



Kino ir literatūros turizmo pavertimas įtraukiančiomis patirtimis

Seminaras 03

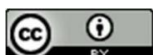
*Biudžeto sudarymas,
išlaidos, finansinis
planavimas ir
atsakinga veikla*

Sužinokite, kaip ekonomiškai ir tvariai planuoti bei kurti įtraukiančias patirtis, pasitelkiant jūsų biudžetą ir galimybes atitinkančias priemones bei metodus.

Kartu nagrinėsime praktines išlaidų mažinimo strategijas, finansų planavimą ir atsakingus įgyvendinimo būdus, leidžiančius sukurti įspūdingą lankytojų patirtį – net ir esant ribotam biudžetui.

Sausis 2026

Pagal 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.

Turinys



- ❖ Įvadinis seminaras 3 (3 Puslapis)
- ❖ Pagrindiniai iššūkiai (7 Puslapis)
- ❖ Pagrindinės galimybės (8 Puslapis)
- ❖ Atvejo analizė: Mažojo Princo paroda, Prancūzija (10 Puslapis)
- ❖ Pagrindinių terminų paaiškinimas (12 Puslapis)
- ❖ 3 seminaro įvadas (20 Puslapis)

Seminaro aptarimo 1 skyrius (22 Puslapis)

- Sudarykite realų biudžetą (24 Puslapis)
Sužinokite apie sąnaudų komponentus, vienkartinės ir nuolatinės išlaidas bei investicijų grąžą.
- Nustatykite sąnaudų veiksnius (28 Puslapis)
- Pritaikykite ir perkurkite, o ne kurkite (32 Puslapis)
- Prieinami ir lengvai plečiami sprendimai (34 Puslapis)

Seminaro aptarimo 2 Skyrius (39 Puslapis)

- Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės (42 Puslapis)

Apima duomenų apsaugą, domenų naudojimą, etiką, prekių ženklus, turinio naudojimą, visuomenės saugumą ir prieinamumą.

- Dažniausiai pasitaikančių iššūkių ir mitų tyrinėjimas (44 Puslapis)
- Vadovaujamo seminaro aptarimo klausimai (49 Puslapis)

Kaip šis seminaras remiasi ankstesniais užsiėmimais

Šis seminaras remiasi ankstesniais užsiėmimais, kuriuose buvo nagrinėjamas įtraukiantis turizmas ir patirčių dizainas.

- ❖ 1-ajame seminare buvo pristatyta įtraukiančio turizmo koncepcija, ir
- ❖ 2-ajame – kaip įtraukiančios idėjos turėtų derėti su jūsų prekės ženklu ir auditorija, o šiame seminare daugiausia dėmesio skiriama praktinei šių idėjų įgyvendinimo realybei.

Šioje dalyje nagrinėsime:

- realių įtraukiančių patirčių išlaidų supratimą
- pagrindinių sąnaudų veiksnių ir finansinės rizikos nustatymą
- įperkamų bandomųjų projektų ir laipsniškų investicijų planavimą
- finansavimo galimybių ir partnerysčių tyrimą
- atsakingo ir tvaraus įgyvendinimo užtikrinimą

Šis seminaras padės suprasti realias įtraukiančių patirčių kūrimo išlaidas ir kaip jas planuoti praktiškai, valdomai ir atsakingai.

Juose nagrinėjami įperkami ir keičiamo mastelio metodai, parodant, kaip įtraukiančios idėjos gali būti išbandytos ir įdiegtos taikant pigius bandomuosius projektus, laipsnišką biudžeto sudarymą ir laipsniškas investicijas, augant pasitikėjimui ir paklausai.

Seminare taip pat pristatomi pagrindiniai teisiniai, autorių teisių ir etiniai aspektai, įskaitant leidimus, turinio nuosavybę, duomenų apsaugą ir kultūrinį jautrumą, padedantys išvengti dažniausiai pasitaikančių rizikų ir nuo pat pradžių priimti pagrįstus sprendimus.

Tikslas – padėti turizmo įmonėms planuoti įtraukiančias patirtis, kurios būtų finansiškai realios, tvarios ir atitiktų ilgalaikius verslo tikslus.



3 Seminaras

Biudžeto sudarymas, išlaidos, finansinis planavimas ir atsakinga veikla

Įtraukianti patirtis gali būti įvairi – nuo labai pigių pasakojimo elementų iki sudėtingų skaitmeninių instaliacijų.

Pagrindinis daugelio MVĮ iššūkis yra suprasti:

- kokie elementai kainuoja
- kaip palaipsniui planuoti investicijas
- kaip išbandyti idėjas prieš pradedant jas taikyti.

Photo Credit: Image title

Finansinė įtraukiančiųjų patirčių realybė

Šiame seminare pereisime nuo „Ką galime padaryti?“ prie „Ką galime realiai pasiekti ir išlaikyti?“.

Vienas iš labiausiai bauginančių klausimų apie įtraukiasias technologijas yra „**Kiek tai mums kainuos?**“ – ne tik pinigais, bet ir laiku bei ištekliais. Ši tema labai suprantamai nagrinėja biudžeto sudarymą ir finansus. Išanalizuosime su įvairiomis įtraukiosiomis technologijomis susijusias išlaidas (nuo žemos technologijos sensorinių papildymų iki aukštųjų technologijų VR sistemų) ir aptarsime, kaip sumaniai jas finansuoti.

Svarbu tai, kad išsklaidysime mitą, kad viskas, kas įtraukianti, yra pernelyg brangu – dažnai yra nebrangių arba laipsniškų metodų. Taip pat aptarsime galimus finansavimo šaltinius: dotacijas, rėmimą, partnerystes arba laipsniškas investicijas, kad mažoms įmonėms nereikėtų iš karto prisiimti visos naštos.

Tikslas – suteikti jums galimybę priimti pagrįstus finansinius sprendimus: ką galite sau leisti dabar, kokia yra potenciali investicijų grąža (ROI) ir kaip planuoti nuolatinės išlaidas (priežiūrą, atnaujinimus). Galiausiai turėtumėte jaustis labiau užtikrintai kurdami savo įtraukiančio projekto verslo planą, kuris būtų naudingas ne tik dėl jo šaunumo, bet ir dėl jo vertės.

Kodėl tai svarbu?

Įtraukiantys projektai gali būti įdomūs, tačiau jiems reikia kruopštaus planavimo. Turinio kūrimas, įrenginiai, programinės įrangos kūrimas ir nuolatinė priežiūra kainuoja pinigus. Mes parodysime, kaip suskirstyti šias išlaidas į valdomas dalis, pradedant nuo įperkamu, keičiamo dydžio bandomųjų projektų. Pavyzdžiui, pradėkite nuo trumpo QR kodo garso turo arba atspausdinto siužeto žemėlapiu, kad įvertintumėte susidomėjimą prieš investuodami į programėlę ar VR patirtį.

Taip pat iš anksto aptariame teisinius ir etinius klausimus: teisių gavimą (literatūros ištraukas, filmų klipus), prieinamumo užtikrinimą ir lankytojų duomenų apsaugą. Jų ignoravimas gali sukelti paslėptų išlaidų ar įsipareigojimų.

Svarbiausia, kad kiekviena išlaida turi atitikti jūsų prekės ženklo ir lankytojų tikslus. Nekerkite technologijų vien dėl jų pačių: investuokite tik tada, kai jos aiškiai pagilina istoriją arba pagerina lankytojų patirtį taip, kad atitiktų jūsų temą. Pavyzdžiui, užuot brangiai pritaikyta programėlė, gerai sukurtas garso pasakojimas gali taip pat efektyviai pasiekti jūsų tikslus. Mes išmokysime jus suderinti savo biudžetą su rezultatais – užtikrindami, kad investuotumėte išmintingai.

Pagrindiniai iššūkiai

Pakalbėkime apie pinigus paprastai. Išlaidos įtraukiančioms technologijoms gali svyruoti **nuo labai mažų iki gana didelių**, priklausomai nuo to, ką veikiate.

Kukliomis išlaidomis galite spausdinti keletą reklaminių skydelių nuotraukų kampui su foniniu garsu – tai nedidelės vienkartinės išlaidos. Didesnėmis išlaidomis, užsakomoji VR programinė įranga ar kūrėjų samdymas gali kainuoti tūkstančius eurų. Tačiau nepamirškite – retai kada reikia iš karto pereiti prie brangių išlaidų. Šis seminaras skirtas daugumai įmonių ir biudžetų, net ir neturintiems finansų srities žinių, suprasti įtraukiančio projekto biudžeto sudarymo pagrindus.



Iššūkiai

❖ **„Įtraukiančios technologijos mums per brangios, taškas.“** – Mitas yra tas, kad visoms AR/VR technologijoms reikia neįperkamo biudžeto. Taip, kai kurie projektai kainuoja nemažas sumas, tačiau daugelis MVĮ įgyvendino įtraukiąją realybę su minimaliomis sąnaudomis. Iššūkis yra prioritetizuoti išlaidas, atsižvelgiant į jų poveikį. Pateiksime biudžetą tausojančių metodų pavyzdžių (pvz., lankytojų pačių išmaniųjų telefonų naudojimas, o ne įrenginių pirkimas, nemokamų platformų naudojimas, pradėjimas nuo bandomojo projekto prieš plečiant).

Be to, technologijų išlaidos mažėja, nes įrankiai tampa vis labiau paplitę – tai, kas kainavo 50 tūkst. eurų prieš penkerius metus, šiandien gali būti įmanoma už kelis tūkstančius ar mažiau. Taigi, nenurašykite to, kol neišnagrinėjote galimybių. Kaip pažymėta vienoje UPLIFT tyrimo įžvalgoje, didėja galimybės gauti finansavimą ir skaitmenines programas, o MVĮ gali jomis pasinaudoti.

❖ **„Turime viską suplanuoti iš anksto (o tam neturime pinigų).“** – Iš tikrųjų galite laipsniškai investuoti. Iššūkis yra įtikinti suinteresuotąsias šalis, kurios nori iš anksto gauti išsamų išlaidų paskirstymą. Mitas yra tas, kad jums reikia didelės vienkartinės sumos dabar. Vietoj to, galite planuoti mažas išlaidas laikui bėgant: pvz. pradinis bandymas (500 EUR demonstracinei versijai), tada prašyti dotacijos arba kitais metais skirti daugiau plėtrai. Taip pat galite įtraukti išlaidas į esamus biudžetus (pvz., dalį rinkodaros biudžeto skirti papildytosios realybės bandymui, nes tai yra ir rinkodara). Aptarsime, kaip parengti etapais suskirstytą biudžetą, kuris parodytų neatidėliotiną įperkumą ir ilgalaikius poreikius, todėl jis būtų priimtinesnis.

