleika.“

En hvert viðbótarlag getur margfaldað kostnað í stað þess að bæta aðeins við hann.

Kostnaðarvaldar tengjast oft flækjustigi, sérsniðnum lausnum, umfangi, tæknistigi og mannafla. Ef þeir eru ekki greindir snemma getur fjárhagslegur grundvöllur verkefnisins veikst.

Markmiðið er ekki að skapa tæknilega fullkomnustu gagnvirku upplifunina, heldur þá sjálfbærustu með skýru fjárhagslíkani.

- Skilgreindu hugmyndina skýrt
- Greindu kostnaðarvalda
- Berðu saman fjárfestingarkostnað (CapEx, t.d. spjaldtölvur) og rekstrarkostnað (OpEx, t.d. laun, hýsingu og auglýsingar)
- Reiknaðu núllpunkt rekstrarins
- Gerðu áfangaskipta áætlun
- Ræddu viðhald og áhættu



Dæmi frá Írlandi:

Stutt gagnvirk bókmenntaganga í Sligo – innblásin af Yeats

Sligo-sýsla, oft kölluð „land Yeats“, var skáldinu og Nóbelsverðlaunahafanum William Butler Yeats (1865–1939) hugleikin, innblástur hans og síðasti hvílustaður.

Þótt Yeats hafi fæðst í Dyflinni dvaldi hann mikið í Sligo hjá móðurforeldrum sínum í æsku. Landslag, þjóðsögur og náttúra svæðisins höfðu djúpstæð áhrif á ljóðagerð hans alla ævi.

<https://www.yeatssociety.com/yeats-in-sligo/>

SKREF 1: Skilgreindu hugmyndina skýrt (áður en kostnaður er áætlaður)

Með skýrri hugmynd er hægt að greina kostnaðarvalda og gera raunhæfa fjárhagsáætlun.

Mörg lítil og meðalstór fyrirtæki verðleggja áður en umfang er skilgreint. Það leiðir til óljósra áætlana og vanmats á kostnaði. Skýrleiki dregur úr fjárhagslegum óvæntum útgjöldum.

Hugmyndin: Sjálfleiðsögð ganga með viðbættum veruleika í Sligo. Gestir skanna QR-kóða á stöðum sem tengjast Yeats og upplifa:

- Upplestur ljóða
- Sögulegar myndir sem birtast yfir umhverfinu
- Einfaldar hreyfimyndir í viðbættum veruleika, innblásnar af landslaginu
- Valfrjálsa leiðsögn fyrir hópa með spjaldtölvum

Skilgreindu hugmyndina skýrt:

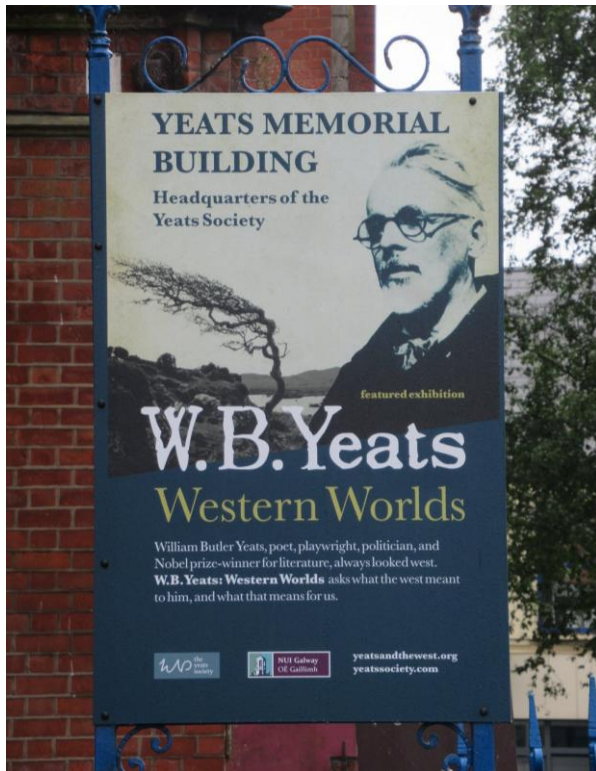
Ef þú getur ekki lýst framkvæmd gagnvirkar upplifunar í smáatriðum geturðu ekki áætlað kostnað hennar nákvæmlega.

- ❖ **Heiti upplifunar: Yeats-gangan – gagnvirkt bókmenntaferðalag um Sligo**
- ❖ **Markhópur: Menningarferðamenn 35 ára og eldri, bókmenntaáhugafólk og minni hópar.**
- ❖ **Fyrirkomulag: Sjálfleiðsögð gönguleið með veflausn í viðbættum veruleika og QR-kóðum.**
- ❖ **Staðir: Þrír lykilstaðir tengdir Yeats í miðbænum.**
- ❖ **Efni á hverjum viðkomustað:**
 - ❖ Tveggja mínútna fagleg frásögn.
 - ❖ Sögulegar myndir yfirlagðar á umhverfið.
 - ❖ Látlaus hreyfimynd með ljóðrænum blæ.
- ❖ **Tekjulíkan: €3 viðbót við núverandi aðgöngumiða á menningarstað.**
- ❖ **Möguleikar í 2. áfanga: Stækka í sex viðkomustaði og bæta við fleiri tungumálum.**

Nú er hægt að áætla kostnaðinn.



Mynd: <https://intheknowtraveler.com/spell-bound-yeats-country-ireland/>



SKREF 2: Greindu kjarna upplifunarinnar og viðbætur

Áður en kostnaðardrífkraftar eru greindir þarf að aðgreina:

Grunnútgáfa (1. áfangi) – 3 staðir, QR-kóðar, hýst hljóðleiðsögn, einfaldar myndayfirlagnir og snjallsímar (ekki þarf að sækja app).

Útfærð útgáfa (síðar) – 8–10 staðir, sérhannað viðmót fyrir aukinn veruleika, þrívíddarendurgerðir landslags, talsetning á fleiri tungumálum, gagnagreiningarviðmót og spjaldtölvur í leiðsögn.

Þessi aðgreining sýnir strax hvaða þættir auka kostnað.

SKREF 3: Greindu kostnaðardrífkrafta verkefnisins

Kostnaðardrífkraftur er ákvörðun sem eykur flækjustig, umfang eða tæknilegar kröfur og þar með kostnað. Taflan á næstu síðu er sniðin að hugmyndinni um W. B. Yeats.



Flokkur kostnaðar- drifkrafts	Dæmi um kostnað	Tegund kostnaðar- drifkrafts
Fjöldi staða	Hver viðbótarstöð eykur kostnað við efnisgerð, kvikmyndatökur, talsetningu, hönnun, tryggingar, prófanir, skilti og viðhald.	Umfangsdrifkraftur sem margfaldar kostnað.
Tegund tækni	Leið A: QR-kóði og hýstur vefvetvangur fyrir aukinn veruleika. Lítill þróunarkostnaður. Leið B: Sérhannað app. Mikill þróunar- og viðhaldskostnaður.	Sérsniðsdrifkraftur.
Stig hreyfimynda og framleiðslugæði	- Einföld yfirlögn gamalla ljósmynda = lítill kostnaður. - Þrívíddarendurgerð Sligo á 19. öld = mikill kostnaður. - Flóknar hreyfimyndir krefjast þrívíddarlíkana, sérhæfðs hugbúnaðar, vinnslutíma og tækniprófana. Kostnaður vex hratt.	Flækjustigs- drifkraftur.

Flokkur kostnaðardrif- krafts	Dæmi um kostnað	Tegund kostnaðardrif- krafts
Efni á mörgum tungumálum	Franska, þýska og spænska kalla á þýðingar handrita, talsetningu, menningarlega yfirferð, gæðaprófanir og samstillingu skjátexta. Hvert tungumál bætir við framleiðslukostnaði.	Endurtekningar- drifkraftur.
Mönnun	Sjálfsleiðsögn: Lítill mannaflapörf. Gagnvirk hópferð með leiðsögn: Þjálfun starfsfólks, laun (18–22 €/klst.), vaktaskipulag og tryggingar.	Mannafladrifkraftur.

SKREF 4: Settu upp fjárhagsáætlun

Nú hefst eiginleg innleiðing.

