



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

Filmski in literarni turizem kot potopitveno doživetje

Delavnica 03

*Proračun, stroški,
finančno
načrtovanje in
odgovorna praksa*

Naučite se, kako potopitvena doživetja načrtovati in izvesti cenovno dostopno ter trajnostno, z orodji in tehnikami, prilagojenimi vašemu proračunu in zmogljivostim.

Skupaj bomo raziskali praktične strategije za varčevanje s stroški, finančno načrtovanje, odgovorne pristope k izvedbi za zagotavljanje močnih doživetij za obiskovalce — tudi z majhnim proračunom.

Januar 2026

Avtor: 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.

Vsebina



- ❖ **Uvod Delavnica 3** (*stran 3*)
- ❖ **Ključni izzivi** (*stran 7*)
- ❖ **Ključne priložnosti** (*stran 8*)
- ❖ **Študija primera: Razstava Mali princ, Francija** (*stran 10*)
- ❖ **Razlaga ključnih pojmov** (*stran 12*)
- ❖ **Uvod v Delavnico 3** (*stran 20*)

Razprava na delavnici 1 (*stran 22*)

- **Priprava realističnega proračuna** (*stran 24*)
Spoznajte stroškovne komponente, enkratne/stalne stroške in donosnost naložbe
- **Prepoznavanje stroškovnih dejavnikov** (*stran 28*)
- **Prilagoditev in ponovna uporaba namesto gradnje** (*stran 32*)
- **Cenovno dostopni in prenosljivi pristopi** (*stran 34*)

Razprava na delavnici 2 (*stran 39*)

- **Intelektualna lastnina in avtorske pravice** (*stran 42*)
Vključuje varstvo podatkov, uporabo domen, etiko, blagovne znamke, uporabo vsebine, javno varnost in dostopnost.
- **Pogosti izzivi in razkriti miti** (*stran 44*)
- **Vodena vprašanja za razpravo na delavnici** (*stran 49*)

Kako ta delavnica nadgrajuje prejšnja srečanja

Ta delavnica nadgrajuje prejšnja srečanja, na katerih smo raziskovali potopitveni turizem in oblikovanje doživetij.

- ❖ Medtem ko je Delavnica 1 predstavila koncept potopitvenega turizma,
- ❖ delavnica 2 pa raziskala, kako naj se potopitvene zamisli uskladijo z vašo blagovno znamko in občinstvom, se ta delavnica osredotoča na praktično stran izvajanja teh zamisli.

V tej delavnici raziskujemo:

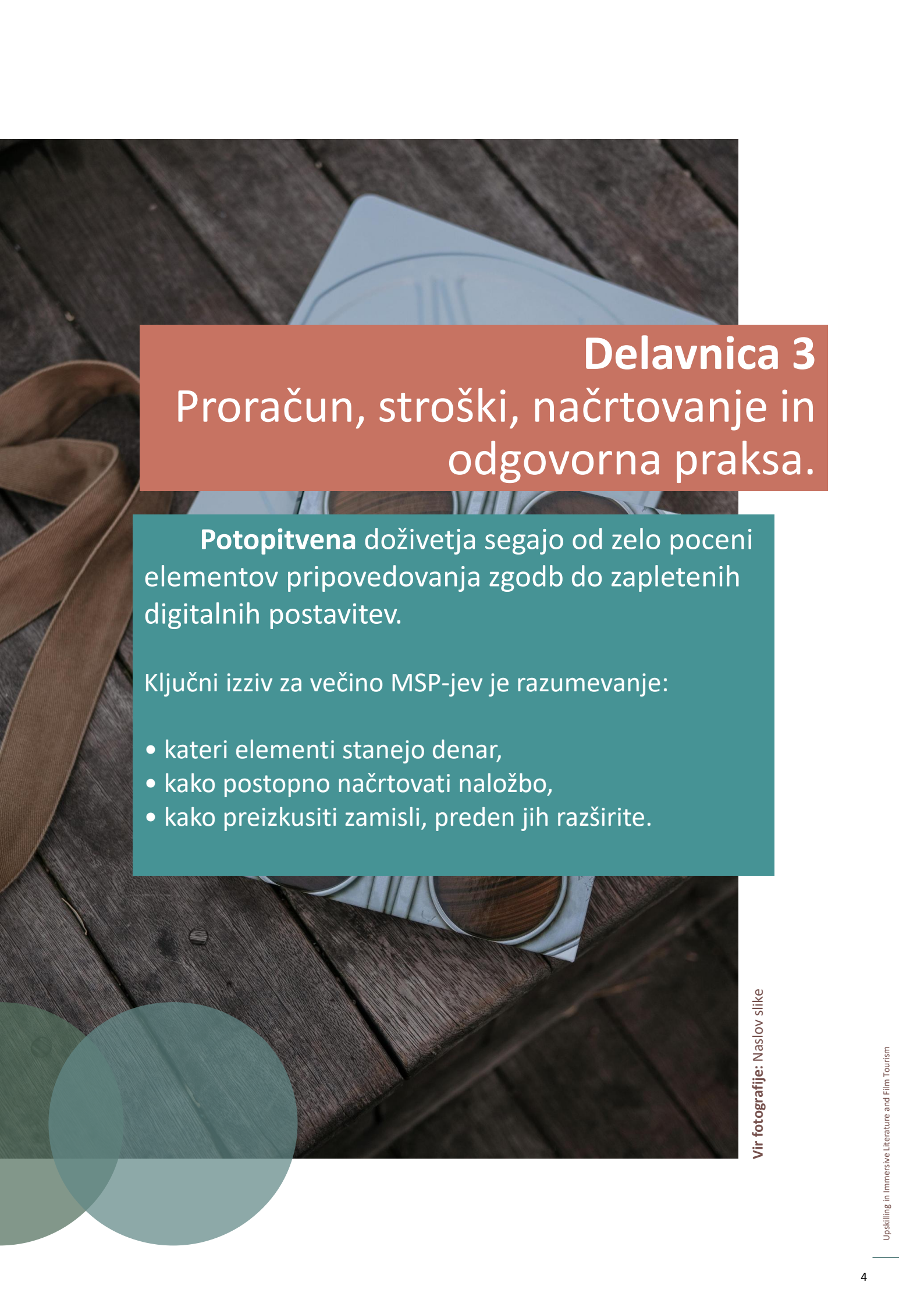
- razumevanje resničnih stroškov, povezanih s potopitvenimi doživetji,
- prepoznavanje ključnih stroškovnih dejavnikov in finančnih tveganj,
- načrtovanje cenovno dostopnih pilotnih projektov in fazne naložbe,
- raziskovanje priložnosti za financiranje in partnerstva,
- zagotavljanje odgovorne in trajnostne izvedbe.

Ta delavnica vam pomaga razumeti resnične stroške razvoja potopitvenih doživetij in kako jih praktično, obvladljivo in odgovorno načrtovati.

Raziskuje cenovno dostopne in razširljive pristope ter prikazuje, kako je mogoče potopitvene zamisli preizkusiti in uvesti prek nizkocenovnih pilotov, faznega proračuna in postopne naložbe, ko rasteta zaupanje in povpraševanje.

Delavnica predstavi tudi ključne pravne, avtorskopravne in etične vidike, vključno z dovoljenji, lastništvom vsebine, varstvom podatkov in kulturno občutljivostjo — kar vam pomaga že v izhodišču se izogniti pogostim tveganjem in sprejemati informirane odločitve.

Cilj je turističnim podjetjem pomagati načrtovati potopitvena doživetja, ki so finančno realistična, trajnostna in usklajena z dolgoročnimi poslovnimi cilji.



Delavnica 3

Proračun, stroški, načrtovanje in odgovorna praksa.

Potopitvena doživetja segajo od zelo poceni elementov pripovedovanja zgodb do zapletenih digitalnih postavitev.

Ključni izziv za večino MSP-jev je razumevanje:

- kateri elementi stanejo denar,
- kako postopno načrtovati naložbo,
- kako preizkusiti zamisli, preden jih razširite.

Vir fotografije: Naslov slike

Finančna resničnost potopitvenih doživetij

V tej delavnici se premaknemo od vprašanja „Kaj lahko naredimo?“ k vprašanju „Kaj lahko realistično zagotovimo — in vzdržujemo?“.

Eno najbolj zastrašujočih vprašanj o potopitveni tehnologiji je „**Koliko nas bo to stalo?**“ – ne le v denarju, temveč tudi v času in virih. Ta tema se proračuna in financ loteva na zelo dostopen način. Razčlenili bomo stroške, povezane z različnimi potopitvenimi možnostmi (od nizkotehnoloških čutnih dodatkov do visokotehnoloških VR-postavitvev), in se pogovorili, kako zanje pametno pripraviti proračun.

Pomembno je, da bomo ovrgli mit, da je vse potopitveno nedostopno drago – pogosto obstajajo poceni ali postopni pristopi. Razpravljali bomo tudi o možnih virih financiranja: subvencijah, sponzorstvih, partnerstvih ali faznih naložbah, tako da malim podjetjem ni treba nositi celotnega bremena naenkrat.

Cilj je, da vam omogočimo sprejemanje informiranih finančnih odločitev: kaj si lahko privoščite zdaj, kakšna je potencialna donosnost naložbe (ROI) in kako načrtovati stalne stroške (vzdrževanje, posodobitve). Na koncu bi morali biti bolj samozavestni pri gradnji poslovnega primera za svoj poglobljen projekt, ki nagovarja evre in cente, ne le „kul faktor“.

Zakaj je to pomembno?

Potopitveni projekti so lahko razburljivi – a zahtevajo skrbno načrtovanje. Ustvarjanje vsebine, naprave, razvoj programske opreme in stalno vzdrževanje – vse to stane denar. Pokazali vam bomo, kako te stroške razčleniti na obvladljive dele, začnši s cenovno dostopnimi, razširljivimi piloti. Na primer, začnite s kratko zvočno turo s QR-kodo ali natisnjenim zgodbenim zemljevidom, da preverite zanimanje, preden vložite v aplikacijo ali VR-doživetje.

Prav tako se vnaprej lotimo pravnih in etičnih vprašanj: pridobivanje pravic (literarni odlomki, filmski posnetki), zagotavljanje dostopnosti in zaščita podatkov obiskovalcev. Če to zanemarite, lahko nastanejo skriti stroški ali obveznosti.