❖ **„Nėra jokios finansinės pagalbos – esame likimo valiai.“** – Daugelis mano, kad jei esate mažas privatus verslas, negalite gauti dotacijų ar išorinių lėšų. Tai mitas; iš tikrųjų skaitmeninių inovacijų finansavimo galimybės turizme vis didėja. Iššūkis yra jas rasti ir kreiptis dėl jų. Nuo ES lėšų iki vietos verslo inovacijų dotacijų ar net prekės ženklo, norinčio būti siejamas su inovacijomis, rėmimo – pinigų yra. Mes išryškinsime keletą galimybių ir pabrėšime, kaip tai įtraukti į jūsų finansinį planą.

Pagrindiniai iššūkiai

Iššūkiai tęsiasi...

Pavyzdžiui, galbūt planuojate, kad 50 % projekto lėšų bus gauta iš dotacijos, dėl kurios kreipsitės. Nenumatytų atvejų planavimas (kas būtų, jei jos negautumėte?) taip pat yra gero biudžeto sudarymo dalis.

- ❖ „Galime apskaičiuoti išlaidas proceso metu – tiesiog pradėkime ir pamatysime.“ – Entuziazmas yra puiku, tačiau neturėdami bent apytikslio biudžeto, galite viršyti išlaidas arba įstrigti projektai dėl lėšų trūkumo.

Iššūkis yra nežinomybė: galite nežinoti, kiek ima vystytojas. Mes griauame šį mitą skatindami gauti minimalias kainas arba atlikti išankstinį tyrimą. Net neoficialus užklauskimas gali suteikti jums skaičių, kuriuos galite įtraukti. Geriau turėti sąmatą ir pridėti nenumatytą atvejį, nei sulaukti netikėtumų. Taigi, mes praktikuosimės sudaryti paprastą biudžeto prognozę – be tikslaus centų skaičiavimo, tik tiek, kad būtų galima pagrįsti sprendimus.

Pagrindinės galimybės

Galimybės

Geros žinios yra tai, kad įtraukiančios patirtys nebūtinai turi prasidėti nuo didelio biudžeto. Dauguma sėkmingų koncepcijų prasideda nuo **aiškos idėjos, kruopštaus planavimo ir mažų, gerai apgalvotų žingsnelių.** Kai įtraukiančios patirtys įgyvendinamos struktūrizuotu biudžeto sudarymu ir atsakinga praktika, sumažinama rizika ir padidėja pasitikėjimas savimi. Galite išbandyti idėjas, sužinoti, kas tinka jūsų lankytojams, ir kurti palaipsniui, užuot per anksti įsipareigoję didelėms investicijoms.

- ❖ **Kaip minėta, įtraukiančios patirtys dažnai suvokiamos kaip brangios, tačiau daugelis sėkmingų projektų prasideda nuo paprasto pasakojimo ir mažų bandomųjų projektų.** Iš tikrųjų viena didžiausių galimybių MVĮ yra pradėti nuo mažų dalykų ir strategiškai plėsti savo veiklą. Įsitraukimas nebūtinai turi prasidėti nuo sudėtingų AR ar VR instaliacijų. Jis gali prasidėti nuo apgalvoto pasakojimo, jutiminių detalių, paprastos projekcijos, QR kodu aktyvuojamo garso turinio arba struktūrizuoto auditorijos dalyvavimo. Šie pigesni įėjimo taškai leidžia įmonėms išbandyti idėjas už nedidelę investiciją, sužinoti, kas atliepia lankytojus, ir sustiprinti pasitikėjimą savimi prieš įsipareigojant didesniems projektams. Šis etapinis požiūris sumažina finansinę riziką ir kartu sukuria erdvę inovacijoms.

Pagrindinės galimybės

Galimybės tęsiasi...

- ❖ **Finansinis planavimas taip pat suteikia galimybę paskirstyti investicijas laikui bėgant, o ne laikyti įtraukimą vienkartinėmis kapitalo išlaidomis.** Verslas gali pradėti nuo žemos technologijos naratyvinio dizaino pirmaisiais metais, įdiegti lengvus skaitmeninius sluoksnius antraisiais ar trečiaisiais metais ir palaipsniui įtraukti pažangesnius elementus tik tada, kai yra aiški paklausa ir pajėgumai. Mąstymas vienerių–penkerių metų horizonte leidžia įtraukiamajai plėtrai augti kartu su pajamomis, įgūdžiais ir veiklos pasirengimu. Šis etapis pagrįstas modelis įtraukiantį mąstymą paverčia valdoma verslo strategija, o ne dideliu šuoliu.
- ❖ **Taip pat yra didelių pajamų galimybių.** Gerai suprojektuotos įtraukiančios patirtys gali pateisinti aukščiausios kokybės kainas, pakopinius paketus arba išskirtinius užsiėmimus mažoms grupėms. Jos gali atverti naujus pajamų srautus, tokius kaip skaitmeniniai priedai, atsisiunčiamas turinys, teminės prekės, edukaciniai seminarai arba įmonių užsakymai. Įsitraukimas skatina lankytojus giliau įsitraukti, o tai dažnai pailgina buvimo laiką, antrines išlaidas ir pakartotinius apsilankymus. Užuoť vien pasiklavę didesniu lankytojų skaičiumi, įmonės gali padidinti pajamingumą vienam lankytojui, kurdamos turtingesnę patirtį.
- ❖ **Finansavimo požiūriu, įtraukiančios ir skaitmeninės iniciatyvos glaudžiai dera su inovacijų, kultūros paveldo ir turizmo plėtos prioritetais.** Daug regioninių, nacionalinių ir Europos programų remia skaitmeninę transformaciją, kultūrinį pasakojimą, tvarumą ir įgūdžių ugdymą. Įtraukus įtraukiantį dizainą į šias platesnes darbotvarkes, galima pritraukti finansinę paramą ir sumažinti našť vidaus biudžetams. Partnerystė su universitetais, kūrybos specialistais ar technologijų tiekėjais gali dar labiau sumažinti išlaidas, kartu stiprinant kokybę ir patikimumą.
- ❖ **Veiklos požiūriu, įtraukiantis dizainas gali pagerinti efektyvumą, jei jis gerai suplanuotas.** Skaitmeninio vertimo sluoksniai gali sumažinti priklausomybę nuo nuolatinio tiesioginio gido, suteikti daugiakalbę prieigą ir išplėsti patirtį po fizinio darbo laiko. Savarankiškai valdomi įtraukiantys maršrutai arba hibridiniai skaitmeniniai-fiziniai modeliai gali padėti efektyviau valdyti lankytojų srautus. Kai finansinis planavimas suderinamas su veiklos realijomis, įtraukiantys elementai tampa mastelio keitimo įrankiais, o ne papildoma našta darbuotojams ir ištekliams.

Pagrindinės galimybės

Galimybės tęsiasi...

- ❖ **Atsakinga praktika taip pat atveria aiškias verslo galimybes.** Etiškas pasakojimas, tinkami leidimai, autorių teisių laikymasis ir pagarbus kultūros reprezentavimas kuria pasitikėjimą ir saugo reputaciją. Epochoje, kai autentiškumas ir skaidrumas lankytojams yra labai svarbūs, atsakingas dizainas stiprina prekės ženklo patikimumą. Tvarūs technologijų, energijos vartojimo ir tiekimo pasirinkimai gali sumažinti ilgalaikės veiklos sąnaudas ir kartu atitikti aplinkosaugos lūkesčius. Panašiai aiški duomenų apsaugos praktika didina lankytojų pasitikėjimą skaitmenine sąveika.

Galiausiai, kruopštus biudžeto sudarymas ir atsakingas planavimas paverčia įtraukiantį potyrį iš kūrybinių eksperimentų struktūrizuotomis investicijomis..

Tai leidžia įmonėms diegti naujoves nepersistengiant, išbandyti prieš plečiant ir suderinti kūrybines ambicijas su finansiniu tvarumu. Strategiškai žiūrint, įtraukimas nėra tik išlaidos – tai galimybė sustiprinti konkurencingumą, diversifikuoti pajamas ir paruošti verslą ilgalaikiam augimui.

Mažojo princo paroda: „Atelier des Lumières”

Pasaulinio turo pristatymas

Location

Paris - France

Category

Exhibition

Website

[The Little Prince exhibition in Paris - Atelier des Lumières](#)

Social Media



Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

Mažojo princo paroda

Nuo puslapių iki pikselių: „Mažojo princo“ pasaulio pažinimas

„Mažojo princo“ paroda Paryžiaus „Atelier des Lumières“ galerijoje – tai nuostabi duoklė Antoine'ui de Saint-Exupéry ir jo mylimai apysakai „Mažasis princas“ – vienai iš labiausiai pasaulyje išverstų ir branginamų knygų. Ši įtraukianti patirtis įkvepia istoriją gyvybės dėka didelio masto projekcijų, muzikos ir animacijos, kurios nukelia lankytojus į jaunojo princo poetinę visatą. Industrialinio grožio „Atelier“ galerijoje vykstanti paroda kviečia įvairaus amžiaus svečius keliauti po planetas, žvaigždes ir dykumų peizažus, lygiai taip pat, kaip princas daro knygoje.

Antoine'as de Saint-Exupéry gimė 1900 m. **Lione, Prancūzijoje**, o jo, kaip piloto, gyvenimas giliai įkvėpė jį rašyti. „Mažojo princo“ istoriją jis parašė tremtyje Niujorke Antrojo pasaulinio karo metu, sujungdamas savo filosofinius apmąstymus apie meilę, netektį ir suaugusiųjų absurdiškumą į

nesenstantį pasakojimą. Paroda pagerbia šį palikimą, derindama teksto vietas su ryškiais vaizdais, kurie atkartoja originalias knygos akvareles.

Įtraukianti aplinka leidžia lankytojams vaikščioti po žvaigždynus, susitikti su princo įnoringais palydovais – Lape, Rože, Žibintoju – ir apmąstyti universalias istorijos žinutes. Pasakojimas, tiek prancūzų, tiek anglų kalbomis, aidė erdvėje, o citatos iš apysakos atrodo kaip žvaigždžių dulkės ant sienų.

2025 m. paroda ir toliau žavi žiūrovus, siūlydama giliai emocingą ir vizualiai turtingą būdą iš naujo atrasti „Mažąjį princą“. Nesvarbu, ar esate ilgametis gerbėjas, ar pirmą kartą atrandate šią istoriją, kiekvienas žingsnis galerijoje tampa asmeninės kelionės per stebuklą, vaizduotę ir vieno mylimiausio literatūros personažų širdies dalimi.