Dæmi um fjárhagsáætlun – 1. áfangi (hagkvæmt tilraunaverkefni)

Kostnaðarflokkur	Sundurliðaður kostnaður	Áhrif á fjárhagsáætlun
Þróun og efni	- Handrit (3 staðir) – 1.000 € - Talsetning – 1.000 € - Einfaldar hreyfimyndir og yfirlagnir – 2.000 € - Grafísk hönnun og vörumerki – 500 €	Samtals: 4.500 €
Tækni	- Áskrift að vettvangi fyrir aukinn veruleika – 200 €/mán. - Hýsing – 20 €/mán. - Prófanir og samþætting – 800 €	Tækni, 1. ár: 3.000 €
Búnaður (valfrjáls leiðsögn)	4 iPad-spjaldtölvur (500 € hver) – 2.000 € - Færanlegt þráðlaust net – 40 €/mán.	Samtals: 2.480 €
Reglufylgni og tryggingar	- Uppfærsla trygginga – 500 € - Persónuverndarskilti og uppsetning – 300 €	Samtals: 800 €

Áætlaður heildarkostnaður 1. áfanga:

Um 10.000–12.000 €

Bætið við 15% ófyrirséðum kostnaði: 1.500 €

Raunhæf vinnuáætlun: 11.500–13.500 €

SKREF 5: Fjárhagsáætlun – núllpunktur

Gefum okkur:

Verkefniskostnaður = 12.000 €
Viðbót við miðaverð = 3 € á gest
Fjöldi gesta til að ná núllpunkti: $12.000 \div 3 = 4.000$ gestir

Spyrðu nú: Er þetta raunhæft á ári í Sligo? Ef ekki þarf að laga:

Verðlagningu

Umfang

Áfangaskiptingu

Hér reynir á raunhæft fjárhagsmat.

SKREF 6: Áfangaskipt innleiðingaráætlun

Í stað þess að opna strax fullbúna gönguleið:

1. áfangi (6 mánuðir)	2. áfangi (Eftir staðfestingu)	3. áfangi (Aðeins eftir staðfesta arðsemi)
• 3 staðir • Eitt tungumál • QR-kóðar • Mæla þátttöku • Safna viðbrögðum gesta	Ef þátttaka er góð, gestir dvelja lengur, kaffihúsasala eykst og fjölmiðlar sýna áhuga: Bæta við 2 stöðum Bæta myndefni Leita fjármögnunar fyrir stækkun	Sérhannað app Efni á fleiri tungumálum Alþjóðleg markaðssetning

SKREF 7: Rekstraráætlun (gleymist oft)

Hver sér um eftir opnun að:

- Uppfæra efnið?
- Lagfæra QR-kóða sem virka ekki?
- Endurnýja áskriftir?
- Skipta út skemmdum spjaldtölvum?

Árleg viðhaldsáætlun: 10–20% af stofnkostnaði.

Ef stofnkostnaður er 12.000 €: Árlegt viðhald 1.500–2.000 €

Án viðhalds versnar upplifunin.

SKREF 8: Áhættustýring

Möguleg áhætta:

- Vettvangur hættir starfsemi
- Tæknibílanir
- Lítil þátttaka gesta
- Veður skemmir merkingar
- Kvartanir vegna höfundarréttar

Mótvægisáðgerðir:

- Veldu traustan tæknivettvang
- Hafðu prentað varaefni
- Athugaðu réttindi áður en textar Yeats eru notaðir
- Byrjaðu smátt

SKREF 9: Tekjumöguleikar umfram miðasölu

Gönguleið með auknum veruleika gæti:

- Aukið sölu á kaffihúsum
- Hvatt til gistingar
- Stutt styrkumsóknir
- Laða að að bókmenntahátíðir
- Aflað styrktaraðila úr atvinnulífinu

Fjárhagsleg áhrif felast ekki eingöngu í miðasölu.



Innleiðing

Aðlagðu og endurnýttu í stað þess að byggja frá grunni (dæmi)



Dæmi frá Íslandi:

Gagnvirk kvikmyndaganga um Húsavík

Gönguferð um Húsavík (tilraun 410,000 ISK, stækkun 2,050,000 ISK+): Leiðsögumaður tók upp þriggja mínútna 360° myndband af höfninni og sögulegu kráarlífi bæjarins (410,000 ISK fyrir tækur og klippingu).

Myndbandið er vistað á YouTube með óskráðum tengli og gestir nálgast það með QR-kóða á einföldu skilti.

Gestir horfa í eigin sínum. Ef þátttaka er góð hyggst hópurinn þróa sérstakt leiðsagnarapp (áætlað 2,000,000 ISK) með fleiri stöðum, hljóðleiðsögn og gagnvirkum stöðvum með auknum veruleika.

Aukinn veruleiki á kaffihúsi (tilraun 275,000 ISK, stækkun 1,095,000 ISK): Kaffihúsið endurnýtti gamlar ljósmyndir sínar með myndayfirlögnum fyrir snjallsíma.

Gestir beina myndavél símans að gömlum innrömmuðum myndum á veggnum og sjá sögulegar senur lifna við með hagkvæmum vettvangi fyrir aukinn veruleika.

Uppsetning þriggja mynda kostaði 275,000 ISK (hönnun og áskrift). Ef gestir taka vel í hugmyndina verður fleiri senum og hugsanlega spjaldtölvum bætt við (1,095,000 ISK alls).



Innleiðing

Aðlagðu og endurnýttu í stað þess að byggja frá grunni (dæmi)

Gagnvirk kvikmyndaganga um Húsavík

Draugasaga Borgarhólsskóla (tilraun 205,000 ISK, stækkun 960,000 ISK): Nemendur og kennarar bjuggu til frumsamið útlvarpsleikrit um þjóðsögu og tengdu það við ákveðna staði í bænum.

Þau notuðu einfaldan upptökubúnað og ókeypis klippiforrit (205,000 ISK að meðtalinni vinnu nemenda).

QR-kóðar á prentuðu korti opna hljóðbrotin.

Ef viðbrögð verða góð mun þorpið fjármagna faglega talsetningu og myndskreytingar fyrir gagnvirkan göngubækling og app (960,000 ISK).

Aðgerðir skref fyrir skref

1. **Taktu saman tiltækt efni:** Skráðu myndbönd, ljósmyndir, upptökur og sýningarefni sem þegar er til.
2. **Kannaðu ókeypis verkfæri:** Skoðaðu tilbúnar lausnir, t.d. YouTube, Google Street View og ókeypis öpp fyrir aukinn veruleika.
3. **Búðu fljótt til frumgerð:** Prófaðu hugmyndina með þessum verkfærum, t.d. stuttu 360° myndbandi úr lánamyndavél sem er prófað í sínum.
4. **Fáðu viðbrögð snemma:** Sýndu litlum hóp, t.d. starfsfólki og sjálfboðaliðum, frumgerðina og kannaðu notagildi og áhuga.
5. **Bættu efnið:** Próaðu sögu og samtöl með aðkomu heimafólks án þess að skipta út hagkvæmu tækninni.
6. **Ákveddu næstu skref:** Metið hvort stækka eigi verkefnið, bæta við stöðum og tækni eða breyta um stefnu.



Innleiðing

Aðlagðu og endurnýttu í stað þess að byggja frá grunni (dæmi)



Gagnvirk kvikmyndaganga um Húsavík

Árangursmælikvarðar

- ❖ Þátttaka: Fjöldi skannana á QR-kóðum eða myndbandsáhorfa og meðaláhorfstími.
- ❖ Hagkvæmni: Raunkostnaður tilraunaverkefnis miðað við upphaflega áætlun.
- ❖ Eigindleg viðbrögð: Athugasemdir gesta um sögu og tækni, t.d. í könnunum.
- ❖ Notendavænleiki: Hlutfall þeirra sem geta opnað efnið án bilana eða vandræða.
- ❖ Útbreiðsla á samfélagsmiðlum: Deilingar, læk og endurbirtingar kynningarmyndbanda.



Innleiðing

Hagkvæmar og stækkanlegar leiðir

Áfangaskipt innleiðing

Þú þarft ekki að gera allt í einu. Byrjaðu á hagkvæmu tilraunaverkefni og prófaðu einn eða tvo þætti áður en ráðist er í stærri innleiðingu.

Ráðlegging sérfræðings er að byrja smátt, prófa eina lausn með auknum veruleika eða einn skjá og stækka svo þegar þátttaka og ávinningur hafa verið mæld.

Í upphafi má leigja eða fá búnað lánaðan eða setja upp tímabundna sýningu. Stigvaxandi innleiðing dregur úr áhættu og auðveldar að stýra útgjöldum.



Dæmi frá Íslandi:

Lítill miðstöð á Stykkishólmi vill skapa gagnvirka upplifun af þekktri kvikmyndasenu.

Í stað þess að fjárfesta í 3,450,000 € sýndarveruleikaupplifun...

1. ÁFANGI – Hagkvæmt tilraunaverkefni (400-700,000 ISK)

- ✓ 360° myndir af landslagi og raunverulegum byggingum á svæðinu. Leikarar og heimafolk endurskapa eina eða fleiri senur með búningum og leikmunum
- ✓ Vistað á YouTube (óskráður tengill)
- ✓ Gestir horfa í eigin snjallsímum
- ✓ Skilti með QR-kóða sett upp
- ✓ Stutt þriggja mínútna gagnvirk frásögn

Markmið: Prófa þátttöku gesta.