Najpomembneje je, da mora vsak izdatek biti usklajen z vašo blagovno znamko in cilji obiskovalcev. Ne gradite tehnologije zaradi tehnologije same: vlagajte le, kadar to jasno poglobi zgodbo ali izboljša doživetje obiskovalcev na način, ki ustreza vaši temi. Na primer, namesto drage prilagojene aplikacije bi lahko dobro zasnovana zvočna pripoved dosegla vaše cilje enako učinkovito. Naučili vas bomo uskladiti proračun z rezultati – tako da boste vlagali modro.

Govorimo o denarju na razumljiv način. Stroški potopitvene tehnologije segajo od **zelo malo do precej veliko**, odvisno od tega, kaj počnete.

Morda tiskate nekaj panojev za kotiček za fotografiranje s podlogo zvoka – to so majhni enkratni stroški. Medtem ko lahko prilagojena VR-programaska oprema ali najem razvijalcev stane na tisoče evrov. A ne paničarite – običajno se vam ne bo treba takoj poslužiti dražje možnosti. Ta delavnica je zasnovana tako, da večini podjetij in proračunov, tudi tistim brez finančnega znanja, pomaga razumeti osnove priprave proračuna za potopitveni projekt.



Izzivi

- ❖ **„Potopitvena tehnologija je zame prezahtevna, pika.“** – Mit pravi, da vsak AR/VR-projekt zahteva nedosegljiv proračun. Res je, da imajo nekateri projekti visoke cene, a mnoga podjetja so potopitvene rešitve izvedla z minimalnimi sredstvi. Izziv je prednostno razporediti porabo za učinek. Pokazali vam bomo primere cenovno dostopnih pristopov (npr. uporaba pametnih telefonov obiskovalcev namesto nakupa naprav, izkoriščanje brezplačnih platform, začetek s pilotno izvedbo pred širitvijo).

Poleg tega tehnološki stroški padajo, saj orodja postajajo bolj napredna – kar je pred petimi leti stalo 50.000 €, je danes morda izvedljivo za nekaj tisoč € ali manj. Zato tega ne zavržite, preden preučite možnosti. Kot je opozorila raziskava UPLIFT, dostop do financiranja in digitalnih programov narašča, podjetja pa ga lahko izkoristijo.

- ❖ **„Vse moramo proračunsko opredeliti vnaprej (in nimamo denarja).“** – Pravzaprav lahko naložbo izvedete fazno. Izziv je prepričati deležnike, ki želijo popolno razčlenitev stroškov vnaprej. Mit pravi, da zdaj potrebujete velik enkratni znesek. Namesto tega lahko manjše izdatke načrtujete čez čas: npr. začetni preizkus (500 € za demo), nato pa iščete subvencijo ali naslednje leto namenite več za širitev. Stroške lahko vključite tudi v obstoječe proračune (npr. del proračuna za trženje uporabite za AR-preizkus, saj hkrati služi trženju). Razpravljali bomo, kako pripraviti fazni proračun, ki prikaže takojšnjo dostopnost in dolgoročne potrebe, kar ga naredi sprejemljivejšega.
- ❖ **„Ni pomoči pri financiranju – sami smo.“** – Mnogi domnevajo, da kot majhno zasebno podjetje ne morete dobiti subvencij ali zunanjih sredstev. To je mit; v resnici je vse več priložnosti za financiranje digitalnih inovacij v turizmu. Izziv je najti jih in zanje zaprositi. Od skladov EU do lokalnih razpisov za poslovne inovacije ali celo sponzorstva blagovne znamke, ki se želi povezati z inovativnostjo – denar je na voljo. Izpostavili bomo nekaj možnosti in poudarili vključitev tega v vaš finančni načrt.

Ključni izzivi

Izzivi, nadaljevanje ...

Na primer, morda v proračun vključite, da bo 50 % projekta prišlo iz subvencije, za katero boste zaprosili. Del dobre priprave proračuna je tudi načrtovanje za nepredvidene primere (kaj, če je ne dobite?).

- ❖ „**Začnimo, finančni vidik bomo dorekli sproti.**“ – Navdušenje je odlično, a če nimate vsaj grobega proračuna, lahko pride do prekomerne porabe ali zastoja projekta zaradi pomanjkanja sredstev.

Izziv so neznanke: morda ne veste, koliko zaračuna razvijalec. Mit razblinimo tako, da spodbujamo pridobivanje okvirnih ponudb ali predhodno raziskavo. Tudi neformalno povpraševanje vam lahko da številke za izračun. Bolje je imeti oceno in dodati rezervo, kot pa biti presenečen. Zato bomo vadili pripravo preproste proračunske napovedi – brez natančnega štetja centov, dovolj le za usmerjanje odločitev.

Ključne priložnosti

Priložnosti

Dobra novica je, da potopitvenim doživetjem ni treba začeti z velikim proračunom. Večina uspešnih zamisli se začne z **jasno zamislijo, skrbnim načrtovanjem in majhnimi, premišljenimi koraki**. Ko poglobitvi pristopite s strukturiranim proračunom in odgovorno prakso, zmanjšate tveganje in povečate zaupanje. Zamisli lahko preizkusite, se naučite, kaj deluje pri vaših obiskovalcih, in gradite postopoma namesto prezgodnje velike naložbe.

- ❖ **Kot smo omenili, se potopitvena doživetja pogosto dojemajo kot draga, a mnogi uspešni projekti se začnejo z enostavnim pripovedovanjem zgodb in majhnimi piloti.** V resnici je ena največjih priložnosti za podjetja začeti majhno in strateško širiti. Potopitvena izkušnja se ne mora začeti s kompleksnimi AR- ali VR-postavitvami. Lahko se začne s premišljenim pripovedovanjem zgodb, čutnimi podrobnostmi, preprosto projekcijo, z QR-kodo sproženo zvočno vsebino ali strukturiranim sodelovanjem občinstva. Te cenejše vstopne točke podjetjem omogočajo, da zamisli preizkusijo z zmerno naložbo, se naučijo, kaj obiskovalce nagovori, in pridobijo zaupanje, preden se lotijo večjih razvojev. Ta fazni pristop zmanjša finančno tveganje in hkrati ustvarja prostor za inovacije.

Ključne priložnosti

Priložnosti, nadaljevanje ...

- ❖ **Finančno načrtovanje prav tako ustvarja priložnost za razporeditev naložbe skozi čas, namesto da bi potopitveno izkušnjo obravnavali kot enkraten kapitalski izdatek.** Podjetje lahko v prvem letu začne z nizkotehnološkim oblikovanjem pripovedi, v drugem ali tretjem letu uvede lahke digitalne plasti in postopoma vključi naprednejše elemente le, ko obstajata jasno povpraševanje in zmogljivost. Razmišljanje v obzorju enega do petih let omogoča, da potopitveni razvoj raste vzporedno s prihodki, znanjem in operativno pripravljenostjo. Ta stopenjski model spremeni potopitveno razmišljanje v obvladljivo poslovno strategijo namesto v preobsežen skok.
- ❖ **Obstajajo tudi pomembne priložnosti za prihodek.** Dobro zasnovana potopitvena doživetja lahko upravičijo premijske cene, stopenjske pakete ali ekskluzivne skupine z majhnim številom udeležencev. Odprejo lahko nove vire prihodka, kot so digitalni dodatki, vsebina za prenos, tematsko blago, izobraževalne delavnice ali poslovne rezervacije. Poglobitev obiskovalce spodbudi k globljemu sodelovanju, kar pogosto poveča čas zadrževanja, sekundarno porabo in ponovne obiske. Namesto zanašanja izključno na večje število obiskovalcev lahko podjetja izboljšajo donos na obiskovalca z bogatejšim oblikovanjem doživetja.
- ❖ **S finančnega vidika se potopitvene in digitalne pobude močno ujemajo s prednostnimi nalogami inovacij, kulturne dediščine in razvoja turizma.** Mnogi regionalni, nacionalni in evropski programi podpirajo digitalno preobrazbo, kulturno pripovedovanje zgodb, trajnost in razvoj veščin. Umestitev potopitvenega razvoja v te širše agende lahko odklene finančno podporo in zmanjša breme za notranje proračune. Partnerstva z univerzami, ustvarjalnimi praktiki ali tehnološkimi ponudniki lahko dodatno znižajo stroške ob hkratni krepitvi kakovosti in verodostojnosti.
- ❖ **Operativno lahko potopitveno oblikovanje, če je dobro načrtovano, izboljša učinkovitost.** Digitalne interpretacijske plasti lahko zmanjšajo odvisnost od stalnega vodenja v živo, zagotovijo večjezični dostop in razširijo doživetje onkraj fizičnega delovnega časa. Samostojne potopitvene poti ali hibridni digitalno-fizični modeli lahko pomagajo učinkoviteje upravljati tok obiskovalcev. Ko je finančno načrtovanje usklajeno z operativno resničnostjo, potopitveni elementi postanejo orodja za razširljivost, ne pa dodatna obremenitev za osebje in vire.

Ključne priložnosti

Priložnosti, nadaljevanje ...

- ❖ **Odgovorna praksa prav tako predstavlja jasne poslovne priložnosti.** Etično pripovedovanje zgodb, ustrezna dovoljenja, skladnost z avtorskimi pravicami in spoštljivo kulturno predstavljane gradijo zaupanje in ščitijo ugled. V času, ko obiskovalcem avtentičnost in preglednost veliko pomenita, odgovorno oblikovanje krepi verodostojnost blagovne znamke. Trajnostne izbire pri tehnologiji, porabi energije in nabavi lahko dolgoročno znižajo operativne stroške ob hkratni uskladitvi z okoljskimi pričakovanji. Podobno jasne prakse varstva podatkov povečajo zaupanje obiskovalcev v digitalne interakcije.

Navsezadnje skrbno pripravljen proračun in odgovorno načrtovanje spremenita potopitvena doživetja iz ustvarjalnih eksperimentov v strukturane naložbe.

Podjetjem omogočata inovacije brez preobremenitve, preizkušanje pred širitvijo ter uskladitev ustvarjalne ambicije s finančno trajnostjo. Če k potopitveni izkušnji pristopite strateško, ni preprost strošek – je priložnost za krepitev konkurenčnosti, diverzifikacijo prihodkov in pozicioniranje podjetja za dolgoročno rast.