[Click to find out more. Download UPLIFT's Best Practice Case Studies.](#)

Įtraukiančios literatūrinės ir miesto patirtys: Keistas klajojančio savęs atvejis

„Mažojo princo“ parodą išties išskirtine daro tai, kaip ji permąsto literatūrą šiuolaikiniam pasauliui. Paversdama mylimą knygą **daugiajutiminiu keliu**, ji panaikina atotrūkį tarp kartų, mokymosi stilių ir net kalbų.

Kai kuriems tai **pirmasis susidūrimas** su Saint-Exupéry pasauliu – ne per popierių, o per **šviesą, garsą ir erdvę**. Kitiems tai vaikystės prisiminimų pažadinimas, pagyvinamas judesio ir muzikos. Paroda nepakeičia skaitymo – ji **jį sustiprina**, suteikdama istorijai tiesioginę, asmenišką ir gyvą įspūdį.

Šiuo įtraukiančio formato metu literatūra tampa **visuotinė ir emocinga** – prieinama vaikams, tiems, kurie nėra susipažinę su kalba, arba lankytojams, kurie labiau bendrauja per vaizdinę ar garsinę patirtį. Ji kviečia visus, nepriklausomai nuo kilmės, pajusti istoriją, pereiti ją ir atrasti savo prasmę jos universaliose temose.

Tai daugiau nei paroda – tai kultūrinis vertimas, priverčiantis nesenstančias istorijas kalbėti šiandienos kalba.

Meno, technologijų ir emocijų sintezė

„Atelier des Lumières“ centre – **pažangiausios skaitmeninės technologijos**, kurios sienas, grindis ir lubas paverčia gyvomis drobėmis. Pasitelkus **140 vaizdo projektorių** ir **moderniausią erdvinio garso sistemą**, paroda lankytojus apgaubia judančiais vaizdais, spalvomis ir muzika monumentalium mastu.

Šis įtraukiantis formatas kviečia žiūrovus **įžengti į istorijos vidų** – ne tik žiūrėti, bet ir jausti. Paveiksle „Mažojo princo“ akvarelės eskizai sklendo per didžiules sienas, po

kojomis skrieja planetos, o žodžiai aidai šviesoje ir garse. Tai giliai emocinga patirtis, kuri panaikina ribą tarp stebėtojo ir meno kūrinio.

Čia technologijos neblaško – jos **sustiprina emocijas**, išryškina nuostabą ir suteikia literatūrai naują kalbą: šviesą.

Mažojo Princo paroda Paryžiuje



„Dykumą gražina tai, kad kažkur joje slepiasi šuliny.“

– *Antoine de Saint-Exupéry,
Mažasis Princas*





Pagrindinių terminų paaiškinimas

Biudžeto sudarymas, išlaidos,
finansinis planavimas ir atsakinga
veikla.



Photo Credit: Image title

Finansinių ir atsakomybės sąlygų paaiškinimas

- ❖ **Vienkartinės ir nuolatinės išlaidos:** *vienkartinės* (kapitalinės) išlaidos mokamos tik vieną kartą diegimo metu, pvz., perkant AR akinius arba kuriant pradinį turinį. Nuolatinės (veiklos) išlaidos kartoja reguliariai, pvz., programinės įrangos licencijos, darbuotojų atlyginimai, įrangos priežiūra. Šių išlaidų atskyrimas padeda planuoti pinigų srautus ir nustatyti realistiškas kainas.
- ❖ **Didelės išankstinės išlaidos:** Prieš pradėdant diegti įtraukiają patirtį reikalingos didelės pradinės investicijos – technologijų tiekėjai dažnai nurodo šias kainas AR/VR kūrimui, pritaikytoms programėlėms, techninei įrangai ar diegimui.

Didelės kainos (20 000–100 000 EUR ir daugiau) gali stabdyti inovacijas, nes mažos turizmo įmonės pasimeta dėl įtraukiosios patirties išlaidų ir mano, kad tai praktiškai „ne jiems“. Be to, daugelis technologijų tiekėjų nurodo dideles sumas. Pradėdami mažą sumą (pvz., 3 000–5 000 EUR bandomąjį projektą), sumažinate riziką ir pirmiausia išbandote įsitraukimą. „Fáilte Ireland“ pateikia iki **200 000 EUR siekiančių kapitalo dotacijų** pavyzdžių, tačiau taip pat skatina etapinius bandomuosius projektus.

- ❖ **Neįvertintos paslėptos išlaidos:** Išlaidos, kurios nėra akivaizdžios pradinėje sąmatoje, bet atsiranda pristatymo ir priežiūros metu.

Dažnos paslėptos išlaidos yra redagavimas ir postprodukcija, talpinimo mokesčiai (svetainė, programėlių serveriai), programinės įrangos prenumeratos, įrangos draudimas, darbuotojų mokymai, nuolatiniai atnaujinimai, techninė pagalba ir jūsų pačių laikas.

Skaitmeninė technika turi praturtinti istoriją, o ne tapti ja.

Stenkitės pakartotinai naudoti esamus įrankius (išmaniųjų telefonų AR, „YouTube“, QR kodus), kad išvengtumėte individualaus kūrimo. („Skaitmeninė technika turi praturtinti istoriją“, – pataria „Fáilte Ireland“.)

- ❖ **Autorių teisės ir leidimai:** Teisės, saugančios kūrybinius darbus (filmus, scenarijus, muziką, vaizdus, personažus). Garsios filmo scenos atkūrimas be leidimo gali pažeisti autorių teises.

Finansinių ir atsakomybės sąlygų paaiškinimas

Airijos įstatymai kūrėjams suteikia „tėvystės“ ir „vientisumo“ moralines teises – tai reiškia, kad originalūs filmų kūrėjai turi teisę būti nurodyti kaip autoriai ir kad jų darbas nebūtų iškraipytas. Saugus požiūris – *įkvėpti* vietos ar temos, o ne pažodinės kopijos.

Moralinės teisės (Airijos įstatymai)

Tėvystės teisė– kūrėjas turi būti nurodytas kaip autorius.

Vientisumo teisė– jo darbas negali būti iškraipytas ar klaidingai pateiktas.

Šios teisės galioja net jei neuždirbate pinigų.

Susijęs terminas – intelektinė nuosavybė (IP): Visos su kūrybiniu turiniu susijusios teisinės teisės.

Duomenų apsauga ir sutikimas: Teisinė atsakomybė už asmens duomenų (el. laiškų, nuotraukų, vaizdo įrašų, vardų) tvarkymą.

Pagal BDAR (Bendrąjį duomenų apsaugos reglamentą):

Jei renkate arba saugote asmens duomenis, privalote:

- Paaiškinti, kodėl juos renkate
- Saugiai juos saugoti
- Leisti žmonėms atšaukti sutikimą

Jei renkate bet kokius asmens duomenis (pvz., registracijas) arba filmuojate lankytojus, taikomas BDAR. Mažuose renginiuose lengviausia gauti rašytinį arba numanomą sutikimą. Naudokite aiškius ženklus: pvz. „Paroda apima filmavimą – dalyvavimas reiškia sutikimą.“ (Tai atitinka DPC gaires dėl skaidrumo fotografuojant renginiuose.)

Kūrybiškumo finansavimas: Nedidelio masto finansavimas kūrybiškai naudojamas idėjoms išbandyti prieš dideles investicijas. Airija siūlo mažas dotacijas ir finansavimą, pavyzdžiui:

- Vietos valdžios institucijų kūrybinės dotacijos (3–10 tūkst. eurų)
- „Creative Ireland“ dotacijos (dažnai iki 5 tūkst. eurų)
- LEADER finansavimas (priklausomai nuo regiono)
- Bendruomeniniai meno ir paveldo fondai

Finansinių ir atsakomybės sąlygų paaiškinimas

Šios **mažos dotacijos** paprastai tinka bandomiesiems projektams. Korko apygardos „Kūrybinių bendruomenių“ schema finansuoja vietos meno projektus 3–10 tūkst. eurų suma. „Creative Ireland“ dotacijų riba vienam projektui yra 5 tūkst. eurų. Net 1–5 tūkst. eurų gali padėti sukurti perspektyvų bandomąjį projektą, jei jis derinamas su nepiniginiu įnašu (savanoriais, studentų praktikantais, bendruomenės aukomis).

Mažos dotacijos kartu su nepinigine parama gali padaryti 3 tūkst. eurų vertės idėją gyvybingą.

Mastelio keitimas: Mažo projekto kūrimas taip, kad jis galėtų augti, jei pasiseks.

Bandomojo projekto tikslas nėra tobulumas – tai koncepcijos įrodymas. Kai parodomas lankytojų susidomėjimas:

- Teikite paraišką dėl regioninių turizmo dotacijų
- Kreipkitės į kelionių rinkodaros organizacijas
- Užsitikrinkite rėmimą
- Sukurkite partnerystes

Susijusios sąvokos:

- **Koncepcijos įrodymas (PoC):** įrodymas, kad idėja veikia.
- **Įtraukimo grąža (ROE):** lankytojų sąveika, pasidalijimai, viešnagės laikas.
- **Investicijų grąža (ROI):** finansinė grąža, palyginti su sąnaudomis. Įrodydami lankytojų susidomėjimą, vėliau lengviau gauti didesnių lėšų (regioninių turizmo dotacijų, kooperatyvų finansavimo ir kt.). Biudžetų skaidrumas taip pat didina pasitikėjimą su suinteresuotosiomis šalimis.

Papildomos naudingos sąvokos 3 seminarui

Kapitalo išlaidos (CapEx): Pinigai, išleidžiami ilgalaikiam turtui (įrangai, įrenginiams).

Finansinių ir atsakomybės sąlygų paaiškinimas

Veiklos išlaidos (OpEx): Nuolatinės einamosios išlaidos (prenumeratos, talpinimas, darbo užmokestis).

Rizikos mažinimas: Finansinio poveikio mažinimas atliekant testavimą prieš diegiant.

Tvarumas finansų srityje. Įtraukiančios patirties užtikrinimas::

- Galima išlaikyti
- Nereikalauja nuolatinių reinvestavimų
- Palaiko ilgalaikį verslo gyvybingumą

Kaip tai dera su 3 seminaru

3 seminare visi dalyviai turėtų suprasti:

- Įtraukiantis nereiškia brangus.
- Maži bandomieji projektai sumažina riziką.
- Teisinė ir etinė praktika apsaugo jūsų verslą.
- Finansavimas dažnai prieinamas mikro lygmeniu.
- Augimas turėtų būti etapais, o ne skubinamas.