Innleiðing

Hagkvæmar og stækkanlegar leiðir

4

1. áfangi – Hagkvæmt tilraunaverkefni (400-650,000 ISK)

Markmið

Markmið tilraunaáfangans er ekki að fullgera gagnvirku upplifunina heldur kanna hvort gestir hafi áhuga á hugmyndinni og tengi við frásögnina.

Mörg ferðapjónustufyrirtæki telja sig þurfa að bjóða strax fullmótaða og tæknilega flókna upplifun. Lítið tilraunaverkefni gerir hins vegar kleift að kanna þátttöku, greina hagnýtar áskoranir og sjá hvernig gestir tengjast sögunni áður en miklu fjármagni er varið.

Í dæminu frá Stykkishólmi vill miðstöðin skapa gagnvirka upplifun byggða á þekktri kvikmyndasenu sem var tekin upp á svæðinu. Í stað þess að fjárfesta strax í 3,450,000 ISK sýndarveruleikabúnaði eða sérhönnuðu appi byrjar hún á einfaldri frumgerð sem gestir skoða í eigin snjallsímum.

Þetta dregur úr fjárhagslegri áhættu og gerir miðstöðinni kleift að þróa hugmyndina út frá raunverulegum viðbrögðum gesta.

Skref 1 – Veldu lykilsenu

Veldu augnablik úr kvikmynd sem tengist landslagi svæðisins sterkum böndum og gestir þekkja strax eða tengja tilfinningalega við.

Til dæmis má velja áhrifamikla senu sem tekin var upp á sjávarhömrum, bæjartorgi eða við sögulega byggingu. Markmiðið er að velja augnablik þar sem staðurinn sjálfur skiptir máli í sögunni.

Með einni senu verður auðveldara að halda verkefninu viðráðanlegu. Teymið einbeitt sér að einu áhugaverðu frásagnaratriði í stað þess að endurskapa alla kvikmyndina.

Á þessu stigi þarf einnig að huga að:

- hvort gestir komist auðveldlega á staðinn
- hvort öruggt sé að standa þar og njóta upplifunarinnar
- hvort pláss sé fyrir lítið upplýsingaskilti um senuna

Rétt val á senu skiptir máli því landslagið verður sjálft hluti af gagnvirku frásögninni.

Skref 2 – Taktu upp stutta endurgerð

Þegar sena hefur verið valin má endurskapa stutt frásagnaratriði sem sækir innblástur í kvikmyndina. Hvorki þarf dýran búnað né faglega kvikmyndaframleiðslu; lítið skapandi teymi getur oft nýtt staðbundnar bjargar.

Við tökum má til dæmis:

- nýta raunverulegt landslag þar sem senan var tekin upp
- fá leikhúsfólk eða sjálfboðaliða úr nærumhverfinu til liðs við verkefnið
- endurskapa einfalda leikmuni eða búninga sem tengjast senunni

Markmiðið er ekki að endurgera myndina nákvæmlega heldur fanga andrúmsloft og sögu svo gestir geti ímyndað sér hvernig senan átti sér stað þarna.

Lokaútgáfan ætti að vera stutt, helst tvær til þrjár mínútur. Það nægir til að segja merkingarbæra sögu án þess að gestir missi áhugann meðan þeir standa utandyra.

Stutt gagnvirk frásögn getur skilað meiri áhrifum en löng og flókin framleiðsla þar sem hún fellur eðlilega að gönguferð.

Skref 3 – Vistaðu efnið á netinu

Að loknum tökum og klippingu þarf miðstöðin einfalda leið fyrir gesti til að nálgast efnið.

Hagkvæmur kostur er að vista myndbandið á fyrirliggjandi vettvangi, t.d. YouTube eða Vimeo, með lokuðum eða óskráðum tengli. Þá sparast kostnaður við sérhannað farsímaapp.

Gestir skanna QR-kóða með símanum. Myndbandið opnast þá beint í vafranum þeirra og spilast.

Fyrirliggjandi vettvangar draga verulega úr tæknilegri flækju. Upplifunin virkar á flestum snjallsímum án þess að gestir þurfi að sækja sérstakt app.

Skref 4 – Settu upp einfaldar merkingar

Miðstöðin setur upp lítið skilti á tökustaðnum. Það útskýrir tengsl staðarins við kvikmyndasenuna og hvetur gesti til að skanna QR-kóðann.

Skiltið ætti að vera skýrt, endingargott og aðlaðandi. Það gæti innihaldið:

- stutta lýsingu á senunni
- kyrrmynd úr kvikmyndinni eða endurgerðinni
- QR-kóða sem vísar á myndbandið

Mikilvægt er að staðsetja skiltið þannig að gestir geti horft á landslagið um leið og þeir sjá senuna. Þannig verður eins og sagan gerist beint fyrir framan þá.

Jafnvel einfalt skilti getur skapað áhrifaríkt frásagnaraugnablik þegar gestir tengja raunverulegt umhverfi við söguna sem þeir horfa á.

Skref 5 – Upplifun gesta

Við komuna skanna gestir QR-kóðann með símanum og horfa á stutta gagnvirka myndbandið. Um leið geta þeir litið yfir raunverulegt landslag og ímyndað sér atburði kvikmyndarinnar á nákvæmlega þessum stað.

Samspil frásagnar og staðar skapar gagnvirku áhrifin. Gesturinn horfir ekki aðeins á myndband heldur upplifir söguna í raunverulegu umhverfi hennar.

Engin sérhæfð tækni er nauðsynleg. Gestir nota eigin síma og því þarf ekki dýran búnað; upplifunin verður aðgengileg breiðum hóp.

Hugaðu að siðferðilegum atriðum

Þegar þekkt kvikmyndasena er endursköpuð snúast siðferðileg álitamál ekki aðeins um lög heldur einnig menningu, viðskipti og nærsamfélagið.

Í stað: „Endursköpum þekkta kvikmyndasenu“

Segðu: „Sköpum staðbundna, gagnvirka frásögn sem sækir innblástur í kvikmyndaarfleifð Stykkishólms.“

Þessi litla breyting hefur veruleg siðferðileg áhrif.

Nánar er fjallað um siðferði og lagaleg atriði á næstu síðu. Síðan taka við 2. og 3. áfangi.

Hugverkaréttindi, höfundarréttur og siðferðileg álitamál

Ef kvikmyndin nýtur enn höfundarréttarverndar (eins og nær allar nútímakvikmyndir)

Helstu siðferðilegu spurningar:

- Ertu að endurskapa tiltekin samtöl, handrit, tónlist, búninga eða leikmynd?
- Notarðu heiti, vörumerki, merki eða persónur kvikmyndarinnar?
- Gefurðu í skyn að verkefnið sé opinberlega tengt kvikmyndinni?

Siðferðileg áhætta: Þótt kvikmyndin hafi verið tekin upp á staðnum er listræn útfærsla hennar (handrit, persónur og myndræn framsetning) eign rétthafa.

Ábyrg nálgun:

- Ekki endurgera atriði eða samtöl nákvæmlega.
- Forðastu vörumerkjavernduð heiti og merki.

Orðaðu það frekar svona:

- „Innblásið af kvikmyndum sem teknar voru upp í Stykkishólmi “í stað,, Stígðu inn í [heiti kvikmyndar]“

Ef ætlunin er að endurskapa atriði nákvæmlega þarf að afla leyfis eða notkunarheimildar.

❖ Sæmdarréttur höfunda

Jafnvel þótt eitthvað sé löglegt þarf að huga að eftirfarandi við ábyrga frásögn:

- Er listrænn ásetningur kvikmyndagerðarfólks virtur?
- Er verið að gera lítið úr verkinu eða nýta það í viðskiptaskyni þannig að merking þess raskist?

Til dæmis:

Að breyta alvarlegri sögulegri kvikmynd í skemmtistað fyrir sjálfsmyndatökur.

Að fjarlægja félagslegt eða pólitískt samhengi úr sögu.

Ábyrg ferðapjónusta á að dýpka merkingu sögunnar, ekki rýra hana.

❖ Siðferðileg sjónarmið við framsetningu nærsamfélagsins

Þegar leikarar og íbúar svæðisins taka þátt þarf að huga að:

Siðferðilegum atriðum:

- Fá þátttakendur greitt eða sanngjarna umbun?
- Eru viðkvæmir hópar einungis notaðir sem táknmyndir?
- Samræmist sagan staðbundinni sjálfsmynd?
- Hefur nærsamfélagið fjárhagslegan ávinning af verkefninu?

❖ Gagnsæi gagnvart gestum

Ábyrg gagnvirk ferðapjónusta villir ekki um fyrir gestum.