Razstava Mali princ: Atelier des Lumières

Predstavitev svetovne turneje

Lokacija

Pariz - Francija

Kategorija

Razstava

Spletna stran

[Razstava Mali princ v Parizu -
Atelier des Lumières](#)

Družbena omrežja



UPLIFT

Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

Razstava Mali princ

Od strani do slikovnih pik: raziskovanje sveta Malega princa

Razstava **Malega princa** v **Atelier des Lumières** v **Parizu** je osupljiv poklon **Antoineu de Saint-Exupéryju** in njegovi priljubljeni noveli *Le Petit Prince*, eni najbolj prevedenih in cenjenih knjig na svetu. To potopitveno doživetje zgodbo oživi z velikoformatnimi projekcijami, glasbo in animacijo, ki obiskovalce popeljejo v poetično veselje mladega princa. Razstava, ki poteka v industrijski lepoti Atelierja, obiskovalce vseh starosti povabi na potovanje med planeti, zvezdami in puščavskimi pokrajinami, tako kot princ v knjigi.

Antoine de Saint-Exupéry se je rodil v **Lyonu v Franciji leta 1900**, njegovo življenje pilota pa je globoko navdihovalo njegovo pisanje. *Malega princa* je napisal med izgnanstvom v New Yorku med drugo svetovno vojno, pri čemer je svoje filozofske razmisleke o ljubezni, izgubi in absurdnosti odraslosti spletel v brezčasno zgodbo. Razstava poklanja poklon tej dediščini

in [združuje](#) kraje iz besedila z živopisnimi podobami, ki odmevajo izvirnim vodenim akvarelom knjige.

Potopitveno okolje obiskovalcem omogoča sprehod med ozvezdji, srečanje s princesinimi muhastimi spremljevalci – Lisico, Rožo, Lučkarjem – in razmislek o univerzalnih sporočilih zgodbe. Pripoved, tako v francoščini kot angleščini, odmeva po prostoru, citati iz novele pa se kot zvezdni prah pojavljajo po stenah.

Leta **2025** razstava še naprej očara občinstvo in ponuja globoko čustven in vizualno bogat način ponovnega odkrivanja *Malega princa*. Ne glede na to, ali ste dolgoletni oboževalec ali zgodbo odkrivате prvič, vsak korak po galeriji postane del osebnega potovanja skozi čudenje, domišljijo in srce enega najbolj priljubljenih literarnih likov.

[Kliknite, če želite izvedeti več. Prenesite UPLIFT-ove študije primerov](#)

Potopitvene literarne in mestne izkušnje: Nenavadni primer blodečega jaza

Kar razstavo *Mali princ* naredi resnično izjemno, je način, kako na novo zamisli literaturo za sodobni svet. S preoblikovanjem priljubljene knjige v **veččutno potovanje** premosti vrzel med generacijami, učnimi slogi in celo jeziki.

Za nekatere je to prvo **srečanje** s svetom Saint-Exupéryja – ne prek papirja, temveč prek **svetlobe, zvoka in prostora**. Za druge gre za ponovno prebujanje otroških spominov, oživiljenih skozi gibanje in glasbo. Razstava ne nadomešča branja – **ga okrepi**, saj zgodbo naredi neposredno, osebno in

živo.

V tem potopitvenem formatu literatura postane **demokratična in čustvena** – dostopna otrokom, tistim, ki jim jezik ni znan, ali obiskovalcem, ki se bolj povežejo prek vizualnega ali slušnega doživetja. Vsakogar, ne glede na ozadje, povabi, naj začuti zgodbo, se sprehodi skozi in v njenih univerzalnih temah najde svoj pomen.

To je več kot razstava – gre za **kulturni prevod**, ki brezčasne zgodbe pripoveduje v jeziku današnjega dne.

Zlitje umetnosti, tehnologije in čustev

V srcu **Atelier des Lumières** je **najsodobnejša digitalna tehnologija**, ki stene, tla in stropne spremeni v živa platna. Z uporabo **140 video projektorjev** in vrhunskega **prostorskega zvočnega sistema** razstava obiskovalce obda z gibljivimi slikami, barvami in glasbo v monumentalnem obsegu.

Ta potopitveni format občinstvo povabi, naj **stopi v zgodbo** – ne le, da gleda, temveč da začuti. V *Malem princu* akvarelne skice drsijo čez ogromne stene, planeti krožijo pod nogami, besede pa odmevajo v svetlobi in

zvoku. Gre za globoko čustveno doživetje, ki briše mejo med opazovalcem in umetnino.

Tukaj tehnologija ne moti – **okrepi čustva**, poveča čudenje in da literaturi nov jezik: svetlobo.

Razstava Mali princ v Parizu



„Tudi najbolj pusti kraji skrivajo nekaj dragocenega.“

– *Antoine de Saint-Exupéry,*
Mali princ





Razlaga pojmov

Proračun, stroški, finančno
načrtovanje in odgovorna
praksa.



Vir fotografije: Naslov slike

Razlaga finančnih pojmov

- ❖ **Enkratni v primerjavi s stalnimi stroški:** *Enkratni* (kapitalski) stroški se plačajo le enkrat med vzpostavitev, npr. nakup opreme ali izdelava začetne vsebine. *Stalni* (operativni) stroški se ponavljajo redno, npr. programske licence, plače osebja, vzdrževanje opreme. Ločevanje teh dveh vrst pomaga načrtovati denarni tok in realistično oblikovanje cen.
- ❖ **Visoki začetni stroški:** Velike začetne naložbe, potrebne pred zagonom potopitvenega doživetja — pogosto jih navajajo tehnološki ponudniki za razvoj AR/VR, prilagojene aplikacije, strojno opremo ali postavitev.

Visoke ponudbe (20.000–100.000 €+) lahko zavrejo inovacije, saj se mala turistična podjetja ob strošku potopitvenih rešitev prestrašijo in mislijo, da to „praktično ni zanje“. Prav tako mnogi tehnološki ponudniki navajajo visoke zneske. Z majhnim začetkom (npr. pilotna izvedba za 3.000–5.000 €) ohranite nizko tveganje in najprej preizkusite vključenost. Fáilte Ireland navaja primere **kapitalskih subvencij do 200.000 €**, a hkrati spodbuja fazne pilotne izvedbe.

- ❖ **Podcenjeni skriti stroški:** Stroški, ki v začetni ponudbi niso očitni, a nastanejo med izvedbo in vzdrževanjem.

Pogosti skriti stroški so montaža in post-produkcija, stroški gostovanja (spletna stran, aplikacijski strežniki), naročnine na programsko opremo, zavarovanje opreme, usposabljanje osebja, stalne posodobitve, tehnična podpora in vaš lastni čas.

Digitalno mora okrepiti zgodbo — ne postati zgodba.

Poskusite ponovno uporabiti obstoječa orodja (AR na pametnem telefonu, YouTube, QR-kode), da se izognete prilagojenemu razvoju. („Digitalno mora okrepiti zgodbo,“ svetuje Fáilte Ireland.)

- ❖ **Avtorske pravice in dovoljenja:** Pravne pravice, ki ščitijo ustvarjalna dela (film, scenariji, glasba, slike, liki). Ponovna uporaba znanega prizora brez dovoljenja krši avtorske pravice.

Razlaga finančnih pojmov

- ❖ **Enkratni v primerjavi s stalnimi stroški:** *Enkratni* (kapitalski) stroški se plačajo le enkrat med vzpostavitev, npr. nakup opreme ali izdelava začetne vsebine. *Stalni* (operativni) stroški se ponavljajo redno, npr. programske licence, plače osebja, vzdrževanje opreme. Ločevanje teh dveh vrst pomaga načrtovati denarni tok in realistično oblikovanje cen.
- ❖ **Visoki začetni stroški:** Velike začetne naložbe, potrebne pred zagonom potopitvenega doživetja — pogosto jih navajajo tehnološki ponudniki za razvoj AR/VR, prilagojene aplikacije, strojno opremo ali postavitev.

Visoke ponudbe (20.000–100.000 €+) lahko zavrejo inovacije, saj se mala turistična podjetja ob strošku potopitvenih rešitev prestrašijo in mislijo, da to „praktično ni zanje“. Prav tako mnogi tehnološki ponudniki navajajo visoke zneske. Z majhnim začetkom (npr. pilotna izvedba za 3.000–5.000 €) ohranite nizko tveganje in najprej preizkusite vključenost. Fáilte Ireland navaja primere **kapitalskih subvencij do 200.000 €**, a hkrati spodbuja fazne pilotne izvedbe.

- ❖ **Podcenjeni skriti stroški:** Stroški, ki v začetni ponudbi niso očitni, a nastanejo med izvedbo in vzdrževanjem.

Pogosti skriti stroški so montaža in post-produkcija, stroški gostovanja (spletna stran, aplikacijski strežniki), naročnine na programsko opremo, zavarovanje opreme, usposabljanje osebja, stalne posodobitve, tehnična podpora in vaš lastni čas.

Digitalno mora okrepiti zgodbo — ne postati zgodba.

Poskusite ponovno uporabiti obstoječa orodja (AR na pametnem telefonu, YouTube, QR-kode), da se izognete prilagojenemu razvoju. („Digitalno mora okrepiti zgodbo,“ svetuje Fáilte Ireland.)

- ❖ **Avtorske pravice in dovoljenja:** Pravne pravice, ki ščitijo ustvarjalna dela (film, scenariji, glasba, slike, liki). Ponovna uporaba znanega prizora brez dovoljenja krši avtorske pravice.

Razlaga finančnih pojmov

Irsko pravo ustvarjalcem podeljuje moralni pravici „avtorstva“ in „integritete“ – kar pomeni, da imajo prvotni filmski ustvarjalci pravico biti navedeni in da njihovo delo ne sme biti izkrivljeno. Varen pristop je, da črpate navdih pri lokaciji ali temi, ne pa da jo dobesedno kopirate.

Moralne pravice (irsko pravo)

Pravica do avtorstva – ustvarjalec mora biti naveden.

Pravica do integritete – njegovo delo ne sme biti izkrivljeno ali napačno predstavljeno.