Technologijų terminų paaiškinimas

- ❖ **AR (Papildyta realybė):** technologija, kuri skaitmeninį turinį (vaizdus, 3D modelius, garsą, tekstą) perkelia į realų pasaulį per įrenginius, pvz., išmaniuosius telefonus ar AR akinius. Pavyzdžiui, AR programėlėje gali būti rodoma istorinė figūra, stovinti muziejaus aukšte, kai žiūrima pro telefono kamerą.
- ❖ **VR (virtuali realybė):** visiškai imituota 3D aplinka, patiriama naudojant ausines arba VR sistemą. Naudotojai jaučiasi „viduje“ skaitmeniniame pasaulyje (pavyzdžiui, atkurtoje istorinėje vietoje) ir gali dairytis arba bendrauti taip, lyg būtų tikri. VR paprastai reikalingos ausinės ir kartais rankiniai valdikliai.
- ❖ **Projekcijų žemėlapis:** būdas projektuoti vaizdo įrašą ar animaciją ant 3D objektų ar pastato paviršių, kad jie taptų ekrano dalimi. Pavyzdžiui, projektuojant seną mūšio lauko sceną ant tvirtovės sienų, pastatas paverčiamas aktyvia istorijos drobe. Skirtingai nuo plokščiaekranio projekcijos, žemėlapių sudarymas „apvynioja“ turinį aplink tikrų objektų formas.
- ❖ **Interaktyvus kioskas:** jutiklinio ekrano stotis (dažnai lankytojų centruose ar parodose), leidžianti lankytojams naršyti turinį ar žemėlapius vietoje. Vietoj brošiūros turistai gali bakstelėti kiosko ekraną ir peržiūrėti interaktyvų žemėlapią, žiūrėti vaizdo įrašą ar žaisti viktoriną. Kioskai „jungia skaitmeninį ir fizinį tyrinėjimą“, siūlydami daugialypės terpės turinį iš pirmo žvilgsnio.
- ❖ **QR / garso vadovas:** QR kodai yra tie kvadratiniai brūkšniniai kodai, kuriuos nuskaityte naudodami išmaniojo telefono kamerą, kad atidarytumėte žiniatinklio turinį. Turizmo srityje prie eksponato įdėtas QR kodas gali paleisti garsinį pasakojimą arba nuskaityti nuotraukas. Garso vadovas yra tiesiog įrašytas pasakojimas (dažnai telefonu arba išsinuomotu įrenginiu), kuris automatiškai paleidžiamas lankytojiui einant maršrutą arba paspaudus „toliau“ skaitmeniniame žemėlapyje. Abu yra nebrangūs garso istorijų papildymo būdai.

Technologijų terminų paaiškinimas

- ❖ **Skaitmeninis pasas:** mobilioji „paso“ programa, skirta turistams. Kai lankytojai registruojasi (nuskaito kodą arba bakstelėdami) dalyvaujančiose svetainėse / įmonėse, jie uždirba skaitmeninius antspaudus, nuolaidas ar taškus. Pavyzdžiui, miestelis gali padovanoti nemokamą suvenyrą, jei kas nors aplankys visas 5 skaitmeniniame pase nurodytas kultūros vietas. Šis žaidimas skatina žmones tyrinėti daugiau vietinių lankytinų vietų.
- ❖ **Bendrinami AR filtrai:** smagūs fotoaparato efektai (populiarūs „Instagram“ / „Snapchat“), kurie perdengia animaciją arba 3D objektus ant veido ar fono. Pavyzdžiui, galite sukurti tinkintą Instagram filtrą su vietiniais simboliais (pvz., orientyru ar simboliu), kuriuos lankytojai naudoja fotografuodami. Šiuos filtrus galima bendrinti, nes svečiai skelbia savo nuotraukas internete, natūraliai reklamuodami jūsų patirtį.



Laikas atrasti įtraukiančias galimybes

Seminaro diskusijų dalis

Šis skyrius padeda praktiškai pagalvoti apie **finansinę** realybę, slypinčią už jūsų įtraukiančių idėjų. Tai skatina jus **apgalvoti tikrąsias išlaidas, planuoti tvariai ir priimti atsakingus sprendimus**, kurie apsaugotų jūsų verslą ir kelionės tikslą.

Siekiama ne apriboti kūrybiškumą, o užtikrinti, kad jūsų įtraukianti patirtis būtų **finansiškai realistiška, etiškai pagrįsta ir sukurta tvariam augimui**.

Kreipkitės į klausimus pokalbio metu – asmeniniam apmąstymui, komandinei diskusijai ar grupiniams seminarams. Nėra teisingų ar neteisingų atsakymų. Tikslas yra ištirti galimybes, atskleisti galimybes ir nustatyti, kas jūsų verslo kontekste atrodo tikroviška ir autentiška.

Diskusijų seminario apžvalga

Santrauka:

Įtraukiantys turizmo projektai gali atrodyti brangūs, tačiau sumanus planavimas padalija išlaidas į vienkartinės investicijas ir nuolatinės išlaidas.

Atskirdami kapitalo išlaidas (įrankių pirkimas, turinio kūrimas, sąranka) ir pasikartojančius mokesčius (programinės įrangos prenumeratos, personalas, atnaujinimai), vėliau išvengsite netikėtumų.

Šis seminaras apima praktinį biudžeto sudarymą, nebrangias bandomąsias strategijas ir etikos/teisinių turizmo technologijų kontrolinį sąrašą (BDAR, IP, kultūrinė pagarba).

Mes naudojame paprastą kalbą ir tikrus pavyzdžius, todėl net ir pirmą kartą besimokantys technikos gali atsakingai planuoti.

Diskusijos tikslas:

Padėti komandoms suprasti, kokios yra **tikrosios** įtraukiančios patirties **sąnaudos** ir **grynųjų pinigų srautų** bei kaip sukurti **tvarų biudžetą**. Mes identifikuosime

- ❖ **visos pagrindinės išlaidų kategorijos** (techninė įranga, turinys, personalas ir kt.),
- ❖ atskirti **vienkartinės investicijas nuo periodinių išlaidų**,
- ❖ ištirti **prieinamus / keičiamo dydžio metodus** (bandomuosius projektus, laipsniškus biudžetus).

Mes taip pat apimame **teisines / etines pareigas** (duomenų apsaugą, leidimus, prieinamumą), todėl nieko nepastebime.

Pabaigoje dalyviai turėtų sugebėti nubraižyti pagrindinį biudžetą, rasti sąnaudų taupymo strategijas ir žinoti, kokios išorinės taisyklės taikomos jų projektui.



1 Skyrius

Biudžeto sudarymas, išlaidos, finansinis planavimas



Photo Credit: Image title



3 Seminaras 1 Skyrius

Diskusijų dalis

1. Sukurkite realų biudžetą (24 Puslapis)

Sužinokite apie išlaidų komponentus, vienkartinės ir einamąsias išlaidas ir investicijų grąžą

2. Išlaidų veiksmų nustatymas (28 Puslapis)

3. Pritaikykite ir pakeiskite paskirtį vietoj kūrimo (32 Puslapis)

4. Įperkami ir keičiamo dydžio metodai (34 Puslapis)



Seminaro tema

Sukurkite realų biudžetą

Kodėl tai svarbu: Norėdami padėti dalyviams:

- Supraskite, iš kur iš tikrųjų atsiranda įtraukiančių projekto išlaidų
- Atskirkite vienkartinės ir einamąsias išlaidas
- Nustatykite vertę ir grąžą
- Ištyrinkite kūrybinio finansavimo galimybes
- Sukurkite finansinį pasitikėjimą

Ši sesija pereina nuo *idėjos* iki *įgyvendinimo*

Pastaba: 5 pagrindinės išlaidų kategorijos

- 1 Turinio gamyba
- 2 Technologinės platformos
- 3 Techninė įranga
- 4 Diegimas ir projektavimas
- 5 Priežiūra ir atnaujinimai

1 Diskusijos klausimas: Išlaidų komponentai:

❖ **Kokie yra pagrindiniai išlaidų komponentai, susiję su jūsų įtraukiančios patirties teikimu?**

Išlaidų komponentai yra atskiros dalys, sudarančios visa projekto biudžetą.

Kiekvienas mąsto apie sąnaudų komponentų kategorijas: pvz. įranga/įrenginiai, programinės įrangos licencijos, turinio kūrimas, konsultavimas/kūrimas, personalo laikas, patirties rinkodara, priežiūra.

Užrašant juos ant lentos išdėstomos dėlionės detalės, kurias reikia apsvarstyti.)



Seminaro tema

Sukurkite realų biudžetą

2 Diskusijos klausimas

Vienkartinės ir nuolatinės išlaidos

❖ *Kurios iš šių išlaidų yra vienkartinės, palyginti su nuolatinėmis?*

Vienkartinė kaina = sumokėta vieną kartą (įrangos pirkimas, plėtra).

Einamieji mokesčiai = pasikartojantys (prenumeratos, priegloba, priežiūra, atnaujinimai).

Kodėl tai svarbu: daugelis įtraukiančių projektų žlunga ne dėl išankstinių išlaidų, o dėl to, kad nebuvo planuojamos einamosios išlaidos.

Pažymėkite, kurios iš mūsų išvardytų išlaidų yra: Vienkartinės, Mėnesinės, Metinės
Tikėtina, kad pasikartos po 2–3 metų? ir kt.

Pavyzdžiui, projektoriaus pirkimas yra vienkartinis, tačiau AR platformos prenumerata gali būti atliekama kas mėnesį. Kasmetinis licencijos atnaujinimas = vyksta. Įrenginių keitimas kas 3 metus = būsimos planuojamos išlaidos

Vykdomi dalykai gali apimti tokius dalykus kaip kasmetiniai atnaujinimai arba įrenginių keitimas kas kelerius metus.

To supratimas padeda planuoti tvarumą – einamąsias išlaidas reikia numatyti ir ateinančių metų biudžete.)



Seminaro tema

Sukurkite realų biudžetą

3 Diskusijos klausimas

Investicijų grąža (IG)

- ❖ *Kaip šis įtraukiantis projektas gali sukurti vertę ar grąžą?*
- ❖ *Kaip ši įtraukianti idėja sukurs vertę?*

IG = kokią vertę sukuria projektas, palyginti su jo kaina.

Grąžinimas gali būti:

- Tiesioginės finansinės (bilietų pardavimas, kainų padidinimas)
- Netiesioginės finansinės (užsakymai ne sezono metu)
- Strateginis (prekės ženklo atitikimas, pakartotiniai apsilankymai)
- Eksploatacinės (sumažintos spausdinimo išlaidos)

Kodėl tai svarbu: svarbu juos nustatyti, nes tai yra išlaidų pateisinimo dalis. Užsirašykite bent porą laukiamos naudos pinigine ar strategine prasme.) Jei negalite išreikšti vertės, negalite pateisinti investicijų.