Taktu skýrt fram að:

- Þetta sé túlkun nærsamfélagsins.
- Þetta sé ekki opinber kvikmyndaframleiðsla.
- Þetta sé sjálfstæð gagnvirk upplifun sem sækir innblástur í kvikmyndasögu svæðisins.

Gagnsæi byggir upp traust.

❖ Persónuvernd og stafræn siðfræði

Persónuverndarreglugerðin gildir á Íslandi. Ef efnið er hýst á YouTube og aðgengilegt með QR-kóðum skaltu íhuga:

- Er gögnum um gesti safnað?
- Þarf samþykki?
- Er upplýst um rakningu?
- Er vernd barna tryggð?

❖ Menningarleg sjálfbærni

Dýpri siðferðileg spurning er hvort verkefnið styrki sjálfsmynd staðarins til lengri tíma eða einskorði hana við eitt kvikmyndaatriði.

Ábyrg gagnvirk ferðapjónusta ætti að:

- Flétta saman frásögnum – tengja kvikmyndir við menningararf – forðast að gera staðinn að tilbúnum skemmtigarði.

❖ Siðferði í viðskiptum

Ef aðgangseyrir er innheimtur: Er verið að hagnast á hugverkaréttindum annars fyrirtækis?

Ábyrgur valkostur er samstarf við:

- Ferðamálastofu svæðisins
- Kvikmyndaskrifstofu
- Rétthafa

Eða að skapa upplifun um „Bak við tjöldin á kvikmyndatökustöðum í Vestur-Cork“.

Þetta er mikilvæg lexía í UPLIFT: Einföld tækni þýðir ekki minni siðferðilega ábyrgð.

❖ Siðferðilegur gátlisti fyrir tilraunaverkefni á 1. stigi

Áður en verkefnið hefst:

- ✓ Engin höfundarréttarvarin samtöl notuð
- ✓ Engin vörumerkjavernduð merki
- ✓ Engin nákvæm endurgerð atriða
- ✓ Skýrar upplýsingar til gesta
- ✓ Samþykki nærsamfélagsins
- ✓ Samræmi við GDPR
- ✓ Menningarlegum heilindum viðhaldið

❖ Heildarmyndin

Siðferðileg ábyrgð felst í að:

- Virða höfunda
- Virða nærsamfélagið
- Virða gesti
- Virða hugverkaréttindi
- Forðast að nýta menningu án tillits til samfélagsins

2. áfangi – Mat á tilraunaverkefninu

Þegar tilraunaverkefnið er komið af stað þarf að meta viðbrögð gesta.

Matið hjálpar til við að ákveða hvort þróa eigi hugmyndina áfram í stærra gagnvirkt verkefni.

Ýmsir mælikvarðar geta varpað ljósi á þátttöku gesta.

Fjöldi skannana á QR-kóðum sýnir hversu margir nýta upplifunina.

Viðbrögð gesta, fengin í óformlegum samtölum eða stuttum könnunum, geta leitt í ljós hvort frásögnin hafi vakið áhuga og verið eftirminnileg.

Virgni á samfélagsmiðlum getur einnig gefið vísbendingar um áhuga.

Gestir deila oft myndum eða athugasemdum um sérstaka upplifun og vekja þannig athygli á verkefninu.

Athuganir á hegðun gesta veita líka gagnlegar upplýsingar. Starfsfólk getur til dæmis fylgst með hvort gestir dvelja í nokkrar mínútur á staðnum eða halda fljótt áfram.

Þessi viðbrögð hjálpa skipulagsheildinni að sjá hvað tókst vel og hvað má bæta áður en verkefnið er stækkað.

3. áfangi – Að útvíkka upplifunina

Ef tilraunaverkefnið vekur mikinn áhuga og fær jákvæð viðbrögð má stækka það smám saman.

Í stað þess að ráðast strax í umfangsmikið gagnvirktt verkefni má byggja á þeim þáttum sem reyndust vel.

Til dæmis mætti bæta við fleiri atriðum úr kvikmyndinni á öðrum stöðum svæðisins og skapa þannig sögutengda leið með mörgum viðkomustöðum.

Einnig mætti bjóða leiðsagðar ferðir þar sem sögumaður eða leiðsögumaður fylgir gestum milli staða og segir frá sögu kvikmyndarinnar og landslaginu.

Með tímanum mætti innleiða þróaðri tækni. Með auknum veruleika mætti varpa þáttum úr upprunalegum kvikmyndaatriðum yfir á landslagið. Hljóðhönnun eða umhverfishljóð gætu aukið áhrif upplifunarinnar.

Þar sem tilraunaverkefnið hefur þegar sýnt fram á áhuga gesta fylgir þessum fjárfestingum minni fjárhagsleg áhætta.

Helsti lærdómur fyrir þátttakendur

Ein mikilvægasta niðurstaða þessa dæmis er að gagnvirk ferðaþjónusta þarf ekki að hefjast með flókinni eða dýrri tækni.

Mörg vel heppnuð verkefni byrja á einföldum frásögnum sem skapa tilfinningaleg tengsl gesta við stað.

Með litlum tilraunaverkefnum geta skipulagsheildir kannað hvað höfðar til gesta og þróað upplifunina áður en ráðist er í meiri fjárfestingar.

Þannig geta skapandi hugmyndir vaxið á sjálfbæran hátt án mikillar upphafs fjárfestingar.

Spurning til umhugsunar

Í lok þessa hluta geta þátttakendur velt fyrir sér eigin starfsemi eða áfangastað.

Gagnleg spurning er:

Hvaða hugmynd að gagnvirkri upplifun gætir þú prófað í litlu tilraunaverkefni með þeim björgum sem þú hefur nú þegar?

Með því að hvetja þátttakendur til að hugsa um framkvæmanleg tilraunaverkefni færist umræðan frá óhlutbundnum hugmyndum yfir í hagnýtar aðgerðir.

Fjármögnunarleiðir og lausnir

❖ Áfangaskipt fjárfesting – svæðisbundin bókmenntaleið með auknum veruleika

Svæði vildi skapa bókmenntaleið með auknum veruleika milli nokkurra bæja. Í stað þess að fjármagna allt í einu var verkefninu skipt í áfanga:

1. Á fyrsta ári var þróað efni fyrir tvo lykilstaði með 1,500,000kr fjárhagsáætlun (ferðamálastyrkur greiddi helminginn).
2. Árangurinn nýttist til að fá styrktaraðila á öðru ári og bæta við fimm stöðum.
3. Á þriðja ári, þegar ferðamönnum hafði fjölgað, veittu svæðisyfirvöld reglubundið fjármagn til að ljúka leiðinni og sinna viðhaldi.

Hver áfangi hafði sína fjárhagsáætlun og arðsemisgreiningu. Þannig varð verkefnið viðráðanlegra og árangur sýnilegur á hverju stigi.

Lítill og meðalstór fyrirtæki geta gert hið sama: byrjað á einum kafla gagnvirkar frásagnar og bætt við fleiri köflum þegar fjárhagur leyfir.

Dæmið sýnir hvernig skipting í áfanga getur gert 30.000 evra hugmynd að viðráðanlegum verkefnum með stuðningi á leiðinni.

❖ Hópfjármögnun sýndarveruleikaupplifunar

Lítið safn hafði hugmynd að sýndarveruleikasýningu en skorti fjármagn. Það hóf hópfjármögnun á Kickstarter með skilaboðunum: „Hjálpaðu okkur að lífga söguna við í sýndarveruleika!“

Í boði voru umbun á borð við forgangsaðgang og nafnabirtingu. Söfnuðust nokkur þúsund evrur sem, ásamt eigin sparnaði, fjármögnuðu einfaldan sýndarveruleikabúnað.

Fjármögnunarleiðir og lausnir

Stuðningur nærsamfélagsins tryggði ekki aðeins fjármagn heldur líka tilbúinn hóp gesta. Eftir opnun urðu stuðningsaðilar sendiherrar verkefnisins og buðu vinum og fjölskyldu að sjá „það sem þeir höfðu fjármagnað“.

Dæmið sýnir aðrar fjármögnunarleiðir: Ef sagan höfðar til fólks gæti það viljað fjárfesta í henni. Fjármögnunin verður um leið að markaðssetningu.

❖ Sparnaður með samstarfi

Sögustaður undir berum himni vildi setja upp hljóðheim meðfram gönguleið. Í stað þess að ráða dýran hljóðhönnuð var stofnað til samstarfs við tónlistartæknideild háskóla á svæðinu.

Nemendur bjuggu til hljóðheiminn sem hluta af námi sínu undir leiðsögn kennara sem tryggði gæði. Staðurinn greiddi aðeins þóknun og búnaðarkostnað, hugsanlega um tíunda hluta kostnaðar við sambærilegt atvinnuverkefni.

Samstarfið sparaði fé og veitti nemendum reynslu. Svipað samstarf getur nýst við aðra tækni, til dæmis gæti forritunarnámskeið þróað frumgerð apps. Óhefðbundið samstarf getur lækkað kostnað verulega.