Te pravice veljajo tudi, če s tem ne zaslužite denarja.

Povezan pojem – intelektualna lastnina (IP): Vse pravne pravice, povezane z ustvarjalno vsebino.

Varstvo podatkov in soglasje: Pravna odgovornost za ravnanje z osebnimi podatki (e-pošta, fotografije, video, imena).

V skladu z **GDPR (Splošno uredbo o varstvu podatkov):**

Če zbirate ali shranjujete osebne podatke, morate:

- pojasniti, zakaj jih zbirate,
- jih varno shraniti,
- ljudem omogočiti umik soglasja.

Če zbirate kakršne koli osebne podatke (npr. prijave) ali snemate obiskovalce, velja GDPR. Na manjših dogodkih je najlažje pridobiti pisno ali implicitno soglasje. Uporabite jasno označevanje: npr. „Razstava vključuje snemanje – udeležba pomeni soglasje.“ (To sledi smernicam DPC o preglednosti glede fotografiranja na dogodkih.)

Ustvarjalno financiranje: Ustvarjalna uporaba manjšega financiranja za preizkušanje zamisli pred večjo naložbo. Irska ponuja majhne subvencije in financiranje, na primer:

- Kreativne subvencije lokalnih oblasti (3.000–10.000 €)
- Subvencije Creative Ireland (pogosto do 5.000 €)
- Financiranje LEADER (razlikuje se po regijah)
- Skladi za skupnostne umetnosti in dediščino

Razlaga finančnih pojmov

Te **majhne subvencije** običajno ustrezajo pilotnim projektom. Shema Creative Communities okrožja Cork financira lokalne umetniške projekte s 3.000–10.000 €. Subvencije Creative Ireland so omejene na 5.000 € na projekt. Že razmeroma majhno začetno financiranje (1.000 do 5.000 evrov) lahko omogoči izvedbo pilotnega projekta, če ga podpirajo prostovoljci, študentski praktikanti in prispevki skupnosti.

Majhne subvencije v kombinaciji s stvarno podporo lahko naredijo zamisel za 3.000 € izvedljivo.

Razširljiva rast: Zasnova majhnega projekta tako, da lahko ob uspehu raste.

Cilj pilota ni popolnost — je dokaz koncepta.
Ko je zanimanje obiskovalcev dokazano:

- zaprosite za regionalne turistične subvencije,
- obrnite se na destinacijske marketinške organizacije,
- zagotovite si sponzorstvo,
- zgradite partnerstva.

Povezani pojmi:

- **Dokaz koncepta (PoC):** Dokaz, da zamisel deluje.
- **Donos na vključenost (ROE):** Interakcija obiskovalcev, deljenja, čas zadrževanja.
- **Donosnost naložbe (ROI):** Finančni donos glede na strošek.

Z dokazovanjem zanimanja obiskovalcev si olajšate dostop do večjih sredstev pozneje (regionalne turistične subvencije, sofinanciranje itd.). Preglednost proračuna prav tako gradi zaupanje z deležniki.

Dodatni koristni pojmi za Delavnico 3

Kapitalski izdatki (CapEx): Denar, porabljen za dolgoročna sredstva (oprema, postavitve).

Razlaga finančnih pojmov

Operativni izdatki (OpEx): Stalni tekoči stroški (naročnine, gostovanje, plače).

Obvladovanje tveganja: Zmanjšanje finančne izpostavljenosti s preizkušanjem pred širitvijo.

Trajnost pri financah. Zagotavljati, da je potopitveno doživetje:

- mogoče vzdrževati,
- ne zahteva stalnega ponovnega vlaganja,
- podpira dolgoročno poslovno vzdržnost.

Kako se to ujema z Delavnico 3

Vsi udeleženci Delavnice 3 naj bi odšli z razumevanjem, da:

- Potopitveno ne pomeni drago.
- Majhne pilotne izvedbe zmanjšajo tveganje.
- Pravna in etična praksa ščiti vaše podjetje.
- Financiranje je pogosto na voljo na mikroravni.
- Rast naj bo stopenjska, ne naglica.

Pojasneni tehnični pojmi

- ❖ **AR (obogatena resničnost):** Tehnologija, ki digitalno vsebino (slike, 3D-modele, zvok, besedilo) prekrije čez resnični svet prek naprav, kot so pametni telefoni ali AR-očala. Na primer, AR-aplikacija lahko prek kamere telefona pokaže zgodovinsko osebnost, ki stoji na tleh muzeja.
- ❖ **VR (navidezna resničnost):** Popolnoma simulirano 3D-okolje, doživeto prek naglavnega prikazovalnika ali VR-sistema. Uporabniki se počutijo „znotraj“ digitalnega sveta (npr. rekonstruiranega zgodovinskega prizorišča) in se lahko ozirajo okoli sebe ali komunicirajo, kot da je resnično. VR običajno zahteva naglavne prikazovalnike in včasih ročne kontrolnike.
- ❖ **Projekcijsko preslikavanje:** Način projiciranja videa ali animacij na 3D-predmete ali površine stavb, tako da postanejo del prikaza. Na primer, projekcija prizora starega bojišča na zidove trdnjave stavbo spremeni v aktivno zgodbeno platno. Za razliko od ploske projekcije preslikavanje „ovija“ vsebino okoli oblik resničnih predmetov.
- ❖ **Interaktivni kiosk:** Postaja z zaslonom na dotik (pogosto v obiskovalskih centrih ali na razstavah), ki obiskovalcem omogoča brskanje po vsebini ali zemljevidih na kraju samem. Namesto brošure lahko turisti na zaslonu kioska ogledajo interaktivni zemljevid, si ogledajo video turo ali odigrajo kviz. Kioski „premoščajo digitalno in fizično raziskovanje“ s ponudbo multimedijske vsebine na dosegu roke.
- ❖ **Vodnik QR/zvočni vodnik:** *QR-kode* so tisti kvadratni črtni kodi, ki jih skenirate s kamero pametnega telefona, da odprete spletno vsebino. V turizmu lahko QR-koda, postavljena ob razstavnem predmetu, ob skeniranju predvaja zvočno pripoved ali prikaže fotografije. *Zvočni vodnik* je preprosto posneta pripoved (pogosto prek telefona ali izposojene naprave), ki se samodejno predvaja, ko obiskovalec hodi po poti ali pritisne „naprej“ na digitalnem zemljevidu. Oba sta poceni načina za dodajanje zvočnega pripovedovanja zgodb.

Razlaga tehničnih pojmov

- ❖ **Digitalni potni list:** Mobilna aplikacija „potni list“ za turiste. Ko se obiskovalci prijavijo (skenirajo kodo ali se dotaknejo) pri sodelujočih lokacijah/podjetjih, zberejo digitalne žige, popuste ali točke. Na primer, mesto lahko podari brezplačen spominek, če nekdo obišče vseh 5 kulturnih znamenitosti na svojem digitalnem potnem listu. Ta igrifikacija ljudi spodbuja k raziskovanju več lokalnih znamenitosti.
- ❖ **AR-filtri za deljenje:** Zabavni učinki (priljubljeni na Instagramu/Snapchatu), ki na obraz ali ozadje prekrijejo animacije ali 3D-predmete. Ustvarite lahko na primer prilagojen filter za Instagram z lokalnimi simboli (kot je znamenitost ali lik), ki ga obiskovalci uporabijo za fotografiranje. Ti filtri so „deljivi“, ker gostje svoje fotografije objavijo na spletu, s čimer organsko promovirajo vaše doživetje.



Čas za raziskovanje potopitvenih priložnosti

Poglavje za razpravo na delavnici

To poglavje vam pomaga praktično razmisliti o **finančni resničnosti** vaših potopitvenih zamisli. Spodbuja vas, da upoštevate **resnične stroške**, **trajnostno načrtujete** in **sprejemate odgovorne odločitve**, ki ščitijo tako vaše podjetje kot vašo destinacijo. Cilj ni omejiti ustvarjalnost, temveč zagotoviti, da je vaše potopitveno doživetje **finančno realistično**, **etično utemeljeno** in **zasnovano za trajnostno rast**.

Vprašanj se lotite pogovorno — za osebni razmislek, timsko razpravo ali skupinske delavnice. Ni pravih ali napačnih odgovorov. Cilj je raziskati možnosti, odkriti priložnosti in prepoznati, kaj se zdi realistično in avtentično za vaš poslovni kontekst.

Pregled razpravljalne delavnice

Povzetek:

Potopitveni turistični projekti se lahko *zdi*jo dragi, a pametno načrtovanje stroške razdeli na enkratne naložbe in stalne izdatke.

S kartiranjem kapitalskih izdatkov (nakup opreme, ustvarjanje vsebine, postavitve) v primerjavi s ponavljajočimi se stroški (naročnine na programsko opremo, osebje, posodobitve) se izognete poznejšim presenečenjem.

Ta delavnica pokriva praktično pripravo proračuna, strategije poceni pilotnih izvedb ter etično/pravni kontrolni seznam za turistično tehnologijo (GDPR, IP, kulturno spoštovanje).

Uporabljamo preprost jezik in resnične primere, tako da lahko odgovorno načrtujejo tudi tisti, ki so na področju uporabe tehnologije začetniki.

Namen razprave:

Pomagati ekipam razumeti **resnične stroške** in **potrebe po denarnem toku** potopitvenega doživetja ter kako zasnovati **trajnostni proračun**. Opredelili bomo

- ❖ vse **glavne stroškovne kategorije** (strojna oprema, vsebina, kadri itd.),
- ❖ ločili **enkratne naložbe** od **ponavljajočih se izdatkov**
- ❖ in raziskali **cenovno dostopne/razširljive pristope** (pilotne izvedbe, fazne proračune).

Pokrili bomo tudi **pravne/etične odgovornosti** (varstvo podatkov, dovoljenja, dostopnost), da nič ne spregledamo.

Na koncu bi morali udeleženci znati skicirati osnovni proračun, poiskati strategije za varčevanje s stroški in poznati zunanja pravila, ki veljajo za njihov projekt.