Aptarkite, kaip įtraukianti patirtis sukuria vertę (daugiau lankytojų, didesnis įsitraukimas, nauji pajamų šaltiniai).

- ❖ **Sutelkite dėmesį į tikslines funkcijas:** leiskite pinigais tik elementams, kurie išsprendžia realius poreikius arba auditorijos interesus
- ❖ Naudojant šį **auditoriją orientuotą metodą** (pvz., interaktyvius žemėlapius, jei lankytojai pasiklysta, arba teminį pasakojimą, kuris susisiečia su auditorija) galima pateisinti išlaidas.
- ❖ **Vėliau stebėkite paprastą metriką** (lankytojų skaičių, patirtį, laiką, pasitenkinimą), kad įvertintumėte investicijų grąžą.

Aptarkite konkrečiai:

- Ar parduosime daugiau bilietų? pvz., +500 lankytojų × 10 € = 5000 € papildomų pajamų
- Sumažinti spausdinimo išlaidas? pvz., išspausdinta 1000 brošiūrų mažiau = sutaupyta 200 eurų
- Padidinti kainas?
- Pritraukti verslą ne sezono metu?
- O gal netiesioginė grąža, pvz., didesnis klientų pasitenkinimas, dėl kurio atsiranda pakartotinių apsilankymų arba geri atsiliepimai. pvz., Aukštesnis TripAdvisor įvertinimas → stipresnis ilgalaikis pozicionavimas
- Gauti rėmimą?

<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>



Eikite į **Igyvendinimo mokymus 3** ir sužinokite, kaip šias idėjas pritaikyti praktikoje



Seminaro tema

Išlaidų veiksnų nustatymas

Diskusijos klausimai

1. Nustatykite išlaidų veiksnus.

Apibrėžimas: išlaidų veiksnys yra viskas, dėl ko jūsų projektas pabrangsta. Dėl šios priežasties išlaidos didėja. Jei dėl ko nors didėja biudžetas, tai yra išlaidų veiksnys. **Išlaidų veiksnys** yra konkretus sprendimas, funkcijos ar dizaino pasirinkimas, kuris tiesiogiai padidina bendras projekto išlaidas. Tai ne tik „kažkas brangaus“.

- ❖ Kokios yra **3 didžiausios** jūsų įtraukiančios idėjos **išlaidų veiksnų** priežastys?
- ❖ Dėl kokių sprendimų jūsų projekte **išlaidos padidėtų**, o ne tik šiek tiek padidėtų?
- ❖ Jei jūsų **biudžetas turėtų būti sumažintas 40%**, kurias funkcijas pašalintumėte pirmiausia?

Tai perkelia mąstymą į strateginį prioritetų nustatymą.

Įtraukiančių turizmo sąnaudų veiksnų, skirtų AR literatūros takui, pavyzdžiai:

- Vietų skaičius (1 sustojimas prieš 10 stotelių)
- Animacijos lygis (paprasta perdanga ir visa 3D rekonstrukcija)
- Pasirinktinė programa, palyginti su esamos platformos naudojimu
- Daugiakalbis turinys
- Profesionalūs aktoriai prieš savanorių balsus
- Aukščiausios klasės VR ausinės ir išmanieji telefonai

Kuo sudėtingesnė patirtis → tuo stipresni išlaidų veiksniai.



Seminaro tema

Išlaidų veiksnų nustatymas

Kaip nustatyti išlaidų veiksnus:

1. Peržiūrėkite savo projektą 3 lygiais (pagrindinis, vidutinis, aukščiausios kokybės).
2. Sukurkite savo biudžetus kiekvienam lygiui. Biudžetas turi padengti visas įmanomas išlaidas – ir akivaizdžias, ir paslėptas. Be paties pagrindinio objekto, techninė įranga (pvz., AR / VR ausinės, ekranai, jutikliai), programinės įrangos ir turinio kūrimas (pvz., pasirinktiniai 3D ištekčiai, animacijos), sistemų integravimas, personalas / pagalba vietoje, vietos logistika (internetas, apšvietimas, erdvė), rinkodara, draudimas ir kt. **Šie veiksniai skirsis priklausomai nuo projekto masto ir sudėtingumo.**
3. Kiekviename lygyje paklauskite savęs – kas pasikeitė? Dėl ko padidėjo išlaidos?
4. Dabar paklauskite savęs, ar jūsų biudžetas buvo sumažintas. Taip sukuriamas finansinis realizmas. – Ką sunkiausia pašalinti? Kas yra „malonu turėti“?



Įsivaizduokite nedidelę turizmo grupę **Sligo** mieste, kurianti AR poezijos taką, įkvėptą **W. B. Yeatso**.

Ištirkite faktines išlaidas, į kurias norėtumėte atsižvelgti kurdami savo biudžetą (pavyzdžiai)

Aparatūra

- 4–6 „iPad“ su gidu (kiekvienas 400–600 €)
- Lauko QR ženklai (80–120 EUR už ženkla)
- Nešiojamas WiFi maršrutizatorius, užtikrinantis patikimumą (40 €/mėn.)

Programinės įrangos ir turinio kūrimas

- AR platformos prenumerata (pvz., 100–300 EUR per mėnesį)
- Scenarijaus rašymas ir balso įrašas (800–1500 EUR vienkartinis)
- 3D istorinių scenų animacija (1500–3000 EUR, priklausomai nuo sudėtingumo)



Integracija

- Programų testavimas ir derinimas (500–1 000 EUR)
- Prekės ženklo grafinis dizainas (500 €)

Personalas

Neakivaizdinis gidas, apmokytas technologijų srityje (18–22 EUR per valandą)

Vietos logistika

Techninės įrangos draudimo pratęsimas (300–600 eurų per metus)

Daugelis Airijos MVĮ neįvertina turinio kūrimo sąnaudų, ypač įgarsinimo, animacijos ir peržiūrų.

Dabar pridėkite įtraukiančią detalę

Dabar įvertinote realias išlaidas, dabar įsivaizduokite tris to paties projekto versijas, toliau pateikiami pavyzdžiai, į ką reikia atsižvelgti;

1 Versija (paprasta) Mažos kainos	2 Versija (patobulinta) Išlaidos ženkliai padidėja	3 Versija (Premium) Išlaidos dauginasi
• 3 vietos • QR kodai • Palaikomas garso pasakojimas • Pagrindinė grafinė perdanga • Savanoriai įrašo pasakojimą	• 8 vietos • Pagal užsakymą sukurti vaizdiniai elementai • Profesionalus balso aktorius • Animuotos perdangos • Daugiakalbiai subtitrai	• 12 vietų • Visiškai pritaikyta AR programa • 3D istorinė rekonstrukcija • Licencijuota muzika • Aktoriai kostiumuoti • Daugiakalbiai balsai • Duomenų analizės prietaisų skydelis

Išlaidų veiksnio kategorija	Išlaidų pavyzdžiai	Išlaidų veiksnio tipas
Lankytinų vietų skaičius	Kiekviena papildoma sustojimo vieta didina turinio kūrimo, filmavimo, testavimo, ženklavimo ir priežiūros išlaidas.	Tai masto (kiekio) veiksnys
Animacijos/gamybos kokybės lygis	- Paprasta užsklanda = mažos išlaidos 3D rekonstrukcija = didelės išlaidos	Tai sudėtingumo veiksnys
Individuali programėlė vs esama platforma	- Naudojant esamą AR (papildytosios realybės) platformą = prenumeratos mokestis - Kuriant individualią programėlę = kūrimas, testavimas, atnaujinimai	Tai pritaikymo veiksnys
Daugiakalbis turinys	Kiekviena papildoma kalba padaugina scenarijaus vertimo, balso įrašymo, redagavimo ir kokybės kontrolės išlaidas.	Tai dubliavimo veiksnys
Įrangos pasirinkimas	- Išmaniuoju telefonu paremta patirtis = mažos įrangos išlaidos - VR (virtualiosios realybės) akiniai / planšetės = kapitalinės investicijos + priežiūra	Tai techninės įrangos veiksnys
Profesionalūs talentai	Profesionalūs aktoriai, kompozitoriai ir dizaineriai didina gamybos kokybę – ir išlaidas.	Tai kokybės veiksnys



Eikite į **Igyvendinimo mokymus 3** ir sužinokite, kaip šias idėjas pritaikyti praktikoje.



Seminaro tema

Pritaikykite ir pakeiskite, o ne kurkite

Diskusijos klausimai

Kodėl tai svarbu: tinkinta VR arba AR sistema gali kainuoti dešimtis tūkstančių. Mažos MVĮ pirmiausia turėtų paklausti: „*Ką galime pritaikyti, kas jau yra?*“ Daug įtraukiančių efektų galima pasiekti naudojant paruoštus įrankius arba jau turimą turinį. Tai apsaugo jūsų biudžetą ir leidžia greitai išbandyti koncepciją.

Diskusijos klausimai

1. Kokį **turtą** (nuotraukas, vaizdo klipus, esamus eksponatus) jau turime, kurį galėtume panaudoti?
2. Ar galime įgyti patirties naudodami lankytojų **išmaniuosius telefonus**, o ne naują aparatinę įrangą?
3. Ar **360° nuotrauka ar vaizdo įrašas** galėtų pakeisti „visišką VR“ kūrinį? (Pavyzdžiui, 360 laipsnių vaizdo įrašą galima žiūrėti „YouTube“.)
4. Ar yra **nemokamų ar nebrangių platformų** (pvz., „Google Poly“, AR įrankių rinkinių), kuriomis galime naudotis prieš kurdami savo programą?
5. Kokias **paprastas technologijas** (QR kodus, programas mobiliems) galime integruoti į dabartinę svetainę?
6. Kaip galime **išvengti pastangų dubliavimo**? Pavyzdžiui, ar galime naudoti atsarginį garso įrašą ar muziką „Creative Commons“, o ne kurti savo?
7. Kokios yra **žemųjų technologijų alternatyvos** (pvz., spausdintos siužetinės lentos, tiesioginis pasakojimas), jei technologijos tampa problemiškos?