❖ Styrktarsamstarf sem gagnast báðum

Bókmenntahátíð þróaði app með auknum veruleika þar sem gestir gátu séð sögupersónur birtast á hátíðarsvæðinu. Tæknifyrirtæki sem vildi ná til menningaráhugafólks gerðist styrktaraðili.

Styrktaraðilinn greiddi þróunarkostnað appsins (700,000kr) gegn því að „Knúði af [fyrirtæki]“ birtist í appinu og kynningarefni.

Fjármögnunarleiðir og lausnir

Litla fyrirtækið fékk þannig vöruna fjármagnaða og styrktaraðilinn jákvæða kynningu og sýnileika. Gestir tóku hóflegri vörumerkjabirtingu vel enda var hún smekklega útfærð.

Ef gagnvirka hugmyndin þín vekur athygli eða fellur að hagsmunum fyrirtækis gæti verið hægt að finna styrktaraðila, til dæmis banka, fjarskiptafyrirtæki eða raftækjaverslun á svæðinu. „Þessi hljóðleið er í boði ÞÆÖ Hlóð og mynd sem styður nýsköpun í samfélaginu.“

Lykillinn er að sýna gagnkvæman ávinning.

Heimildir og frekara lesefni:

- Leiðbeiningar um kostnaðarmat: Greinar á borð við „Hvað kostar að þróa app með auknum veruleika?“ eða „Sundurliðun þróunarkostnaðar sýndarveruleika 2025“ geta gefið grófa mynd af kostnaði og áhrifabáttum, svo sem búnaði, flækjustigi og efni. Þær nýtast við forsendur fjárhagsáætlunar.
- Ferðamálastofnanir og menningarsjóðir í hverju landi birta oft styrki og bjóða ráðgjöf. Skoðaðu líka styrki til skapandi tækni, sem geta fallið undir menningu eða listir. Upplýsingar um styrkhlutföll hjálpa við fjárhagsáætlanagerð.
- Dæmisögur um arðsemi: Leitaðu að skýrslum þar sem söfn eða áfangastaðir fjalla um árangur tæknifjárfestinga. American Alliance of Museums og Themed Entertainment Association birta stundum slíkt efni. Samanburðargögn um aðsókn, dvalartíma og sölu geta styrkt rök fyrir fjárfestingu, þótt aðstæður séu ekki nákvæmlega þær sömu.

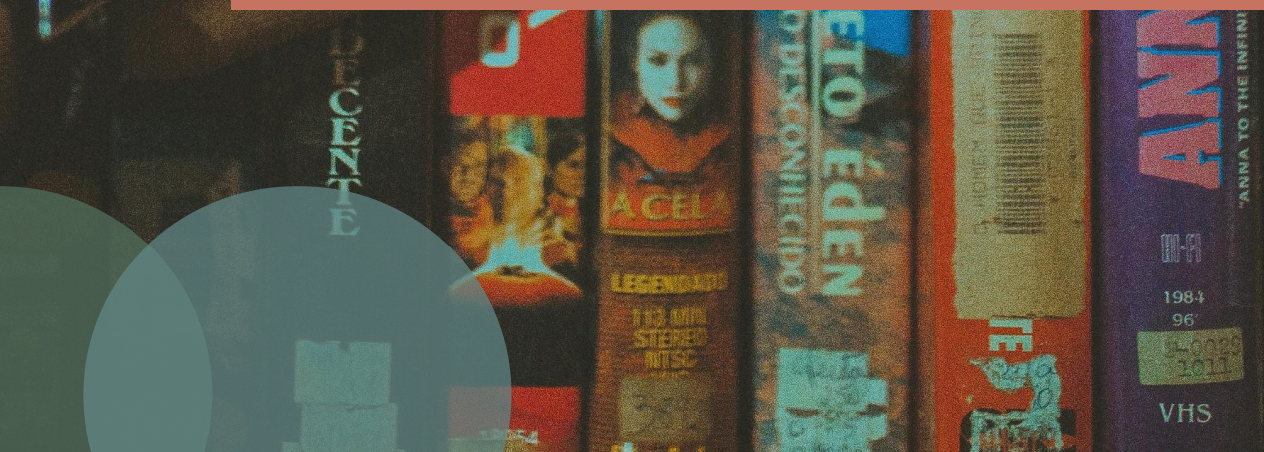
Fjármögnunarleiðir og lausnir

- Sniðmát fyrir fjárhagsáætlanir: Einföld sniðmát í Excel eða Google Sheets má finna á síðum á borð við TemplateLab eða hjá verkefnastjórnunarveitum. Aðlagðu sniðmát að þínum þörfum svo engir kostnaðarliðir gleymist og auðvelt sé að reikna heildartölur. Innbyggðar formúlur geta dregið úr villum.
- Aðstoð við viðskiptaáætlun: Ef kynna á verkefnið fyrir banka eða fjárfesti þarf yfirleitt stuttan kafla í viðskiptaáætlun. Þróunarsetur og ráðgjafar fyrir lítil fyrirtæki bjóða oft ókeypis leiðsögn við gerð viðskipta- og fjárhagsáætlana og geta yfirfarið áætlanirnar.
- Bankar bjóða stundum samfélagsverkefni eða styrki vegna samfélagsábyrgðar til nýsköpunar á svæðinu. Samtal við bankann gæti leitt til stuðnings eða ráðgjafar um fjármögnun, til dæmis hagstæð lán vegna tæknilegra endurbóta.
- Ekki útiloka hefðbundna fjármögnun ef arðsemi virðist góð. Lítil lán geta verið viðráðanleg ef fjárfestingin eykur tekjur eins og áætlað er.

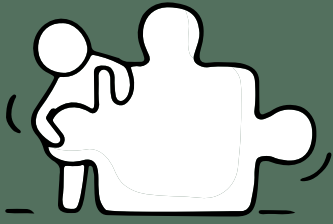


2. hluti

Lög, höfundarréttur og
siðferðileg álitaefni



Mynd: Titill myndar



Verkfærakista: Hugverkaréttindi og höfundarréttur

Dæmi:

Lítið íslenskt ferðapjónustufyrirtæki útbýr gönguferð með auknum veruleika (AR), innblásna af þekktri nútímafantasíu kvikmyndaseríu. Fyrirtækið:

- Birtir myndir af persónum í auknum veruleika.
- Notar auðþekktanlega búningahönnun.
- Spilar stutt samtalsbrot úr kvikmyndunum.
- Notar merki kvikmyndanna á kynningarveggspjöldum.
- Réttlætir notkunina með því að um sé að ræða „fræðandi ferðapjónustu“.

Hvað er athugavert?

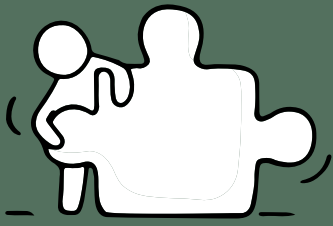
- Útlit persóna nýtur verndar.
- Samtalsbrot njóta verndar.
- Notkun merkisins getur brotið gegn vörumerkjarétti.
- Fræðslutilgangur fellir ekki höfundarrétt úr gildi.

Jafnvel þótt ekki komi til málshöfðunar getur fyrirtækið staðið frammi fyrir lagalegri áhættu og orðsporsskaða.

Hagnýt innleiðing – svona lítur lausn sem uppfyllir kröfur út

Skref 1: Yfirferð efnis (raunhæft dæmi)

Páttur	Staða	Aðgerð
AR-yfirlag fyrir persónu	Verndað	Fjarlægja og endurhanna
Bútur úr samtali	Verndað	Skipta út með frásögn
Merki á veggspjaldi	Vörumerkjavarið	Fjarlægja
Sögulegur tökustaður	Staðreynd	Leyfilegt



Verkfærakista: Hugverkaréttindi og höfundarréttur

Skref 2: Endurhönnun

Í stað þess að nota persónur kvikmyndanna:

- Býr fyrirtækið til eigin myndskreytingar innblásnar af fantasíuheimum.
- Beinir sjónum að raunverulegum tökustöðum (staðreyndir njóta ekki höfundarréttarverndar).
- Vísar gestum á opinbera stiklu á YouTube í stað þess að hýsa kvikmyndabrot sjálft.
- Forðast að nota merki kvikmyndanna.

Skref 3: Skjalfesting

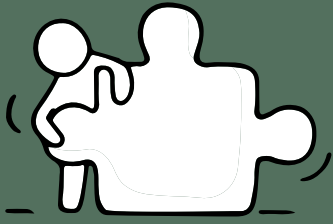
- Varðveitir skriflega staðfestingu á heimild til að fella stikluna inn samkvæmt reglum miðilsins.
- Geymir skjáskot sem staðfesta að efni sé í almenningi, ef við á.
- Varðveitir frumskrár allra eigin myndverka.