Poglavje 1

Proračun, stroški, finančno načrtovanje



Vir fotografije: Naslov slike



Delavnica 3, Poglavje 1

Razprava

1. Priprava realističnega proračuna (stran 24)

Spoznajte stroškovne komponente, enkratne v primerjavi s stalnimi stroški ter donosnost naložbe

2. Prepoznavanje stroškovnih dejavnikov (stran 28)

3. Prilagoditev in ponovna uporaba namesto gradnje (stran 32)

4. Cenovno dostopni in razširljivi pristopi (stran 34)



Tema delavnice

Priprava realističnega proračuna

Zakaj je to pomembno: Za pomoč udeležencem:

- razumeti, od kod resnično izvirajo stroški potopitvenih projektov,
- ločiti enkratne od stalnih stroškov,
- prepoznati vrednost in donos,
- raziskati ustvarjalne možnosti financiranja,
- zgraditi finančno samozavest.

Ta seja se premakne od *zamisli* k *izvedbi*.

Opomba: 5 glavnih stroškovnih kategorij

- 1 Produkcija vsebine
- 2 Tehnološke platforme
- 3 Strojna oprema
- 4 Postavitev in oblikovanje
- 5 Vzdrževanje in posodobitve

Vprašanje za razpravo 1: Stroškovne komponente

❖ *Katere so glavne stroškovne komponente pri izvedbi vašega potopitvenega doživetja?*

Stroškovne komponente so posamezni deli, ki sestavljajo vaš skupni proračun projekta.

Vsi naj naštejejo kategorije stroškovnih komponent: npr. oprema/naprave, programske licence, ustvarjanje vsebine, svetovanje/razvoj, čas osebja, trženje doživetja, vzdrževanje.

Zapisovanje na tablo razgrne kose sestavljanke, ki jih je treba upoštevati.)



Tema delavnice

Priprava realističnega proračuna

Vprašanje za razpravo 2

Enkratni v primerjavi s stalnimi stroški

❖ *Kateri od teh stroškov so enkratni in kateri stalni?*

Enkratni strošek = plačan enkrat (nakup opreme, izgradnja razvoja).

Stalni strošek = ponavljajoč se (naročnine, gostovanje, vzdrževanje, posodobitve).

Zakaj je to pomembno: Mnogi potopitveni projekti ne propadejo zaradi začetnega stroška — temveč ker stalni stroški niso bili načrtovani.

Označite, kateri od naštetih stroškov so: enkratni, mesečni, letni
Se bodo verjetno ponovili čez 2–3 leta? Itd.

Na primer, nakup projektorja je enkraten strošek, naročnina na AR-platformo pa je lahko mesečna. Letno podaljšanje licence = stalni strošek. Zamenjava naprav vsaka 3 leta = prihodnji načrtovan strošek

Stalni stroški lahko vključujejo stvari, kot so letne posodobitve ali zamenjava naprav vsakih nekaj let.

Razumevanje tega pomaga načrtovati trajnost – stalne stroške je treba proračunsko opredeliti tudi za prihodnja leta.)



Tema delavnice

Priprava realističnega proračuna

Vprašanje za razpravo 3

Donosnost naložbe (ROI)

- ❖ *Kako bi ta potopitveni projekt lahko ustvaril vrednost ali donos?*
- ❖ *Kako bo ta potopitvena zamisel ustvarila vrednost?*

ROI = kakšno vrednost projekt ustvari v primerjavi s tem, koliko stane.

Donos je lahko:

- neposreden finančni (prodaja vstopnic, zvišanje cene),
- posreden finančni (rezervacije zunaj sezone),
- strateški (relevantnost blagovne znamke, ponovni obiski),
- operativen (nižji stroški tiskanja).

Zakaj je to pomembno: Pomembno je to prepoznati, saj je del upravičevanja stroška. Zapišite vsaj nekaj pričakovanih koristi v denarnih ali strateških izrazih.). Če vrednosti ne znate izraziti, ne morete upravičiti naložbe.

Razpravljajte, kako potopitveno doživetje ustvarja vrednost (več obiskovalcev, večja vključenost, novi viri prihodka).

- ❖ **Osredotočite se na funkcije, usmerjene k namenu:** denar porabite le za elemente, ki rešujejo resnične potrebe ali interese občinstva
- ❖ Ta **pristop, osredotočen na občinstvo** (npr. interaktivni zemljevidi, če se obiskovalci izgubijo, ali tematsko pripovedovanje zgodb, ki se poveže z vašim občinstvom), pomaga upravičiti stroške
- ❖ **Kasneje spremljajte preproste kazalnike** (število obiskovalcev, čas na doživetju, zadovoljstvo) za merjenje donosnosti naložbe.

Razpravljajte konkretno:

- *Bomo prodali več vstopnic?* npr., +500 obiskovalcev × 10 € = 5.000 € dodatnega prihodka
- Zmanjšali stroške tiskanja? npr., 1.000 manj natisnjenih brošur = 200 € prihranka
- Zvišali cene?
- Pritegnili posle zunaj sezone?
- Ali morda posredne donose, kot je večje zadovoljstvo strank, ki vodi k ponovnim obiskom ali dobrim ocenam. Npr., Višja ocena na TripAdvisorju → močnejše dolgoročno pozicioniranje
- Pridobili sponzorstvo?

<https://chameleon-interactive.com/2024/12/17/planning-your-budget-how-to-invest-wisely-in-immersive-event-technology-solutions/#:~:text=,expand%20based%20on%20proven%20value>



Kliknite **Od ideje do izvedbe 03** za praktično uporabo teh zamisli.



Tema delavnice

Stroškovni dejavniki

Vprašanja za razpravo

1. Prepoznavajte stroškovne dejavnike.

Definicija: Stroškovni dejavnik je vse, kar vaš projekt podraži. To je razlog, zakaj stroški rastejo. Če nekaj povzroči rast proračuna, je stroškovni dejavnik. **Stroškovni dejavnik** je konkretna odločitev, funkcija ali oblikovalska izbira, ki neposredno poveča skupni strošek vašega projekta. Ni le „nekaj dragega“.

- ❖ Kateri so **3 največji stroškovni dejavniki** v vaši zamisli?
- ❖ Katere odločitve v vašem projektu bi **povzročile pomnožitev stroškov** namesto le rahlega zvišanja?
- ❖ Če bi morali **proračun zmanjšati za 40 %**, katere funkcije bi odstranili najprej?

To premakne razmišljanje k strateškemu prednostnemu razvrščanju.

Primeri stroškovnih dejavnikov potopitvenega turizma za AR literarno pot:

- Število lokacij (1 postaja v primerjavi z 10 postajami)
- Raven animacije (preprosto prekritje v primerjavi s celovito 3D-rekonstrukcijo)
- Prilagojena aplikacija v primerjavi z obstoječo platformo
- Večjezična vsebina
- Profesionalni igralci v primerjavi s prostovoljnimi glasovi
- Vrhunski VR-naglavni prikazovalniki v primerjavi s pametnimi telefoni

Bolj ko je doživetje kompleksno → močnejši so stroškovni dejavniki.



Tema delavnice

Stroškovni dejavniki

Kako prepoznati stroškovne dejavnike:

1. Poglejte svoj projekt na 3 ravneh (osnovna, srednja, premium).
2. Za vsako raven zgradite proračun. Proračuni morajo pokriti vse možne izdatke – tako očitne kot skrite. Poleg same glavne atrakcije: strojna oprema (npr. AR/VR-naglavni prikazovalniki, zasloni, senzorji), programska oprema in ustvarjanje vsebine (npr. prilagojena 3D-sredstva, animacije), sistemska integracija, osebje/podpora na kraju samem, logistika prizorišča (internet, razsvetljava, prostor), trženje, zavarovanje itd. **Ti dejavniki se bodo razlikovali glede na obseg in dovršenost projekta.**
3. Za vsako raven se vprašajte – kaj se je spremenilo? Kaj je povzročilo rast stroškov?
4. Zdaj se vprašajte, kaj če bi bil vaš proračun okrnjen. To ustvarja finančni realizem. – Kaj je najtežje odstraniti? Kaj je „lepo imeti“?



Predstavljajte si majhno turistično skupino v **Slignu**, ki ustvarja AR-pesniško pot, po navdihu **W. B. Yeatsa**.

Raziščite dejanske stroške tega, kar bi radi upoštevali pri pripravi proračuna (primeri)

Strojna oprema

- 4–6 tablic za vodene ogleda (400–600 € vsaka)
- Zunanje QR-označevanje (80–120 € na oznako)
- Prenosni WiFi usmerjevalnik za zanesljivost (40 €/mesec)

Programska oprema in ustvarjanje vsebine

- Naročnina na AR-platfomo (npr. 100–300 €/mesec)
- Scenaristika in snemanje govora (800–1.500 € enkratno)
- 3D-animacija zgodovinskih prizorov (1.500–3.000 € glede na kompleksnost)



Integracija

- Testiranje in odpravljanje napak aplikacije (500–1.000 €)
- Grafično oblikovanje za znamčenje (500 €)

Kadri

Tehnično usposobljen vodnik (18–22 €/uro)

Logistika prizorišča

Podaljšanje zavarovanja opreme (300–600 €/leto)

Mnoga irska manjša podjetja podcenjujejo stroške ustvarjanja vsebine — zlasti snemanja govora, animacije in popravkov.

Dodajte potopitveni element

Ko ste ocenili realistične stroške, si predstavljajte tri različice istega projekta, spodaj primeri, kaj upoštevati.

Različica 1 (preprosta) Nizek strošek	Različica 2 (nadgrajena) Stroški znatno rastejo	Različica 3 (premium) Stroški se pomnožijo
• 3 lokacije • QR-kode • Gostovano zvočno pripovedovanje • Osnovno grafično prekritje • Prostovoljci posnamejo pripoved	• 8 lokacij • Po meri oblikovana vizualna podoba • Profesionalni glasovni igralec • Animirana prekritja • Večjezični podnapisi	• 12 lokacij • Povsem prilagojena AR-aplikacija • 3D-zgodovinska rekonstrukcija • Licencirana glasba • Igralci v kostumih • Večjezično snemanje govora • Nadzorna plošča za analitiko podatkov

Kategorija stroškovnega dejavnika	Primeri stroškov	Vrsta stroškovnega dejavnika
Število lokacij	Vsaka postaja poveča ustvarjanje vsebine, snemanje, testiranje in vzdrževanje.	To je dejavnik obsega ali množenja .
Raven animacije/kakovost produkcije	- Preprosto prekritje = nizek strošek 3D-rekonstrukcija = visok strošek	To je dejavnik kompleksnosti .
Prilagojena aplikacija v primerjavi z obstoječo platformo	- Uporaba obstoječe AR-platforme = naročnina - Izdelava prilagojene aplikacije = razvoj, testiranje, posodobitve	To je dejavnik prilagoditve .
Večjezična vsebina	Vsak dodaten jezik pomnoži prevod scenarija, snemanje govora, montažo in nadzor kakovosti.	To je dejavnik podvajanja .
Izbira strojne opreme	- Doživetje na telefonu = nizek strošek opreme - VR-prikazovalniki/tablice = izdatek + vzdrževanje	To je dejavnik strojne opreme .
Profesionalni talenti	Profesionalni igralci, skladatelji, oblikovalci povečajo kakovost produkcije — in strošek.	To je dejavnik kakovosti .