Seminaro tema

Pritaikykite ir pakeiskite, o ne kurkite

Veiksmai žingsnis po žingsnio:

1. **Inventoriaus turtas:** nustatykite esamą laikmeną (nuotraukas / vaizdo įrašus / garso įrašus). Išvardykite esamus vaizdo įrašus, nuotraukas, įrašus ar eksponatų medžiagą.
2. **Naršykite nemokamus įrankius:** tyrinėkite nemokamas arba nebrangias platformas (360 žiūrinčiųjų, AR programas ir kt.). Ištirkite jau paruoštas platformas (pvz., „YouTube“, „Google Street View“, nemokamas AR programas), kurios atitinka jūsų poreikius.
3. **Greitai sukurkite minimalų prototipą:** sukurkite minimalų prototipą (QR + vaizdo įrašas, išmaniojo telefono AR filtras ir kt.). Sukurkite koncepcijos įrodymą naudodami šiuos įrankius. Pavyzdžiui, nufilmuokite trumpą 360° klipą skolinčiu fotoaparatu ir išbandykite telefonais.
4. **Iš anksto surinkite atsiliepimus:** parodykite prototipą mažai auditorijai (darbuotojams, vietiniams savanoriams), kad patikrintumėte tinkamumą ir susidomėjimą.
5. **Patikslinkite turinį:** patobulinkite istoriją / dialogą naudodami vietinę įvestį, nekeisdami pagrindinių pigių technologijų.
6. **Nuspręskite dėl tolesnių veiksmų:** remdamiesi rezultatais suplanuokite, ar norite padidinti (daugiau vietų, aukštesnės klasės technologijos), ar pakeisti.



Eikite į **Įgyvendinimo mokymus 3** ir sužinokite, kaip šias idėjas pritaikyti praktikoje.



Seminaro tema

Prieinami ir lengvai plečiami sprendimai

Išnaudokite tai, ką jau turite (prieš išleisdami dideles sumas)

Įtraukiančios patirtys nebūtinai turi prasidėti nuo didelių biudžetų. Įtraukiančios patirtys neprasideda nuo technologijų. Jos prasideda nuo turto.

Didžiausia mažųjų įmonių klaida yra manyti, kad inovacijos reiškia kažko naujo pirkimą. Iš tikrųjų tvariausi įtraukiantys projektai kuriami sumaniau derinant tai, ką jau turite.

Išmaniausi projektai:

Pradėkite nuo mažų dalykų – pakartotinai naudokite esamą turtą – prioritetu išbandykite įsitraukimą anksti – plėskite tik tada, kai paklausa yra įrodyta – investuokite remdamiesi įrodymais, o ne entuziazmu

Įtraukiančios patirtys – tai ne daugiau išlaidų. Tai mąstymas kitaip, sumaniai ir novatoriškai.

Gerinkite idėjas ir atlikite tyrimus, kad rastumėte kūrybišką finansavimą.

Gerinkite idėjas apie galimus išteklius: mažas dotacijas kultūrai / inovacijoms, partnerystę su rėmėjais (pvz., vietos įmonėmis, universitetais), sutelktinį finansavimą arba pajamas iš susijusios veiklos. Net ir nedidelės investicijos gali padėti pradėti bandomąjį projektą.

Kadangi išlaidos dažnai kelia didžiausią susirūpinimą, atminkite, kad papildomas finansavimas (atitinkantis kiekvieną projekto etapą) užtikrina, kad biudžetai būtų „valdomi ir atsakingi“ – mastas didinamas tik augant susidomėjimui ir pasitikėjimui.



Seminaro tema

Prieinami ir lengvai plečiami sprendimai

Diskusijos klausimai

1. Pradėkite nuo mažų dalykų

Daugelis įtraukiančių patirčių žlunga, nes organizacijos bando nedelsdamos pristatyti „visą viziją“.

- ❖ Jei turėtumėte tik **3000 eurų savo įtraukiančiai idėjai** išbandyti, ką pirmiausia sukurtumėte?
- ❖ Kokia **paprasciausia jūsų patirties versija**, kuri vis dar veiksmingai pasakoja istoriją?
- ❖ Kurios jūsų koncepcijos dalys yra **būtinės**, o kurias **pravartu turėti**?
- ❖ Kaip galėtumėte **patikrinti auditorijos susidomėjimą prieš investuodami dideles lėšas**?

2. Testavimas prieš plečiant

Bandomojo projekto tikslas nėra tobulumas – tai mokymasis.

- ❖ Ką galėtumėte išmatuoti bandomojo etapo metu? (lankytojų įsitraukimas, išbūnimo laikas, atsiliepimai, dalijimasis socialiniuose tinkluose)
- ❖ Kaip žinotumėte, ar verta **plėsti patirtį**?
- ❖ Kokie lankytojų atsiliepimai padėtų pagerinti patirtį?
- ❖ Kaip bandomasis projektas gali **atskleisti nenumatytas išlaidas ar techninius iššūkius**?

3. Sumažinkite finansinę riziką

Įperkamos įtraukiančios patirtys dažnai remiasi kūrybiškumu, o ne brangiomis technologijomis.

Pritaikykite ir perkurkite prieš kurdami

Prieš investuodami į individualiai sukurtas technologijas, stabtelėkite ir paklauskite savęs:



Ką galime pritaikyti vietoj to, kad kurtume nuo nulio?

Individualiai sukurtos technologijos skamba įspūdingai, tačiau jos yra brangios, rizikingos ir dažnai nereikalingos ankstyvuosiuose etapuose.

Pritaikykite arba perkurkite nemokamus/pigesnius įrankius ir turinį, kai įmanoma.

Pavyzdžiui, naudokite jau pagamintas platformas (pvz., 360° vaizdų peržiūros programas, išmaniųjų telefonų AR programas), o ne kurkite nuo nulio.



Ar turite kokių nors esamų išteklių, kuriuos galėtumėte panaudoti?

Mąstykite sluoksniais. Tikriausiai jau turite:

- Vietą
- Istoriją
- Vadovą ar pasakotoją
- Svetainę
- Socialinės žiniasklaidos kanalus
- Fotografijas
- Vaizdo įrašus
- Vietinį tinklą

Įtraukiantis procesas apima šių elementų sujungimą į daugiasluoksnę patirtį.

Pavyzdžiui, vietoj: 25 000 € vertės individualiai sukurtos VR platformos.

Naudokite:

- Vietoje darytas 360° nuotraukas
- Įkeltas į esamą peržiūros platformą
- Pasiekiamas per QR kodą
- Paleidžiamas lankytojų išmaniuosiuose telefonuose



Seminaro tema

Prieinami ir lengvai plečiami sprendimai

- ❖ Kokį **esamą turtą** galėtumėte panaudoti užuot kūrę ką nors naujo?
 - Istorinės literatūros vietos
 - Vietiniai aktoriai
 - Esama filmuota medžiaga
 - Išmanieji telefonai vietoj VR akinių

Jei įmanoma, pritaikykite arba perdirbkite nemokamas/pigesnes priemones ir turinį.

Pavyzdžiui, naudokite jau paruoštas platformas (pvz., 360° vaizdų peržiūros programas, išmaniųjų telefonų AR programėles), užuot kūrę nuo nulio.

Pakartotinai naudokite turinį įvairiais būdais (pvz., vaizdo turas, kuris gali būti ir parodos pristatymas, ir socialinių tinklų anonsas).

Šis pakartotinis panaudojimas ir mastelio keitimas paskirsto išlaidas laikui bėgant

- ❖ Ar galėtumėte **pasiskolinti ar išsinuomoti įrangą**, o ne ją pirkti?
- ❖ Kokios partnerystės galėtų padėti sumažinti išlaidas?
 - Kino mokyklos
 - Teatro grupės
 - Universitetai
 - Vietiniai turizmo biurai

Bendruomenės bendradarbiavimas

Daugelis sėkmingų įtraukiančio turizmo projektų įtraukia vietos bendruomenę.

- ❖ Kaip **vietos gyventojai** galėtų dalyvauti kuriant patirtį?
- ❖ Ar **vietos menininkai, atlikėjai ar studentai** galėtų padėti kurti turinį?
- ❖ Kaip **bendruomenės įsitraukimas** galėtų padidinti **autentiškumą ir lankytojų susidomėjimą**?



Seminaro tema

Prieinami ir lengvai plečiami sprendimai

Laipsniškas įgyvendinimas

Nereikia visko daryti iš karto. Pradėkite nuo nebrangaus bandomojo projekto, kad išbandytumėte vieną ar dvi funkcijas prieš platų diegimą.

Kaip pataria vienas ekspertas: „Pradėkite nuo mažų dalykų – išbandykite vieną papildytosios realybės demonstracinę versiją arba kioską – tada išplėskite, kai įvertinsite įsitraukimą ir patvirtinsite vertę“.

Praktiškai tai reiškia, kad iš pradžių galite išsinuomoti ar pasiskolinti įrangą arba naudoti išskylančiąsias instaliacijas. Laipsniškas įgyvendinimas sumažina riziką ir padeda tikslinti išlaidas.



Airijos pavyzdys:

Mažas centras Vakarų Korke nori sukurti visiškai įtraukiančią garsaus filmo scenos simuliaciją.

Užuot kūręs 25 000 eurų kainuojančią VR patirtį...

1 ETAPAS – Pigus bandomasis projektas (3 000–5 000 eurų)

- ✓ 360° panoraminiai peizažai ir autentiški pastatai, filmuoti vietoje. Vietos aktoriai ir bendruomenė, apsirengę atributika, atkuria vieną ar daugiau scenų
- ✓ Talpinama „YouTube“ (privati nuoroda)
- ✓ Peržiūrima lankytojų išmaniaisiais telefonais
- ✓ Įrengtas QR kodo ženklas
- ✓ Trumpas 3 minučių įtraukia pasakojimas

Tikslas: išbandyti įsitraukimą.



Apsilankykite **Įgyvendinimo mokymuose 03** ir sužinokite, kaip šias idėjas pritaikyti praktikoje.



2 Skyrius

Teisiniai, autorių teisių ir
etikos klausimai

Photo Credit: Image title

3 Seminaro 2 Dalis Diskusijų skyrius



1. Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės *(42 Puslapis)*
Apima duomenų apsaugą, domenų naudojimą, etiką, prekių ženklus, turinio naudojimą, visuomenės saugumą ir prieinamumą.
2. Dažniausiai pasitaikančių iššūkių ir mitų analizė *(44 Puslapis)*
3. Vadovaujamo seminaro diskusijų klausimai *(49 Puslapis)*

Teisiniai, autorių teisių ir etikos klausimai

Apžvalga: Įtraukiantis kino ir literatūros turizmas dažnai apima darbą su istorijomis, personažais ir vietovėmis, kurios gali būti saugomos **intelektinės nuosavybės (IP) teisėmis**, be to, technologijų naudojimas kelia klausimų dėl duomenų privatumo, vartotojų saugumo ir kultūrinio jautrumo. Šiame skyriuje kalbama apie tai, kaip užtikrinti, kad jūsų įdomi nauja patirtis atitiktų **teisinius reikalavimus ir būtų etiškai pagrįsta**.