Skref 4: Aðlögun markaðssetningar

Í stað: „Opinber töfraferð um kvikmyndaheiminn“

Notar fyrirtækið: „Innblásið af kvikmyndalandslagi og fantasíukvikmyndaarfi Íslands.“

Ekki er gefið í skyn að um opinbera viðurkenningu eða samstarf sé að ræða.



Verkfærakista: Kannaðu höfundarrétt

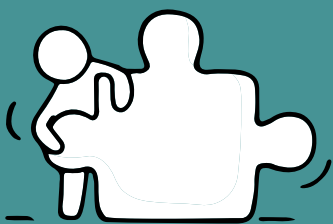
Veldu einn efnispátt, til dæmis stutt brot úr skáldsögu sem þú vilt birta á upplýsingaskiltum. Kannaðu hvort efnið njóti höfundarréttarverndar.

Þumalputtaregla: Í mörgum löndum fellur verk í almenning 70 árum eftir andlát höfundar. Ef höfundur lést fyrir 1950 kann verndartíminn því að vera liðinn, en staðfestu ávallt reglurnar í viðkomandi landi.

Ef verkið nýtur enn verndar skaltu hafa samband við útgefanda eða rétthafa og óska eftir leyfi. Stundum fæst heimild til að nota stutt brot í fræðslu eða ferðaþjónustu, gegn gjaldi eða með tilvísun til höfundar.

Ef leyfi fæst ekki skaltu kanna hvort heimilt sé að nota örstuttar tilvitnanir samkvæmt gildandi undantekningum eða endursegja efnið með eigin orðum. Skráðu niðurstöðurnar, t.d. „X má nota (í almenningi); Y skal forðast (vörumerki)“.

Farðu síðan yfir næsta efnispátt á sama hátt. Þannig verður til einfaldur leiðarvísir um hvað þú og samstarfsfólk þitt megið og megið ekki nota.



Verkfærakista: Áreiðanleikakönnun og leyfi

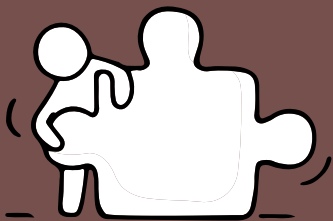
Skráðu strax allt utanaðkomandi efni sem þú hyggst nota og aflaðu leyfa eða finndu aðra kosti. Ef efni frá tilteknu kvikmyndaveri er nauðsynlegt skaltu hafa samband tímanlega eða velja efni sem má nota án leyfis. Leitaðu til höfunda og útgefenda ef þú þarft tilvitnanir eða myndir. Sumir veita ókeypis eða ódýr leyfi fyrir fræðslutengda ferðabjónustu, en óskaðu eftir skriflegri staðfestingu.

Gerðu jafnframt ráð fyrir lögfræðiráðgjöf í fjárhagsáætlun ef þörf er á. Til dæmis má verja hóflegri fjárhæð í að fá lögfræðing til að yfirfara áætlunina.

Ef verkefnið safnar upplýsingum um notendur skaltu semja einfalda persónuverndarstefnu. Á þessu stigi er mikilvægt að ákveða hvaða gögn eru raunverulega nauðsynleg og lágmarka söfnun persónuupplýsinga. Ef þú þróar app eða vefsíðu skaltu birta persónuverndarupplýsingar og eftir atvikum notkunarskilmála.

Hafðu hagaðila með í ráðum frá upphafi. Ef verkefnið byggir á þjóðsögum svæðisins skaltu til dæmis ræða við heimafolk og menningarstofnanir, fá sjónarmið þeirra og leiðsögn. Betra er að byggja á samstarfi strax en að þurfa að bregðast við gagnrýni síðar.

Ef upplifunin er á opinberu landi eða minjastað skaltu kanna hvort leyfi þurfi fyrir stafrænum uppsetningum. Sums staðar gilda svipaðar reglur um aukinn veruleika og skilti eða kvikmyndatökur. Markmiðið er að ljúka lagalegri og siðferðilegri yfirferð áður en mikil fjárfesting á sér stað.



Verkfærakista: Öryggisráðstafanir og skjalfesting

Fléttaðu lagalegum og siðferðilegum ráðstöfunum inn í þróun verkefnisins.

Ef ákveðið hefur verið að nota efni án leyfisskyldu skaltu tryggja að það sé gert. Geymdu leyfisskjöl fyrir tónlist og myndir úr efnisbönkum og haltu öllum tölvupóstum og samningum um veitt leyfi skipulega til haga.

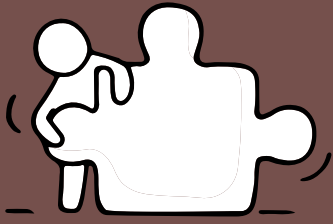
Settu viðeigandi öryggisviðvaranir og fyrirvara inn í upplifunina. AR-app gæti til dæmis byrjað á skilaboðunum „Gættu að umhverfi þínu“ og við sýndarveruleikasýningu gæti staðið „Ekki ráðlagt börnum yngri en 13 ára án eftirlits“.

Þjálfðu einnig starfsfólk. Útbúðu leiðbeiningar um hvernig bregðast skuli við ef gestur vill ekki láta mynda sig í gagnvirkri upplifun eða hefur spurningar um persónuvernd.

Ef þú safnar gögnum skaltu ákveða örugga geymslu þeirra, til dæmis með traustum þjónustuaðila. Gerðu mat á áhrifum á persónuvernd ef við á: skoðaðu hvaða gögn eru geymd, hvort þau séu nauðsynleg og hvernig þau eru varin. Breyttu virkni kerfisins ef þörf krefur.

Prófaðu upplifunina frá ólíkum sjónarhornum. Þjóddu heimafólki og utanaðkomandi aðilum að prófa hana til að greina mögulega óviðeigandi eða viðkvæma þætti. Nú er rétti tíminn til að laga tón, efni og aðgengi áður en upplifunin er opnuð.

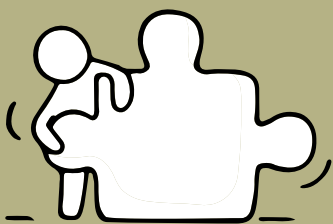
Hugaðu einnig að aðgengi. Bæði siðferðileg sjónarmið og eftir atvikum lög um réttindi fatlaðs fólks kalla á að sem flestir geti nýtt upplifunina.



Verkfærakista: Öryggisráðstafanir og skjalfesting

Þjóðið til dæmis upp á skjátexta eða uppskrift hljóðefnis, tryggið nægilegan litamun fyrir litblinda og hugið að annarri leið fyrir þá sem geta ekki notað sýndarveruleika, til dæmis myndbandi af því sem sést í búnaðinum. Innleiðið þessar lausnir ef mögulegt er eða skráið þær fyrir síðari uppfærslur.

Skjalfestið allt: uppruna efnis, nýtingarréttindi og verklag við meðferð gagna. Þannig er auðvelt að sýna fram á að nauðsynleg yfirferð hafi farið fram ef spurningar vakna.



Verkfærakista: Eftirlit, viðhald og aðlögun

Lagaleg og siðferðileg ábyrgð heldur áfram eftir að upplifunin hefur verið opnuð.

Fylgstu með hugsanlegum vandamálum. Ef gestir geta sett inn athugasemdir eða hlaðið upp efni þarf verklag við yfirferð svo móðgandi efni eða efni sem brýtur gegn réttindum annarra sé fjarlægð.

Hlustaðu á ábendingar samfélagsins. Ef einhver telur efni móðgandi eða rangt skaltu bregðast við, til dæmis með breytingum eða frekari samhengi.

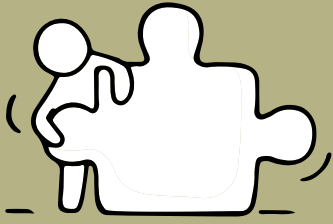
Farðu reglulega yfir leyfi og samninga, enda kunna þeir að vera tímabundnir. Ef heimild gildir í eitt ár skaltu skrá lokadagsetningu og endurnýja leyfið eða fjarlægja efnið áður en það rennur út.

Fylgstu einnig með lagabreytingum, til dæmis á sviði persónuverndar. Yfirfarðu árlega hvort nýjar reglur hafi áhrif á starfsemina, meðal annars ef gestir koma frá öðrum réttarsvæðum.

Stattu við yfirlýsingar um persónuvernd. Ef þú lofar að eyða ljósmyndum gesta eftir 30 daga verður að fylgja því eftir, helst með sjálfvirku ferli.

Til lengri tíma skaltu einnig kanna tryggingavernd. Nær ábyrgðartryggingin til hugsanlegra slysa við notkun sýndarveruleika eða krafna vegna hugverkaréttinda? Kynntu þér gildissvið trygginganna.