Tema delavnice

Prilagoditev in ponovna uporaba namesto gradnje

Vprašanja za razpravo

Zakaj je to pomembno: Prilagojen VR- ali AR-sistem lahko stane na desettisoče evrov. Mala podjetja naj se najprej vprašajo: „*Kaj lahko prilagodimo od tistega, kar že obstaja?*“ Mnoge potopitvene učinke je mogoče doseči z vnaprej pripravljenimi orodji ali vsebino, ki jo že imate. To ščiti vaš proračun in vam omogoča hitro preizkusiti zamisel.

Vprašanja za razpravo

1. Katera **sredstva** že imamo (fotografije, video posnetki, obstoječi eksponati), ki bi jih lahko uporabili?
2. Ali lahko doživetje ustvarimo s pametnimi telefoni **obiskovalcev** namesto z novo strojno opremo?
3. Bi lahko **360-stopinjska fotografija ali video** nadomestila „polno VR“ postavitev? (Npr. 360-video si je mogoče ogledati na YouTubeu.)
4. Obstajajo **brezplačne ali cenovno dostopne platforme** (npr. Google Poly, AR-kompleti orodij), ki jih lahko uporabimo, preden razvijemo lastno aplikacijo?
5. Katero lahko **preprosto tehnologijo** (QR-kode, mobilne aplikacije) vključimo v naše trenutno mesto?
6. Kako se lahko **izognemo podvojenemu delu**? Na primer, ali lahko uporabimo brezplačen zvok ali glasbo pod licenco creative commons namesto lastne produkcije?
7. Katere **nizkotehnološke alternative** obstajajo (npr. tiskani zgodbeni sestavljanke, pripoved v živo), če tehnologija postane problematična?



Tema delavnice

Prilagoditev in ponovna uporaba namesto gradnje

Koraki za izvedbo

1. **Popis sredstev:** prepoznajte obstoječe medije (fotografije/videi/zvok). Naštejte jih.
2. **Raziščite brezplačna orodja:** Poiščite brezplačne platforme (360-gledalniki, YouTube, Google Street View, AR-aplikacije), ki ustrezajo potrebam.
3. **Hitro razvijte minimalen prototip:** Razvijte minimalen prototip (QR + video, AR-filter za pametni telefon itd.). Ustvarite **dokaz koncepta** s temi orodji. Na primer, posnemite kratek 360-stopinjski posnetek s posojeno kamero in ga preizkusite na telefonih.
4. **Zgodaj zberite povratne informacije:** Pokažite prototip majhnemu občinstvu (osebju, lokalnim prostovoljcem), da preverite uporabnost in zanimanje.
5. **Izpopolnite vsebino:** Izboljšajte zgodbo/dialog z lokalnim vložkom, ne da bi spremenili osnovno poceni tehnologijo.
6. **Odločite se o naslednjih korakih:** Na podlagi rezultatov se odločite, ali boste širili obseg (več lokacij, boljša tehnologija) ali spremenili pristop.



Kliknite **Od ideje do izvedbe 03** za praktično uporabo teh zamisli.



Tema delavnice

Cenovno dostopni in razširljivi pristopi

Izkoristite, kar že imate (preden porabite veliko)

Potopitvena doživetja ne potrebujejo velikega proračuna za začetek.
Potopitvena doživetja se **ne** začnejo s tehnologijo.
Začnejo se s sredstvi.

Največja napaka malih podjetij je predpostavka, da inovacija pomeni nakup nečesa novega. V resnici so najbolj trajnostni potopitveni projekti zgrajeni s pametnejšim kombiniranjem tega, kar že imate.

Najpametnejši projekti:

Začnejo z manjšimi vložki - Ponovno uporabijo obstoječa sredstva - Zgodaj prednostno preizkusijo vključenost - Širijo se le, ko je povpraševanje dokazano - Vlagajo na podlagi dokazov, ne navdušenja

Potopitev ne pomeni porabiti več. Pomeni razmišljati drugače, pametno in inovativno.

Razmislite in raziščite, da najdete ustvarjalno financiranje.

Razmislite o možnih virih: majhne subvencije za kulturo/inovacije, partnerstva s sponzorji (npr. lokalna podjetja, univerze), množično financiranje ali prihodek iz sorodnih dejavnosti. Tudi skromne naložbe lahko posejejo pilot.

Ker so stroški pogosto največja skrb, ne pozabite, da postopno financiranje (usklajeno z vsako fazo projekta) proračun ohranja „obvladljiv in odgovoren“ – širite se le, ko rasteta zanimanje in zaupanje.



Tema delavnice

Cenovno dostopni in razširljivi pristopi

Vprašanja za razpravo

1. Začnite z majhnim

Mnoga potopitvena doživetja propadejo, ker organizacije poskušajo takoj zagnati „popolno vizijo“.

- ❖ Če bi imeli le **3.000 €** za **preizkus svoje potopitvene zamisli**, kaj bi zgradili najprej?
- ❖ Katera je **najpreprostejša različica vašega doživetja**, ki še vedno učinkovito pove zgodbo?
- ❖ Kateri deli vaše zamisli so **nujni**, kateri pa **lepo imeti**?
- ❖ Kako bi lahko **preizkusili zanimanje občinstva**, preden bi veliko vložili?

2. Preizkusite pred širitvijo

Cilj pilotne izvedbe ni popolnost — je učenje.

- ❖ Kaj bi lahko merili med pilotno fazo?
(vključenost obiskovalcev, čas zadrževanja, povratne informacije, deljenje na družbenih omrežjih)
- ❖ Kako bi vedeli, ali je doživetje **vredno razširiti**?
- ❖ Katere povratne informacije obiskovalcev bi pomagale izboljšati doživetje?
- ❖ Kako lahko pilotna izvedba razkrije **nepričakovane stroške ali tehnične izzive**?

3. Zmanjšajte finančno tveganje

Cenovno dostopna potopitvena doživetja se pogosto zanašajo na ustvarjalnost, ne na drago tehnologijo.

Prilagodite in ponovno uporabite, preden gradite

Preden vložite v prilagojeno tehnologijo, se ustavite in vprašajte:



Kaj lahko prilagodimo namesto gradnje iz nič?

Prilagojena tehnologija zveni impresivno, a je draga, tvegana in v zgodnjih fazah pogosto nepotrebna.

Kjer je mogoče, prilagodite ali ponovno uporabite brezplačna/cenejša orodja in vsebino.

Na primer, namesto gradnje iz nič uporabite vnaprej pripravljene platforme (npr. gledalnice 360-slik, AR-aplikacije za pametne telefone).



Imate kakšna obstoječa sredstva, ki bi jih lahko izkoristili?

Razmišljajte v plasteh. Verjetno že imate:

- lokacijo
- zgodbo
- vodnika ali pripovedovalca
- spletno stran
- kanale na družbenih omrežjih
- fotografijo
- video posnetke
- lokalno mrežo

Poglobitev pomeni kombiniranje teh v plastovito doživetje.

Na primer, namesto: 25.000 € prilagojene VR-platforme.

Uporabite:

- lokalno posneto 360-stopinjsko fotografijo,
- naloženo na obstoječo platformo za gledanje,
- dostopno prek QR-kode,
- predvajano na lastnih pametnih telefonih obiskovalcev.



Tema delavnice

Cenovno dostopni in razširljivi pristopi

❖ Katera **obstoječa sredstva** bi lahko uporabili namesto gradnje nečesa novega?

- Zgodovinske literarne lokacije,
- lokalne igralce,
- obstoječe filmske posnetke,
- pametne telefone namesto VR-naglavnih prikazovalnikov.

Kjer je mogoče, prilagodite ali ponovno uporabite brezplačna/cenejša orodja in vsebino.

Na primer, namesto gradnje iz nič uporabite vnaprej pripravljene platforme (npr. gledalnice 360-slik, AR-aplikacije za pametne telefone).

Vsebino ponovno uporabite na več načinov (npr. video tura je lahko uvod v razstavo in hkrati napovednik za družbena omrežja).

Ponovna uporaba in razširljivost uporabe porazdeli stroške skozi čas.

❖ Bi lahko **opremo izposodili ali najeli** namesto nakupa?

❖ Katera **partnerstva** bi lahko pomagala zmanjšati stroške?

- filmske šole
- gledališke skupine
- univerze
- lokalni turistični uradi

Sodelovanje skupnosti

Mnogi uspešni potopitveni turistični projekti vključujejo lokalno skupnost.

❖ Kako bi lahko **lokalni prebivalci sodelovali** pri ustvarjanju doživetja?

❖ Bi lahko **lokalni umetniki, izvajalci ali študentje** pomagali ustvariti vsebino?

❖ Kako bi lahko **vklučenost skupnosti** povečala **avtentičnost in zanimanje obiskovalcev**?



Tema delavnice

Cenovno dostopni in razširljivi pristopi

Fazna izvedba

Vsega vam ni treba narediti naenkrat. Začnite s poceni pilotno izvedbo, s katerim preizkusite eno ali dve funkciji, preden se lotite velike uvedbe.

Kot svetuje en strokovnjak, „Začnite majhno – preizkusite en sam AR-demo ali kiosk – nato širite, ko izmerite vključenost in potrdite vrednost.“

V praksi to pomeni morda začetni najem ali izposoja opreme ali uporabo pojavne postavitve. Postopno uvajanje **zmanjšuje tveganje** in pomaga izboljšati porabo.