Įtraukiantis kino ir literatūros turizmas neveikia kūrybiniame vakuume. Kai kuriate patirtis, paremtas filmais, romanais, personažais ar realiomis vietovėmis, veikiate erdvėje, kurią formuoja:

- Intelektinės nuosavybės teisė
- Prekių ženklų apsauga
- Duomenų apsaugos reglamentai
- Viešojo saugumo atsakomybė
- Kultūros ir bendruomenės etika

Šiame skyriuje kalbama apie tai, kaip užtikrinti, kad jūsų įtraukianti patirtis būtų:

- Atitinkanti teisinius reikalavimus
- Etiškai atsakinga
- Suteiktų bendruomenės informuotumą
- Atitinkama ateičiai

Paprastai tariant, tai atrodo taip:

- **Autorių teisės** (tekstas, vaizdai, vaizdo įrašai, muzika)
- **Prekių ženklai** (pavadinimai, logotipai, prekės ženklai)
- **AR/VR realiose vietose** (turinio uždėjimas ant pastatų, viešųjų erdvių)
- **Privatumas/BDAR** (el. laiškai, prisijungimai, nuotraukos, vietos nustatymo aktyvumai)
- **Etika** (sutikimas, kultūra, poveikis bendruomenei, saugumas, prieinamumas)

Tikslas yra ne jus išgąsdinti, o **paruošti** – kad žinotumėte dažniausiai pasitaikančias spąstus ir galėtumėte imtis paprastų veiksmų, kad išvengtumėte teisinių problemų ir pasielgtumėte teisingai savo bendruomenės ir lankytojų atžvilgiu.



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Įtraukiantis kino ir literatūros turizmas dažnai apima istorijų, personažų ir vietovių, kurios gali būti saugomos intelektinės nuosavybės (IP) teisėmis, aptarimą, be to, technologijų naudojimas kelia klausimų dėl duomenų privatumo, vartotojų saugumo ir kultūrinio jautrumo. Ši tema yra skirta užtikrinti, kad jūsų įdomi nauja patirtis taip pat atitiktų teisinius reikalavimus ir būtų etiškai pagrįsta.

Pradėkime nuo raminančių naujienų: jums nereikia būti teisininku, kad galėtumėte spręsti pagrindinius teisinius ir etinius klausimus, susijusius su įtraukiančios patirtimis. Daugelis dalykų yra sveikas protas, kai žinote pagrindinius dalykus.

❖ **Autorių teisės** reglamentuoja, kam priklauso kūrybinė medžiaga (tekstas, vaizdai, vaizdo įrašai, muzika). Jei naudojate kito asmens kūrinį (pvz., filmo klipą ar knygos ištrauką), paprastai jums reikia leidimo, nebent tai yra viešoji nuosavybė arba labai maža, „sąžiningo naudojimo“ dalis.

- Tai yra **viešoji nuosavybė**. Viešoji nuosavybė daugelyje šalių paprastai taikoma maždaug 70 metų po autoriaus mirties, pvz., Šekspyro atveju.
- Arba jūsų naudojimas yra labai ribotas ir atitinka siauras „**sąžiningo naudojimo**“ išimtis (dažnai labiau ribotas, nei žmonės mano).

❖ **Prekių ženklai** yra firminiai pavadinimai / logotipai – pavyzdžiui, „Haris Poteris™“ yra prekės ženklas, todėl negalite jo tiesiog naudoti savo ekskursijos pavadinime be leidimo (nors sakyti „berniukas burtininkas iš garsios knygos“ gali būti išeitis).

❖ **Paprasta išvada:** nemanykite, kad turizmas / švietimas = automatinis leidimas.



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

- ❖ Kalbant apie **privatumą**, jei jūsų papildytosios realybės programėlė iš esmės yra tik vaizdinė ir nerenka asmeninių duomenų, dažniausiai viskas gerai. Tačiau jei prašote vartotojų prisijungti, juos fotografuojate / filmuojate arba sekate jų buvimo vietą, turite laikytis duomenų apsaugos taisyklių (pvz., BDAR Europoje) – tai dažnai reiškia tiesiog skaidrumą ir sutikimo prašymą.
- ❖ **Etika apima platesnę sritį**: ar gerbiame istoriją ir bendruomenę? Pavyzdžiui, jei naudojame folklorą ar šventas vietas, ar konsultavomės su vietos suinteresuotosiomis šalimis? Ar tiksliai ir jautriai vaizduojame žmonių grupes (pvz., vietinių gyventojų istoriją)? Aptarsime scenarijus, kad padidintume informuotumą.

Atminkite, kad etiška, teisinė patirtis kuria pasitikėjimą ir vengia dramos – tai gali būti pardavimo argumentas („oficiali licencijuota ekskursija“ arba „bendruomenės patvirtinta patirtis“).

Todėl verta iš anksto skirti šiek tiek laiko šioms temoms.

Diskusijos klausimai

- ❖ Ar **pagrindinė istorija yra vieša**?
- ❖ Ar netyčia naudojame **modernios adaptacijos vaizdus ar prekės ženklą**?
- ❖ Ar galėtume sukurti patirtį, pagrįstą **vieša nuosavybe + vietiniu turiniu**, kad sumažintume teises išlaidas?



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Dažniausiai pasitaikantys iššūkiai ir mitai

“Jei tai yra edukacinė ar turizmo paskirtis, tai yra sąžiningas naudojimas.”

Klaidinantis įsitikinimas

Daugelyje teisinių sistemų nėra taikoma bendra išimtis turizmo ar švietimo sritims (nebent galbūt esate registruota mokymo įstaiga). Autorinėmis teisėmis saugomos medžiagos (pavyzdžiui, kadry iš filmų, personažų atvaizdų ar ilgesnių nei trumpos frazės citatų) naudojimui paprastai reikalingas leidimas arba licencija – net jei jūsų tikslas yra šviečiamasis.

Iššūkis – suprasti, kuo iš tikrųjų galima naudotis nemokamai.

- **Viešojo domeno (angl. *public domain*) kūriniai** (pvz., Williamo Shakespeare'o ar Jane Austen kūriniai) yra nemokami, nes jų autorių teisių galiojimo laikas pasibaigęs.
- **Šiuolaikiniai filmai, romanai, scenarijai ir personažai** yra saugomi.

Egzistuoja ribotas **sąžiningas naudojimas** komentarams, mecenavimui, kritikai ar parodijai, tačiau ši išimtis yra siaura ir labai priklauso nuo konkretaus konteksto.

Saugiau daryti prielaidą, kad teisių jums reikia, ir tik tada tikrinti, ar taikoma išimtis, o ne priešingai.

Užvis neįkelinėkite filmo ištraukos į savo papildytosios realybės (AR) patirtį – apsvarstykite šias alternatyvas:

- **Nuoroda į oficialų anonsą (angl. *trailer*) „YouTube“ platformoje** (oficialiai įkelto turinio įterpimas paprastai yra leidžiamas, nes teisių turėtojas davė tam leidimą).
- **Savo originalaus kūrinio ar scenos interpretacijos kūrimas**, įkvėptas tos istorijos.
- **Įtraukiančios patirties kūrimas remiantis temomis, vietovėmis ar atmosfera**, o ne saugomo turinio atkartojimu.

Galite atkurti pasaulio dvasią ir nesikopijuodami paties kūrinio.



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Dažniausiai pasitaikantys iššūkiai ir mitai

„Esame maži, niekas mūsų nepaduos į teismą.“

Klaidingas įsitikinimas

Daugelis mano, kad didelės studijos ar leidėjai nesivargins su mažu kelionių organizatoriumi, naudojantį jų intelektualinę nuosavybę.

Realybė: nors galite likti nepastebėti, tai nėra garantuota.

Teisiškai mažas buvimas jūsų neatleidžia nuo atsakomybės. Jūs nesate teisiškai apsaugotas.

- Nepašalina atsakomybės.
- Neapsaugo jūsų reputacijos.
- Nepadeda, jei vėliau norėsite oficialios partnerystės.

Studijos ir leidėjai išduoda nutraukimo raštus – net ir mažiems gerbėjų renginiams ar nepriklausomiems turams.

Naudingas mąstysenos pokytis: *ar jausčiausi patogiai, jei kas nors tokiu būdu panaudotų mano originalų kūrinį nepaklausęs?*

Pagarba intelektinei nuosavybei taip pat reiškia savęs pozicionavimą kaip rimto, patikimo operatoriaus – ypač jei kada nors norėsite bendradarbiavimo galimybių.

Iššūkis yra rizikos valdymas: galbūt nuspręsite, kad nedidelė nuoroda verta nedidelės rizikos, tačiau tai turėtumėte padaryti pagrįstu sprendimu, o ne vien nežinojimu.

Be ieškinių, atsižvelkite į reputaciją: norite būti laikomi gerbiančiais kūrėjų teises (ypač jei kada nors sieksite su jais partnerystės).



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Dažniausiai pasitaikantys iššūkiai ir mitai

“Technologijų turinys yra laukinių vakarų dalis – dar nėra jokių taisyklių.”

Klaidinantis įsitikinimas

Kai kurie žmonės mano, kad AR/VR egzistuoja teisiškai pilkojoje zonoje. Tačiau galiojantys įstatymai vis dar galioja.

Nors įstatymai iš tiesų veja (ir gali būti šiek tiek neaiškūs), galiojantys intelektinės nuosavybės ir privatumo įstatymai taikomi skaitmeninei patirčiai.

Iššūkis: gali nebūti konkrečių AR reglamentų, tačiau bendrieji vis dar galioja.

- Vis dar galioja autorių teisių įstatymas.
- Vis dar galioja prekių ženklų įstatymas.
- Vis dar galioja duomenų apsaugos įstatymas.
- Vis dar galioja viešojo saugumo reglamentai.
- Vis dar galioja prieinamumo lūkesčiai.

Atpažinti, kada skaitmeninis = reguliuojamas.

Pavyzdžiai:

- Jei jūsų AR programa leidžia vartotojams skelbti turinį (pvz., grafiti AR užrašus apie vietas), dabar turite **atsakomybę už vartotojų sukurtą turinį**.
- Jei renkate **el. laiškus ar analizę**, taikomos duomenų apsaugos taisyklės.
- Jei **skaitmeniniu būdu perkeliate turinį** ant saugomos paveldo vietos ar paminklo, gali tekti gauti patvirtinimą iš vietos valdžios institucijų.
- Jei jūsų įtraukianti instaliacija **pakeičia lankytojų judėjimo modelius, svarbu laikytis saugos reikalavimų**.