Haltu siðferðilegri umræðu lifandi, til dæmis með árlegri vinnustofu fyrir starfsfólk um ábyrga frásögn og menningarlegt næmi. Þetta skiptir sérstaklega máli þegar starfsfólk breytist eða nýtt efni bætist við.



Verkfærakista: Eftirlit, viðhald og aðlögun

Ef þú stækkar eða uppfærir upplifunina skaltu endurtaka yfirferðina fyrir allt nýtt efni.

Líttu á lagalega og siðferðilega yfirferð sem viðvarandi verkefni fremur en eitt afmarkað skref. Margar skipulagsheildir fella hana inn í hefðbundið verklag, til dæmis með eyðublaði um nýtingarréttindi fyrir hvert nýtt efni og samræmisathugun við hverja uppfærslu apps. Þannig skapast ábyrg vinnumenning sem verndar og styrkir vörumerkið.

Vönduð vinnubrögð gera þér jafnframt kleift að kynna upplifunina með réttmætum hætti, til dæmis sem „með opinberu leyfi“ eða „unnin í samstarfi við heimafólk“. Slíkt getur aukið aðdráttarafl hennar.

DÆMISAGA

Sherlock Holmes-safnið

UPLIFT

Bókmenntaöpp með leyfi Nýting verka í almenningseigu

Sherlock Holmes-safnið í London gæti, sem ímyndað dæmi, viljað þróa smáforrit með auknum veruleika (AR) þar sem Holmes birtist.

Flestar Sherlock Holmes-sögurnar eru nú í almenningseigu, en höfundarréttur á persónunni og nokkrum sögum hélst þar til nýlega.

Safnið gæti tryggt að allt efni væri sótt í sögur í almenningseigu. Í stað þess að nota tilteknar kvikmyndamyndir af Holmes með einkennandi veiðihúfu hans væri búið til eigið þrívíddarlíkan af persónunni.

Í kynningu á appinu væri tekið fram að það byggðist á „upprunalegum sögum Arthurs Conan Doyle“. Dæmið sýnir

hvernig nýta má verk í almenningseigu, forðast réttindaágreining og vera gagnsæ um heimildir.

Hugsum einnig um ferðir án leyfis: Warner Bros. hefur stundum gert athugasemdir við „Harry Potter-ferðir“ sem nota skráð vörumerki í ríkum mæli. Sumar ferðir hafa því verið kynntar sem „Galdragöngur“ og lagt áherslu á innblástur og opinberar staðreyndir í stað beinna tilvitnana og myndefnis. Leiðsögumenn fjalla þá um „höfund frægrar bókaflökks um ungan galdramann“ og forðast að nota kvikmyndamerkið. Þetta sýnir hvernig breytt framsetning getur dregið úr lagalegri áhættu.

Pokémon Go

UPLIFT

Persónuvernd í AR-leikjum

Höfundar Pokémon Go lærðu fljótt mikilvægi siðferðilegra sjónarmiða. Þegar leikurinn kom út voru sumir PokéStop-staðir á óviðeigandi stöðum, svo sem við minnisvarða eða í einkagörðum. Þeir brugðust við með því að heimila beiðnir um fjarlægingu og setja reglur um viðkvæma staði.

Svipað á við um AR-lausrir lítilla og meðalstórra ferðaþjónustufyrirtækja. Ef upplifunin beinir myndavélum gesta óvart að heimilum eða fólksfjölda þarf að huga að því fyrir fram.

Í einu dæmi sýndi sögulegt AR-app gamlar ljósmyndir yfir nútímagötum. Á einni myndinni frá þriðja áratug síðustu aldar var auðþekkjanlegt fólk. Þótt notkunin kynni að vera lögleg ákváðu hönnuðirnir að gera eitt andlit óskýrt eftir að afkomandi taldi óviðeigandi að nota myndina án samþykkis. Þeir tóku þannig tillit til siðferðilegra sjónarmiða þótt lagaskylda væri óviss og áunnu sér traust samfélagsins.

Siðferðileg og lagaleg úrræði og lausnir

❖ Ef þú ert í vafa skaltu spyrja (eða sleppa því)

Ef óvissa ríkir um notkun hugverka skaltu leita leyfis eða velja annan kost.

Það getur virst erfitt að hafa samband við rétthafa, en þeir kunna að vera jákvæðir, sérstaklega ef verkefnið kynnir verk þeirra fyrir nýjum aðdáendum. Til dæmis gæti útgefandi eða dánarþú höfundar veitt sanngjarnt leyfi, jafnvel endurgjaldslaust, fyrir fræðsluverkefni sem notar stuttar tilvitnanir. Hafðu samskiptin fagleg og sýndu fram á ávinning fyrir verkið.

Ef rétthafi gætir vörumerkis síns af mikilli festu getur verið skynsamlegra að hanna efni sem krefst ekki notkunar verndaðra verka. Þú mátt fjalla um staðreyndir og efni í almenningseigu, til dæmis segja að tiltekið atriði hafi verið tekið upp á staðnum og lýsa því með eigin orðum án þess að nota kvikmyndabrot eða vörumerki í kynningu.

Íhugaðu einnig að takmarka notkun leyfisskylds efnis við staðinn sjálfan, ef leyfið heimilar það, í stað þess að birta það á netinu.

❖ Nýttu verk í almenningseigu og staðbundið efni

Sögur í almenningseigu og sögulegar staðreyndir veita aukið svigrúm. Þess vegna byggist margskonar bókmenntaferðaþjónusta á sígildum höfundum á borð við Shakespeare og Jane Austen.

Ef viðfangsefnið er enn höfundarréttarvarið geturðu skapað eigið efni eða nýtt staðbundnar heimildir, til dæmis nýjar sögur byggðar á þjóðsögum eða frumsaminn skáldskap sem tengist þemanu. Þannig verður til nýtt hugverk sem þú átt réttinn að.

Siðferðileg og lagaleg úrræði og lausnir

Kastali sem má ekki nota nöfn úr Game of Thrones gæti til dæmis boðið „Leit að drekasögunni“, innblásna af stemningu þáttanna en byggða á staðbundinni drekasögn og raunverulegri sögu kastalans. Þannig má forðast réttindavanda og um leið auðga upplifunina með menningarlegri sérstöðu.

❖ Tryggðu nauðsynleg leyfi og tryggingar

Gakktu úr skugga um að öll tilskilin leyfi fyrir ferðum og viðburðum séu til staðar. Kannaðu hvort leiðsögumenn þurfi starfsleyfi á svæðinu og fylgdu reglum um dróna, kvikmyndatökur og VR-búnað.

Ábyrgðartrygging er einnig skynsamleg þar sem slys geta orðið í ferðabjónustu. Hún verndar fyrirtækið og eykur öryggi samstarfsaðila.

Ef tæknin vinnur með gögn frá notendum þarf persónuverndarstefnu og hugsanlega ábyrgðaryfirlýsingu þegar þátttaka felur í sér líkamlega áhættu.

❖ Sýndu heimamönnum virðingu og tryggðu þátttöku þeirra

Velferð nærsamfélagsins á að vera hluti af hönnun upplifunarinnar frá upphafi.

Ef vinsælt kvikmyndahús stendur við kyrrláta íbúðagötu skaltu skipuleggja heimsóknir á hæfilegum tímum, ekki snemma morguns eða seint kvölds. Láttu íbúa vita hvenær ferðir fara fram.

Leitaðu leiða til að skapa ávinning fyrir íbúa, til dæmis með viðkomu á fjölskyldureknu kaffihúsi eða með því að láta hluta tekna renna til samfélagssjóðs sem sér um viðhald svæðisins. Þannig verða íbúar virkir samstarfsaðilar.

Á sumum kvikmyndatengdum áfangastöðum hefur þurft að takmarka fjölda gesta eða banna ferðir vegna kvartana íbúa. Mun betra er að fyrirbyggja slíkt með ábyrgri skipulagningu.

Tryggðu að gagnvirka upplifunin valdi ekki menningarlegu, umhverfislegu eða félagslegu tjóni. Það getur falið í sér að breyta gönguleiðum til að koma í veg fyrir rof eða fræða ferðamenn um tillitssemi.

❖ **Siðferðileg meðferð gagna og öryggi**

Ef upplifunin notar app eða safnar gögnum, til dæmis netföngum fyrir AR-innskráningu eða ljósmyndum sem gestir deila, þarf að upplýsa skýrt um það.

Aflaðu samþykkis þegar þess er krafist og fylgdu GDPR, meðal annars með því að safna ekki meiri upplýsingum en nauðsynlegt er og tryggja rétt notenda til að fá aðgang að gögnum sínum eða óska eftir eyðingu þeirra. Þetta eykur traust.