Irski primer:

Majhen center v West Corku želi ustvariti popolnoma potopitveno simulacijo filmskega prizora znanega filma. Namesto gradnje 25.000 € VR-doživetja ...

1. FAZA – poceni pilot (3.000–5.000 €)

- ✓ 360° panoramska pokrajina in avtentične stavbe, posnete lokalno. Lokalni igralci in skupnost, oblečeni z rekviziti, znova ustvarijo enega ali več prizorov.
- ✓ Objavljeno na YouTubeu (zasebna povezava)
- ✓ Ogled na pametnih telefonih obiskovalcev
- ✓ Nameščeno označevanje z QR-kodo
- ✓ Kratka 3-minutna potopitvena zgodba

Cilj: Preizkusiti vključenost.



Kliknite **Od ideje do izvedbe 03** za praktično uporabo teh zamisli.



Razdelek 1

Pravo, avtorske pravice in etika



Vir fotografije: Naslov slike

Delavnica 3, Poglavje 2

Razdelek za razpravo



1. Intelaktualna lastnina in avtorske pravice (*stran 42*)
Vključuje varstvo podatkov, uporabo domen, etiko, blagovne znamke, uporabo vsebine, javno varnost in dostopnost.
2. Pogosti izzivi in razkriti miti (*stran 44*)
3. Vodena vprašanja za razpravo na delavnici (*stran 49*)

Pravo, avtorske pravice in etika

Pregled: Potopitveni filmski in literarni turizem pogosto vključuje zgodbe, like in lokacije, ki so lahko zaščiteni s pravicami **intelektualne lastnine (IP)** – poleg tega uporaba tehnologije prinaša vprašanja zasebnosti podatkov, varnosti uporabnikov in kulturne občutljivosti. Ta razdelek je namenjen zagotavljanju, da je vaše razburljivo novo doživetje tudi **pravno skladno in etično utemeljeno**.

Potopitveni filmski in literarni turizem ne deluje v ustvarjalnem vakuumu. Ko gradite doživetja okoli filmov, romanov, likov ali resničnih lokacij, delujete v prostoru, ki ga oblikujejo:

- pravo intelektualne lastnine,
- zaščita blagovnih znamk,
- predpisi o varstvu podatkov,
- odgovornosti za javno varnost,
- kulturna in skupnostna etika.

To poglavje zagotavlja, da je vaše potopitveno doživetje:

- pravno skladno,
- etično odgovorno,
- zavedajoče se skupnosti,
- pripravljeno na prihodnost.

Preprosto povedano, to izgleda takole:

- **Avtorske pravice** (besedilo, slike, video, glasba)
- **Blagovne znamke** (naslovi, logotipi, imena blagovnih znamk)
- **AR/VR na resničnih krajih** (prekrivanje vsebine na stavbah, javnih prostorih)
- **Zasebnost/GDPR** (e-pošta, prijave, fotografije, sprožilci lokacije)
- **Etika** (soglasje, kultura, vpliv na skupnost, varnost, dostopnost)

Cilj ni, da vas prestrašimo, temveč da vas **pripravimo** – tako da poznate pogoste pasti in lahko naredite preproste korake, da se izognete pravnim težavam ter ravnate prav do svoje skupnosti in obiskovalcev.



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Potopitveni filmski in literarni turizem pogosto vključuje zgodbe, like in lokacije, ki so lahko zaščiteni s pravicami intelektualne lastnine (IP) – poleg tega uporaba tehnologije prinaša vprašanja zasebnosti podatkov, varnosti uporabnikov in kulturne občutljivosti. Ta tema je namenjena zagotavljanju, da je vaše razburljivo novo doživetje tudi pravno skladno in etično utemeljeno.

Začnimo s pomirjujočo novico: ni vam treba biti odvetnik, da bi obravnavali osnove pravnih in etičnih vprašanj pri potopitvenih doživetjih. Veliko tega je zdrava pamet, ko poznate ključne točke.

- ❖ **Avtorske pravice** se nanašajo na to, kdo poseduje ustvarjalno gradivo (besedilo, slike, video, glasbo). Če uporabite tuje delo (npr. filmski odlomek ali odlomek iz knjige), običajno potrebujete dovoljenje, razen če gre za javno domeno ali zelo majhen delež, ki spada pod „pošteno uporabo“.
 - Je v **javni domeni**. Javna domena na splošno velja približno 70 let po smrti avtorja v mnogih državah, npr. Shakespeare.
 - Ali pa je vaša uporaba izjemno omejena in ustreza ozkim izjemam „**poštene uporabe**“ (pogosto bolj omejenim, kot ljudje domnevajo).
- ❖ **Blagovne znamke** so imena/logotipi blagovnih znamk – na primer „Harry Potter™“ je zaščiteni znamka, zato je brez dovoljenja ne smete kar uporabiti v naslovu svoje ture (čeprav bi lahko besedna zveza „deček čarovnik iz znane knjige“ bila rešitev).

Preprosto sporočilo: Ne predpostavljajte, da turizem/izobraževanje = samodejno dovoljenje.



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

- ❖ Glede **zasebnosti** – če je vaša AR-aplikacija v bistvu le vizualna in ne zbira osebnih podatkov, ste večinoma v redu. A če od uporabnikov zahtevate prijavo, jih fotografirate/snimate ali sledite njihovi lokaciji, morate upoštevati pravila varstva podatkov (npr. GDPR v Evropi) – kar pogosto pomeni le preglednost in pridobivanje soglasja.
- ❖ **Etika pokriva širše področje**: ali spoštujemo zgodbo in skupnost? Na primer, če uporabljamo folkloro ali sveta mesta, smo se posvetovali z lokalnimi deležniki? Ali skupine ljudi (npr. domorodno zgodbo) predstavljamo natančno in občutljivo? Razpravljali bomo o scenarijih za dvig ozaveščenosti.

Ne pozabite, da etično, pravno skladno doživetje gradi zaupanje in se izogne dramam – lahko je tudi prodajni adut („uradno licencirana tura“ ali „doživetje, odobreno s strani skupnosti“).

Zato se splača vnaprej nameniti nekaj časa tem temam.

Vodena vprašanja za razpravo

- ❖ Je **osnovna zgodba v javni domeni**?
- ❖ Ali po nesreči uporabljamo **podobe ali blagovno znamko sodobne priredbe**?
- ❖ Bi lahko doživetje zgradili okoli **javne domene in lokalne vsebine**, da bi znižali pravne stroške?



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Pogosti izzivi in razkriti miti

„Izobraževalno ali turistično = poštena uporaba.“

Opozorilo na mit

V mnogih pravnih sistemih ni širše izjeme za turizem ali izobraževanje, razen če ste morda registrirana šola. Uporaba avtorsko zaščenega gradiva (npr. filmskih fotogramov, podob likov ali citatov, daljših od kratkih fraz) običajno zahteva dovoljenje ali licenco, tudi če je vaš namen izobraževalen.

Izziv je razumeti, kaj je resnično prosto za uporabo.

- **Dela v javni domeni** (npr. dela Williama Shakespeara ali Jane Austen) so brezplačna, ker je avtorska pravica potekla.
- **Sodobni filmi, romani, scenariji in liki** so zaščiteni.

Obstaja *omejena poštena uporaba*/pravična raba za komentar, kritiko ali parodijo — a je ozka in zelo odvisna od konteksta.

Varneje je predpostaviti, da potrebujete pravice, in nato ugotoviti, ali velja izjema, kot pa obratno.

Namesto nalaganja filmskega odlomka v svoje AR-doživetje razmislite o:

- povezavi na **uradni napovednik** na YouTubu (vdelava uradno naloženih vsebin je na splošno dovoljena, ker jo je imetnik pravic odobril);
- ustvarjanju **lastne izvirne umetnine ali interpretacije prizora** navdihnjene z zgodbo;
- oblikovanju potopitvenega doživetja okoli tem, lokacij ali vzdušja namesto reprodukcije zaščitene vsebine.

Svet lahko prikličete, ne da bi ga kopirali.



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Pogosti izzivi in razkriti miti

„Mi smo majhni, nas ne bo nihče tožil.“

Opozorilo na mit

Mnogi domnevajo, da se veliki studii ali založniki ne bodo ukvarjali z majhnim ponudnikom tur, ki uporablja njihovo intelektualno lastnino.

Resnica: čeprav morda ostanete neopaženi, to ni zagotovljeno.

Pravno gledano biti majhen ne pomeni izjeme. Niste pravno zaščiteni.

- To ne odpravi odgovornosti.
- Ne ščiti vašega ugleda.
- Ne pomaga, če pozneje želite formalno partnerstvo.

Studii in založniki dejansko izdajajo opomine za prenehanje kršitev — tudi majhnim oboževalskim dogodkom ali neodvisnim turam.

Koristna sprememba miselnosti: *Ali bi mi bilo prijetno, če bi nekdo tako uporabil moje izvirno delo brez vprašanja?*

Spoštovanje intelektualne lastnine je tudi pozicioniranje kot resnega, zaupanja vrednega ponudnika — še posebej, če kdaj želite priložnosti za sodelovanje.

Izziv je obvladovanje tveganja: morda se odločite, da je manjša referenca vredna majhnega tveganja, a to naj bo informirana izbira, ne nevednost.

Poleg tožb razmislite tudi o ugledu: želite biti prepoznani kot spoštljivi do pravic ustvarjalcev (še posebej, če kdaj iščete partnerstva z njimi).



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Pogosti izzivi in razkriti miti

„Digitalna vsebina je divji zahod – pravil še ni.“

Opozorilo na mit

Nekateri mislijo, da AR/VR obstaja v pravni sivi coni. A obstoječi zakoni še vedno veljajo.

Čeprav se zakonodaja res še dohiteva (in je lahko malce nejasna), obstoječi zakoni o IP in zasebnosti veljajo za digitalna doživetja.

Izziv: morda ni specifičnih predpisov za AR, a splošni še vedno veljajo.

- Zakon o avtorskih pravicah še vedno velja.
- Zakon o blagovnih znamkah še vedno velja.
- Zakon o varstvu podatkov še vedno velja.
- Predpisi o javni varnosti še vedno veljajo.
- Pričakovanja glede dostopnosti še vedno veljajo.

Prepoznavanje, kdaj digitalno = regulirano.

