



D 1.1.1 Kutatási jelentés

A 1.1 Átfogó értékelés “Needs Analysis – Szükség Elemzés”

Österreichisches Freilichtmuseum Stübing - Universalmuseum Joanneum GmbH -
Zalaegerszegi Múzeumok Igazgatósága – Göcseji Falumúzeum;
Savaria Múzeum - Vasi Skanzen

Az EU INTERREG ATHU-0100028 (Ausztria-Magyarország) „Határokon átnyúló együttműködés egy közös innovatív idegenvezetési megoldás kifejlesztésére a látogatói kínálat bővítésére a szabadtéri kulturális örökségturisztikai létesítményekben” (InnoGuide4CHT) című projekthez, amelynek célja a kultúra és a fenntartható turizmus szerepének erősítése a gazdasági fejlődés, a társadalmi befogadás és a társadalmi innováció terén. A társadalmi befogadás és a társadalmi innováció elősegítése érdekében, a kulturális örökségi turisztikai helyszíneken a digitális idegenvezetési, tájékoztatási és közvetítési rendszer kísérleti projektjeinek hatékony tervezése, valamint állandó és fenntartható használata érdekében először egy elemzési szakaszt kellett végrehajtani.

A digitális ismeretterjesztő és közvetítési eszközök használata manapság nélkülözhetetlen elem a múzeumokban, kezdetben a kapcsolódó intézmények tapasztalataiból kellett betekintést nyerni és következtetéseket levonni a projekttervek lehetséges irányaihoz. Az általános szervezeti kérdések, gazdasági keretfeltételek, szükséges beruházások, személyi és karbantartási keretek mellett természetesen a látogatók viselkedése és visszajelzései is fontos szerepet játszottak.

Mivel a KÖSZSZ (Kulturális örökségturizmus szakértői szervezetek) általában elkötelezettek a különleges, autentikus-történelmi megjelenés mellett a bemutatás és az ábrázolás során, a digitális média használata mindenképpen különleges vállalkozás, különösen azért, mert ezáltal megváltozhat az a jellegzetes történelmi-analóg érzékelés, amely különleges érzelmi hozzáadott értéket teremt. A szakértői felmérésből származó, túlnyomórészt pozitív digitális tapasztalatokat ezért a KÖSZSZ közvetlen látogatóinak kérdőíves elemzésével is alá kellett támasztani, hiszen minden projektpartner tisztában van az intézmények olykor határozottan eltérő értelmezésével. Ugyanakkor megvizsgálták a KÖSZSZ célcsoportjait, meglévő és bővíthető érdeklődési köreiket, valamint a helyszínen való tartózkodásuk időtartamát. Különös figyelmet fordítottak arra az érdeklődésre és hajlandóságra, hogy az autentikus történelmi környezetben, a digitális eszközök felhasználásával intenzívebben fogadják-e el az információk és/vagy a szórakozás szélesebb spektrumát.



Szinte valamennyi KÖSZSZ számára különös kihívást jelent a fizikai vagy kognitív fogyatékkal élők bevonása. A védendő tárgyi kulturális örökség, a nagy részben védett autentikus környezet, az érintetlen természeti környezetet, nehezen teszi lehetővé a határokat feszegető alkalmazkodást. Másrészt viszont, a KÖSZSZ különösen a kulturális tájaink megítélése szempontjából, nagyon vonzó célpontok e célcsoport számára.

A nehézségek, amelyekkel minden projektpartner tisztában van, nagymértékben csökkenthetők a digitális idegenvezetési rendszerek használatával. Ez jelentős lépést jelent a kulturális turizmusba való bevonás felé. A projekt cél elérése érdekében elengedhetetlen volt az is, hogy felmérés formájában, az érintett intézményekkel előzetes párbeszédet kezdjünk. A korlátok meghatározható típusai mellett felmérték az adott csoport alapvető érdeklődését a látogatás során, a kívánt segítséget, valamint a tervezett digitális eszközök hasznosságát és használhatóságát. Ezen eszközök konkrét megvalósítására csak a válaszadók bevonásával kerülhet sor.

A projektben részt vevő KÖSZSZ közösen készített elemzési kérdőíveket mindhárom vizsgált csoport számára. A szakértői csoport kérdőívét részben, kísérő interjúkkal is támogatták, hogy mélyebb kérdéseket lehessen feltenni, különösen a tiszta tapasztalatok területén. A kérdőíveket a látogatás során több helyszínen is átadták a KÖSZSZ látogatóinak, hogy közvetlen tapasztalataik és érzéseik alapján a lehető legkonkrétabban tudják értékelni a digitális bemutatók és információk hiányát, szükségszerűségét.