Hugaðu einnig að tæknilegu öryggi. Í AR-leikjum mætti birta áminningu um að stoppa og líta í kringum sig eða nota staðsetningartakmarkanir svo hættuleg svæði séu undanskilin. Að bjóða vatn og hlé í VR-upplifun sýnir einnig umhyggju fyrir gestum.

❖ **Þjálfðu starfsfólk og leiðsögumenn**

Tryggðu að allir sem koma að upplifuninni þekki lagalegar og siðferðilegar leiðbeiningar. Afhentu þeim skýrar reglur, til dæmis byggðar á gátlista um höfundarrétt og umgengni gesta.

Æfið viðbrögð við aðstæðum, svo sem þegar gestur vill fara inn á einkasvæði eða spyr viðkvæmrar spurningar. Vel þjálfður leiðsögumaður getur brugðist kurteislega við þegar gestir sýna óviðeigandi hegðun, til dæmis klifra á viðkvæmum minnisvarða til að taka sjálfsmynd.

Mótaðu aðgerðaáætlun

Hugsum okkur smábæ sem vill halda kvikmyndahátíð og bjóða ferðir tengdar þrileik sem tekinn var upp á svæðinu. Skipuleggjendurnir, upphaflega aðeins tveir, fylgdu markvissri þróunaráætlun:

Áfangi 1 (ár 0–1: Undirbúningur og tilraunaverkefni)

Mánuðum var varið í skipulagningu og að tryggja stuðning bæjaryfirvalda og fyrirtækja á svæðinu. Ákveðið var að halda gagnvirka kvikmyndahátíð yfir eina helgi til að kanna áhuga, með leiðsögn um kvikmyndatökustaði, kvikmyndasýningum og einföldu hlutverkaspili.

Verkefnið fékk minni styrk og stuðning frá hóteli á staðnum og var einkum markaðssett til aðdáenda á netinu. Um 200 gestir sóttu hátíðina og viðbrögðin voru jákvæð, þótt bæta þyrfti merkingar og lengd ferða. Viðburðurinn var nýttur sem tilraunaverkefni fyrir frekari þróun.

Áfangi 2 (ár 1–2: Formleg opnun og reglulegur rekstur)

Með hliðsjón af endurgjöf úr tilraunaverkefninu var ferðin lengd, fleiri leiðsögumenn þjáfaðir og merkingar bættar. Vikulegar ferðir voru síðan í boði yfir sumarið, vefsíða opnuð til að viðhalda áhuga allt árið og ferðir seldar í pakka með hótलगistingu.

Bókunum fjölgaði jafnt og þétt og á öðru ári hafði þátttaka á árlegu hátíðinni tvöfaldast. Fylgst var með lykilmælikvörðum á borð við þátttöku, miðasölu, sölu á varningi og ánægju gesta, sem mældist að meðaltali 4,5 af 5.

Áfangi 3 (ár 3–5: Stækkun og samstarf)

Þegar árangur verkefnisins varð sýnilegur fékk það stuðning ferðaþjónustuyfirvalda og umfjöllun í landsmarkaðsherferð sem jók sýnileika þess.

Verkefnið var síðan stækkað með gagnvirku AR-forriti, þróðu í samstarfi við sprotafyrirtæki í tæknigeiranum. Einnig var opnuð lítil sýningarmiðstöð með munum úr kvikmyndatökunum og aðstöðu til myndatöku. Aðgangur var ókeypis til að vekja áhuga gesta og hvetja þá til að bóka ferðir.

Áfangi 3 (ár 3–5: Stækkun og samstarf)

Á fimmta ári höfðu gagnvirku ferðirnar og hátíðin vakið verulega athygli á bænum og laðað að þúsundir gesta árlega. Verkefnið var orðið fjárhagslega sjálfbært og skilaði hagnaði sem gerði kleift að ráða lítið starfslið. Frumkvöðlarnir færðu sig yfir í umsjónarhlutverk og þjálfuðu aðra til að sinna daglegum rekstri.

Þau tóku saman reynslu sína í skýrslu og miðluðu henni til annarra dreifbýlissvæða á ráðstefnu um ferðaþjónustu. Þar var lögð áhersla á hvernig raunhæf skref til skemmri tíma, ásamt skýrri framtíðarsýn, gætu stuðlað að menningarlegri og efnahagslegri endurnýjun með gagnvirkri ferðaþjónustu og veitt öðrum innblástur.

Helstu stefnumótandi aðgerðir: Hagsmunaaðilum var haldið virkum í verkefninu; bæjaryfirvöld sáu ávinninginn fyrir atvinnulífið og góðri stýringu á gestafjölda var beitt til að tryggja sátt íbúa. Verkefnið sýndi einnig sveigjanleika. Þegar deilur tengdar kvikmyndinni komu upp var markaðssetningunni breytt hratt og áherslan færð yfir á jákvæðari þætti.

Hagnaði var markvisst varið í frekari þróun, meðal annars AR-forritið og bætta innviði. Skýr markmið og mælikvarðar voru settir, til dæmis 20% árleg fjölgun gesta, og árangurinn nýttur til að sækja frekari fjármögnun. Einnig voru til staðar viðbragðsáætlanir, tryggingar og varasjóður. Þegar óveður varð til þess að aflýsa þurfti fjölda ferða eitt árið var tekjutapið unnið upp árið eftir með fleiri viðburðum.

Dæmið sýnir hvernig áfangaskipt þróun, reglulegt mat og stöðugar umbætur geta stuðlað að sjálfbærum vexti. Það sýnir einnig mikilvægi stefnumótandi samstarfs, til dæmis við tæknifyrirtæki og ferðaþjónustuyfirvöld, sem getur aukið áhrif verkefnis langt umfram það sem hægt væri að ná án samstarfs.

Aðstæður í þínu verkefni verða aðrar, en ferlið er hið sama: skipuleggja → prófa → hefja starfsemi → meta → stækka. Með því að sjá áskoranir fyrir og bregðast tímanlega við má skipta viðamiklu verkefni niður í viðráðanlega áfanga. Með sex mánaða, tveggja ára og fimm ára áætlunum tengjast dagleg verkefni stærri framtíðarsýn um öfluga og nýskapandi gagnvirka ferðaþjónustu.

Heimildir og frekara lesefni

- ❖ **Leiðbeiningar WIPO um hugverkarétt í ferðaþjónustu:** Alþjóðahugverkastofnunin (WIPO) birtir leiðbeiningar um hugverkarétt í skapandi greinum. Þar má finna dæmisögur og aðgengilegar skýringar á höfundarrétti og vörumerkjum sem nýtast einnig í ferðaþjónustu.
- ❖ **Creative Commons og efni í almenningseigu:** Á vef Creative Commons má finna efni með mismunandi notkunarleyfum og á Project Gutenberg og Europeana má finna texta og myndir í almenningseigu. Slíkt efni getur sparað bæði kostnað og réttindavinna. Fylgdu þó alltaf skilmálum leyfa, til dæmis um höfundartilvísun. CC BY krefst þess að höfundar sé getið en CC0 felur almennt ekki í sér slíka kröfu.
- ❖ **Persónuvernd fyrir lítil fyrirtæki:** Persónuvernd býður upp á sérstakt þjónustuborð og fræðsluefni sem er sérsniðið að litlum og meðalstórum fyrirtækjum (SME) til að hjálpa þeim að uppfylla kröfur persónuverndarlaga (GDPR). Þjónustuborðið aðstoðar við svörun fyrirspurna og yfirlestur á helstu skjölum, svo sem persónuverndarstefnum og vinnsluskrám
- ❖ **Kannaðu staðbundnar reglur:** Hafðu samband við ferðamálayfirvöld eða sveitarfélagið til að kanna leyfi og leiðbeiningar. Sérstakar reglur geta gilt um AR-lausnir, vörpun, skilti og starfsemi á minjastöðum. Snemmbúið samráð getur komið í veg fyrir vandamál og jafnvel skapað ný samstarfstækifæri.

Heimildir og frekara lesefni

- ❖ **Siðferðileg viðmið í ferðapjónustu:** Kynntu þér viðmið á borð við alþjóðlegar siðareglur UNWTO um ferðapjónustu og önnur viðeigandi viðmið fyrir gagnvirka tækni, ef þau eru tiltæk. Þau minna á mikilvægi menningarlegrar virðingar, sjálfbærni og inngildingar. Þótt slík viðmið séu ekki endilega lagalega bindandi geta þau styrkt trúverðugleika verkefnisins.

Það er kostur að geta sýnt fram á að upplifunin fylgi meginreglum sjálfbærrar og ábyrgrar ferðapjónustu. Fylgstu með nýjum leiðbeiningum og umræðu um siðferðileg álitamál tengd AR og VR í ferðapjónustu. Þannig geturðu stuðlað að ábyrgri nýsköpun í þínu nærsamfélagi.



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism



www.uplifttourism.eu



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.