Primeri:

- Če vaša AR-aplikacija uporabnikom omogoča objavljanje vsebine (recimo grafitne AR-zapise na lokacijah), imate **odgovornosti za vsebino, ki jo ustvarijo uporabniki**.
- Če zbirate **e-pošto ali analitiko**, veljajo pravila varstva podatkov.
- Če **digitalno prekrivate vsebino** na zaščitenem dediščinskem mestu ali spomeniku, bodo lokalni organi morda morali odobriti.
- Če vaša potopitvena postavitvev **spremeni gibanje obiskovalcev, je pomembna varnostna skladnost**.

Nov medij. Enak pravni okvir.

Predpostavite, da veljajo pravila in običajni zakoni — tudi če je format inovativen.



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Pogosti izzivi in razkriti miti

„Etika je neobvezna; šteje le pravna skladnost.“

Opozorilo na mit

Ta mit odločno izpodbijamo. To je najnevarnejši mit. Pravna skladnost je izhodišče. Etika določa trajnost.

Nekaj je lahko tehnično zakonito, a še vedno:

- Žaljivo za lokalno skupnost – **slaba praksa je** uporaba folklore brez sodelovanja s skupnostjo.
- Kulturno neobčutljivo - **slaba praksa je** pretirano senzacionaliziranje zgodovine konfliktov.
- Izkoriščevalsko ali prisvajajoče – **slaba praksa je** digitalno obnavljanje zasebnih domov ali osebnih zgodb brez soglasja.
- Izključujoče – **slaba praksa je** ignoriranje vidikov dostopnosti.
- Škoduje dolgoročnemu zaupanju – **slaba praksa je** nameščanje nasilne potopitvene vsebine v družinam prijazne javne prostore.

Etika – delati prav, ne le, kar je zakonito – je ključnega pomena za dolgoročen uspeh in odnose s skupnostjo.

Morda je pravno dovoljeno uporabiti določen del folklore, a če ga lokalna skupnost dojema kot zlorabljenega ali žaljivega, se boste soočili z odzivom (in se počutili slabo).

Ali pa pravno morda niste dolžni narediti aplikacije dostopne barvno slepim uporabnikom, a etično je dobro to upoštevati (in s tem razširite svoje občinstvo).

Etični turizem gradi dobro voljo, krepi partnerstva, povečuje verodostojnost blagovne znamke, širi vaše občinstvo in podpira dolgoročno vzdržnost.

Opozorilo na mit

Poleg tega je lahko etičnost prodajni adut (tako kot okoljska ozaveščenost, kulturna občutljivost itd.).

Predpostavite: pravice so zaščitene, zakoni veljajo, skupnosti so pomembne, dolgoročen ugled je vrednejši od kratkoročne udobnosti.

Cilj ni ustrahovati.

Cilj je biti informiran, profesionalen in namenski.

Potopitveno doživetje Muzej Čarovnika iz Oza, Florida

Potopitveno doživetje je na ogled v Muzeju Čarovnika iz Oza v Cape Canaveralu na Floridi. Poleg več kot 2000 artefaktov in izvirnih filmskih rekvizitov, kot so izvirna Dorothyina obleka, Townsmanov plašč in sulica, muzej prikazuje potopitvene prizore. Tukaj je vzorec prizora iz Čarovnika iz Oza. <https://www.wizardofozflorida.com>



<https://www.youtube.com/watch?v=sr7ZaFK5Ut0>



Tema delavnice

Avtorske pravice in IP

Vodena vprašanja za razpravo na delavnici

- ❖ **Katero IP neposredno uporabljate?**
- ❖ **Katere zgodbene/vsebinske elemente uporabljamo, ki bi lahko bili v lasti nekoga drugega?**

Naštejte intelektualno lastnino, ki jo boste uporabili v svoji zamisli: specifična besedila knjig, filmski prizori, imena likov, glasba, naslovi, logotipi, slike, umetnine itd. Tudi imena/podobe resničnih oseb, če obstajajo – to je še ena pravica (pravica do javnosti).

Označite tiste, ki so verjetno zaščiteni z avtorskimi pravicami/blagovno znamko. Za vsakega razmislite: obstaja obvoz (uporaba splošnih referenc) ali potrebujete dovoljenje?

Jasnost pri tem seznamu pomaga odločiti, ali se je treba obrniti po licence ali ostati na varni strani z opisnimi, a nekršečimi izrazi.

Na primer, če je vaša tura o lokacijah snemanja **Igre prestolov**, je „Igra prestolov“ blagovna znamka HBO. Kako jo boste imenovali v oglaševanju? Prepoznavanje tega pomaga usmeriti, katera dovoljenja boste morda potrebovali. Če vaše doživetje v celoti temelji na delih v javni domeni, je to odlično – tudi to zabeležite.

Scenarij: Ustvarili ste AR-turo filmskih lokacij mesta in v aplikacijo brez dovoljenja vključili znano filmsko naslovno glasbo kot ozadje. Kaj se lahko zgodi?

Razpravljajte o verjetnem izidu: kršitev avtorskih pravic – v najslabšem primeru trgovine z aplikacijami aplikacijo umaknejo ali dobite pismo imetnika pravic, da jo odstranite; rešitev: uporabite glasbo brez licenčnin ali pridobite licenco.

Potopitveno doživetje Studijska tura Igre prestolov, Irska

Podajte se za kamere in odkrijte skrivnosti, zaradi katerih je HBO-jeva Igra prestolov postala najuspešnejša TV-serija na svetu. Studijska tura Igre prestolov je nepozabno potovanje, ki vas popelje v srce Westerosa in navdušuje družine, oboževalce in ljubitelje filmske umetnosti vseh starosti.

Sprehodite se v Westeros in odkrijte zakulisne skrivnosti o svojih najljubših prizoriščih, kostumih in rekvizitih. Naša mini-serija se nadaljuje z več epskimi odkritji, ki jih predstavlja naš vodnik Joe na Zmajevem kamnu ... Svoj obisk načrtujte še danes na Studijski turi Igre prestolov: www.gameofthronesstudiotour.com



<https://www.youtube.com/watch?v=LQm9vrKcrus>



Tema delavnice

Javna domena

Vodena vprašanja za razpravo na delavnici

- ❖ Je osnovna zgodba v javni domeni?
- ❖ Ali imamo za to pravice ali dovoljenja, ali gre za javno domeno?

Za vsako od zgornjih postavk razpravljajte o statusu. Javna domena: na splošno so dela avtorjev, ki so umrli pred več kot 70 leti, v mnogih državah prosto dostopna za uporabo. Vse novejša je verjetno zaščiteno. Če je zaščiteno, imamo ali lahko pridobimo dovoljenje? **Na primer**, *Drakula* (1897) je v javni domeni – like in besedilo lahko prosto uporabljate. A filmske podobe *Drakule* iz, recimo, filma iz leta 1992, **niso**. Poznavanje, katero gradivo je prosto za uporabo, lahko oblikuje vašo vsebino.

Če nekaj **ni v javni domeni**, razmislite, ali resnično potrebujete zaščitene elemente ali se lahko osredotočite na dejanske/zgodovinske vidike, ki niso zaščiteni (npr. dejstvo, da je bil film posnet v gradu, je dejstvo, ki ga lahko poveste; česar ne smete storiti, je uporaba filmskega logotipa brez dovoljenja). Včasih je tako preprosto, kot da lokalnemu avtorju pošljete e-pošto s prošnjo za uporabo citata – presenečeni boste, morda bo navdušen. Zapišite si vsak korak: npr. „Preveri, ali je film iz leta 1940 v javni domeni, ali koga kontaktirati za pravice.“

Scenarij: Vodite literarne ture in nameravate med AR-deli obsežno citirati iz sodobnega romana. Je to v redu?

Verjetno ne, onkraj kratkih citatov; morda boste potrebovali dovoljenje avtorja/založnika, razen če je uporaba minimalna in interpretativna – ali pa raje uporabite literaturo iz javne domene.



Tema delavnice

Podatkovna in etična občutljivost

Vodena vprašanja za razpravo na delavnici

❖ Katere podatke bo naše potopitveno doživetje zbiralo, če sploh kakšne?

To vključuje osebne podatke, kot so imena, e-pošta za račun aplikacije, fotografije uporabnikov, sledenje lokaciji itd. Če vaš projekt ne vključuje nobenih uporabniških podatkov, odlično – se izognete vprašanjem zasebnosti. Če jih vključuje, zabeležite vsako vrsto podatkov.

Nato razpravljajte: zakaj jih zbiramo? Jih res potrebujemo? Kako jih bomo zaščitili? Pripravite načrt: npr. če gre za prijavo z e-pošto, boste potrebovali obvestilo o zasebnosti in morda preverjanje soglasja. Če sledite lokaciji za sprožitev AR-vsebine, uporabnike obvestite in zagotovite, da se podatki ne shranjujejo po nepotrebem.

Scenarij: Vaše VR-doživetje v muzeju posname obraze uporabnikov, da jih za zabavo vstavi v zgodovinski prizor. Ste pomislili na zasebnost?

Odgovor: To so morda biometrični podatki – potrebno je jasno soglasje, morda se izogniti shranjevanju in podatke obdelovati le v živo.

❖ Obstajajo kakšne etične občutljivosti v zvezi z našo vsebino ali metodo?

Pomislite na kulturna, zgodovinska ali družbena vprašanja. Primeri: upodabljanje verske osebnosti ali svetega kraja v AR – je to spoštljivo? Uporaba grozljive vsebine v javnem prostoru – bi lahko nepričakovano prestrašila otroke? Spodbujanje vedenja – kot je AR-lov na zaklad, ki bi ljudi lahko speljal iz varnih poti ali motil prostoživeče živali – kakšni varnostni ali okoljski pomisleki?

Prav tako vključenost: ali upoštevamo obiskovalce z različnimi sposobnostmi – npr. pri VR, imamo alternativo za tiste brez naglavnega prikazovalnika? Razmislite o vsem, kar bi lahko vzbudilo skrb ali škodo, onkraj pravnega področja, in predlagajte rešitve.

Potopitveno doživetje Sherlock Holmes, Združeno kraljestvo



<https://www.sherlockescaperooms.com/escape-rooms/sherlock-the-official-live-game>





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.