Nauja terpė. Ta pati teisinė sistema.

Tarkime, kad taikomos taisyklės ir įprasti įstatymai – net jei formatas yra novatoriškas.



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Dažniausiai pasitaikantys iššūkiai ir mitai

“Etika yra neprivaloma; svarbi tik atitiktis teisės aktams.”

Klaidinantis įsitikinimas

Mes griežtai ginčijame šį mitą. Tai pats pavojingiausias mitas. Teisinis atitikimas yra pagrindas. Etika lemia tvarumą.

Kažkas gali būti techniškai legalu, bet vis tiek:

- Įžeidžianti vietos bendruomenę – **bloga praktika** naudoti folklorą be bendruomenės įtraukimo.
- Kultūriškai nejautrus – **bloga praktika** pernelyg sensacionalizuoti konfliktų istoriją.
- Išgaunamoji arba pasisavinanti – **bloga praktika** skaitmeniniu būdu atkurti privačius namus ar asmenines istorijas be sutikimo.
- Atskirianti – **bloga praktika** ignoruoti prieinamumo aspektus.
- Žalinga ilgalaikiam pasitikėjimui – **bloga praktika** talpinti smurtinį įtraukiantį turinį šeimai skirtose viešose erdvėse.

Etika – daryti tai, kas teisinga, o ne tik tai, kas legalu – yra labai svarbi ilgalaikiai sėkmei ir bendruomenės santykiams.

Galbūt teisiškai leidžiama naudoti tam tikrą folkloro kūrinį, bet jei vietos bendruomenė mano, kad jis netinkamai naudojamas ar įžeidžiantis, susidursite su neigiama reakcija (ir jausitės blogai).

Arba teisiškai galite nebūti įpareigoti padaryti savo programėlės prieinamą daltonikams, bet etiškai tai verta apsvarstyti (ir tai praplečia jūsų auditoriją).

Etiškas turizmas ugdo gerą valią, stiprina partnerystes, didina prekės ženklo patikimumą, plečia auditoriją ir palaiko ilgalaikį gyvybingumą.

Klaidinantis įsitikinimas

Be to, etiškumas gali būti pardavimo argumentas (kaip ir ekologiškumas, kultūrinis jautrumas ir pan.).

Tarkime: teisės yra saugomos, galioja įstatymai, bendruomenės yra svarbios, ilgalaikė reputacija yra vertingesnė už trumpalaikį patogumą.

Tikslas – ne bijoti. Svarbu būti informuotam, profesionaliam ir sąmoningam.

Įtraukianti patirtis Ozo šalies burtininko muziejus. Florida

Ozo šalies burtininko muziejuje Kanaveralo kyšulyje, Floridoje, eksponuojama įtraukianti patirtis. Be daugiau nei 2000 artefaktų ir originalių filmų rekvizitų, tokių kaip originali Dorotės suknelė, miestelėno švarkas ir ietis, muziejuje rodomos įtraukiančios scenos. Čia pateikiamas „Ozo šalies burtininko“ scenos pavyzdys. <https://www.wizardofozflorida.com>



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



Seminaro tema

Intelektinė nuosavybė ir autorių teisės

Vadovaujamo seminaro diskusijų klausimai

- ❖ Kokias intelektines nuosavybes tiesiogiai naudojate?
- ❖ Kokius istorijos / turinio elementus naudojame, kurie gali priklausyti kažkam?

Išvardykite su jūsų idėja susijusią intelektinę nuosavybę: konkrečius knygų tekstus, filmų scenas, veikėjų vardus, muziką, pavadinimus, logotipus, vaizdus, muziką, meno kūrinius ir kt. Taip pat realių žmonių vardus / atvaizdus, jei tokių yra – tai kita teisė (teisė į viešumą).

Pažymėkite visas, kurios greičiausiai yra saugomos autorių teisių / prekės ženklo. Kiekvienai iš jų apsvarstykite: ar yra sprendimas (naudojant bendrines nuorodas), ar jums reikia leidimo?

Aiškus šio sąrašo sudarymas padeda nuspręsti, ar turėtumėte kreiptis dėl licencijų, ar žaisti saugiai su aprašomaisiais, bet nepažeidžiančiais autorių teisių terminais.

Pavyzdžiui, jei jūsų turas yra apie „**Sostų karų**“ filmavimo vietas, „Sostų karai“ yra HBO prekės ženklas. Kokia fraze reklamoje jį pavadinsite? Tokių frazių nustatymas padeda nustatyti, kokių leidimų jums gali prireikti. Jei jūsų patirtis visiškai pagrįsta viešojo domeno kūriniais, tai puiku – atkreipkite į tai dėmesį.

Scenarijus: Sukūrėte papildytosios realybės turą po miesto filmavimo vietas ir be leidimo į programėlę įtraukėte garsiąją filmo dainą kaip foninę muziką. Kas galėtų nutikti?

Aptarkite galimą rezultatą: autorių teisių pažeidimas – blogiausiu atveju programėlių parduotuvės pašalins programą arba gausite teisių turėtojo laišką su prašymu ją pašalinti; sprendimas: naudoti nelicencijuotą muziką arba gauti licenciją.

Įtraukianti patirtis „Sostų karų“ studijos turas, Airija

Keliaukite už kamerų ir atraskite paslaptis, kurios pavertė HBO „Sostų karus“ sėkmingiausiu televizijos serialu pasaulyje. „Sostų karų“ studijos turas – tai nepamirštama kelionė, kuri nukels jus į Vesteroso širdį, sužavės šeimas, gerbėjus ir įvairaus amžiaus kino entuziastus.

Įeikite į Vesterosą ir atskleiskite užkulisių paslaptis apie savo mėgstamiausias dekoracijas, kostiumus ir rekvizitus. Mūsų mini serialas tęsiasi su dar daugiau epinių atradimų, kuriuos pristato mūsų gidas Džo Drakonoune... Suplanuokite savo apsilankymą šiandien „Sostų karų“ studijos ture: www.gameofthronesstudiotour.com



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



Seminaro tema

Viešoji nuosavybė

Vadovaujamo seminaro diskusijų klausimai

- ❖ Ar pagrindinė istorija yra viešai prieinama?
- ❖ Ar turime teises ar leidimus į jas, ar jos yra viešai prieinamos?

Aptarkite kiekvieno aukščiau pateikto elemento statusą. Viešai prieinama: paprastai autoriai, mirę prieš daugiau nei 70 metų daugelyje šalių – jų kūrinius galima laisvai naudoti. Viskas, kas naujesnė, greičiausiai yra saugoma. Jei saugoma, ar mes gauname arba galime gauti leidimą? **Pavyzdžiui**, „Drakula“ (1897 m.) yra viešai prieinama – galite laisvai naudoti personažus ir tekstą. Tačiau „Drakula“ filmo vaizdai, tarkime, iš 1992 m. filmo, nėra. Žinojimas, kokia medžiaga yra laisvai prieinama, gali formuoti jūsų turinį.

Jei kažkas nėra **viešai prieinama**, apsvarstykite, ar jums tikrai reikia naudoti saugomus elementus, ar galite sutelkti dėmesį į faktinius / istorinius aspektus, kurie nėra saugomi (pvz., faktas, kad filmas buvo filmuojamas pilyje, yra faktas, galite tai pasakyti; ko negalite padaryti, tai naudoti filmo logotipo be leidimo). Kartais tai taip paprasta, kaip parašyti el. laišką vietos autoriui, kad šis sutiktų naudoti citatą – nustebtumėte, o jis galbūt apsidžiaugtų. Užsirašykite bet kokius veiksmus, pvz., „Patikrinkite, ar tas 1940 m. filmas yra PD, arba su kuo susisiekti dėl teisių.“

Scenarijus: Jūs rengiate literatūrines ekskursijas ir planuojate daug cituoti iš šiuolaikinio romano AR segmentuose. Ar tai tinka?

Tikriausiai ne daugiau kaip trumpos citatos; gali prireikti autoriaus / leidėjo leidimo, nebent tai būtų minimalus ir interpretacinis variantas – arba vietoj to naudokite viešai prieinamą literatūrą.



Seminaro tema

Duomenų ir etikos jautrumas

Vadovaujamo seminaro diskusijų klausimai

❖ Kokius duomenis, jei tokių yra, rinks mūsų įtraukianti patirtis?

Tai apima asmeninius duomenis, tokius kaip vardai, el. pašto adresai programėlės paskyrai, naudotojų nuotraukos, vietos stebėjimas ir kt. Jei jūsų projektas neapima jokių naudotojų duomenų, puiku – jūs apeinate privatumo problemas. Jei taip, atkreipkite dėmesį į kiekvieną duomenų tipą.

Tada aptarkite: kodėl mes juos renkame? Ar mums jų tikrai reikia? Kaip mes juos apsaugosime? Sudarykite planą: pvz., jei užsiregistruosime el. paštu, mums reikės privatumo pranešimo ir galbūt patikrinsime sutikimą. Jei sekame vietą AR suaktyvinimams, informuojame naudotojus ir užtikriname, kad duomenys nebūtų be reikalo saugomi.

Scenarijus: Jūsų VR patirtis muziejuje įrašo naudotojų veidus, kad galėtumėte juos įterpti į istorinę sceną pramogai. Ar apsvarstėte privatumą?

Atsakymas: Galbūt tai biometriniai duomenys – reikia aiškaus sutikimo, galbūt visai nereikėtų jų saugoti, tiesiog apdorokite tiesiogiai.

❖ Ar mūsu turinys ar metodus yra etiškai jautrūs?

Pagalvokite apie kultūrinius, istorinius ar socialinius klausimus.

Pavyzdžiai: ar religinės asmenybės ar šventos vietos vaizdavimas AR – ar tai pagarbu? Siaubo turinio naudojimas viešojoje erdvėje – ar tai galėtų netikėtai išgąsdinti vaikus? Skatinamas elgesys – pavyzdžiui, AR lobių paieška, kuri gali nukreipti žmones nuo saugių kelių arba sutrikdyti laukinę gamtą – ar yra kokių nors saugumo ar aplinkosaugos problemų?

Taip pat, įtrauktis: ar atsižvelgiame į neįgaliuosius lankytojus – pvz., jei VR, ar turime alternatyvą tiems, kurie negali dėvėti akinių? Šis klausimas yra platus; apmąstykite bet ką, kas galėtų sukelti kam nors teisėtą susirūpinimą ar žalą, viršijančią teisinę sritį. Išvardykite juos ir apsvarstykite sprendimus ar švelninimo priemones.

Įtraukianti patirtis Sherlock Holmes, UK



<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.