A szociális területet illetően a fogyatékkal élők intézményeivel vettük fel a kapcsolatot, hogy az egyes fogyatékosági típusokra vonatkozóan kompetens visszajelzéseket kapjunk. Az érdekvéköiseletek bevonása elengedhetetlen volt, mivel a fogyatékkal élők helyszíni látogatásainak száma minden bizonnyal túl kevés lett volna egy érvényes felméréshez. Ugyanakkor ezzel a megközelítéssel a későbbi fejlesztési munkák és a keresztértékesítés iránti érdeklődést is kívánta növelni.

A felmérés eredményeivel kapcsolatos elvárások már az InnoGuide4CHT mérlegelése és koncepciójának kialakítása szempontjából is lényeges elemek voltak. A széleskörű elemzés ezért az alapul szolgáló értékelések ellenőrzésére szolgál, hogy a tervezett kísérleti projektek további kiigazításait elvégezhessek.



Jelentőség és fejlődési potenciál

A szakértők általában nagyon pozitívan értékelték a KÖSZSZ digitális eszközök integrálására irányuló erőfeszítéseit. Ugyanakkor azonban szóba került a szabadtéri múzeumok mint a történelem hiteles helyszíneinek fent említett „különleges helyzete” is, ahol a digitális eszközkészlet analóg-autentikus képet megőrző, óvatos használatnak kell érvényesülnie.

A digitális eszközöket az információközvetítési ajánlatok között a nélkülözhetetlenek közé sorolták. Mivel szinte minden felkínált témakörben nagy érdeklődésre és a szélesebb körű tényszerű tájékoztatás iránti igényre számíthatnak, a kiterjesztett digitális közvetítést nem utasítják el. A digitális eszközök tehát nemcsak arra jelentenek lehetőséget, hogy a kulturális örökségi helyszínek keretében a meglévő oktatási küldetést intenzívebbé és vonzóbbá tegyék, hanem arra is, hogy célcsoport- és generációorientált hidat képezzenek a történelmi kép és a jelenlegi életköznyezet között. A projekt alapfeltevése tehát megerősítést nyert.

Beruházási követelmények és megvalósíthatóság

A vizsgált intézmények - az állami és a magánintézmények - a már megvalósult projektek, valamint a pénzügyi és humán erőforrások tekintetében széles skálán mozognak. A közintézmények akár 500 000 eurós éves költségvetéssel is rendelkeznek, ezért kiterjedt projekt tapasztalatokra tudnak rámutatni.

A kisebb kulturális intézmények vagy magánmúzeumok ennek az összegnek csupán 10%-ával rendelkeznek, ezért digitális törekvéseik megvalósítása korlátozott. A magas karbantartási, frissítési és felújítási költségeket további költségként említik, amelyekkel számolni kell, és amelyeket semmiképpen sem szabad alábecsülni. A látogatók pozitív visszajelzései igazolják a beruházást, amelyet a bemutatók hozzáadott értékeként érzékelnek. Ugyanakkor kevés olyan látogatói statisztikai adat áll rendelkezésre, amely a látogatók számának a digitalizációnak köszönhető és közvetlenül refinanszírozható növekedését mutatja. A megnövekedett vonzerő azonban minden bizonnyal a regionális közvetett jövedelmezőség növekedéséhez vezet.

Az InnoGuide4CHT részeként már megkezdődött az együttműködés nonprofit kutatóintézetekkel. Segítségükkel olyan új, hatékony, célzott és ezáltal kevésbé költségigényes megoldásokat lehet kidolgozni, amelyek alkalmazkodnak a KÖSZSZ többnyire meglehetősen korlátozott pénzügyi lehetőségeihez.

A szabadtéri múzeumok esetenként nagy kiterjedésű, az adatátvitel szempontjából nehezen elérhető területein új, hatékony megoldásokat kell kidolgozni.

Az új digitális oktatási programok is megkövetelik, hogy a munkavállalók hajlandóak legyenek a különböző munkaterületeken továbbképzéseken részt venni. Ezt a hajlandóságot egy külön készségelemző felmérés keretében állapították meg.



Mivel a KÖSZSZ csak kis lépésekben tud csatlakozni a digitális világhoz, hogy ne veszélyeztesék „különleges helyzetüket”, az erőforrás-igényes megvalósításokra csak kivételes esetekben kerülhet sor. A projektelemek hosszú távú finanszírozása és fenntartható hasznosítása körültekintést kíván.

Oktatási küldetés és befogadás

Minden kulturális örökségi helyszínek - függetlenül attól, hogy magán- vagy közfinanszírozású - alapvető oktatási feladata van.

A történelmileg hiteles környezet általában arra ösztönzi a látogatókat, hogy a helyszínen töltött időt elsősorban felfedezésnek és élménynek tekintsék, nem pedig oktatási kirándulásnak. Bár a digitális közvetítő programokat szívesen használnák, a történelmi helyszínek holisztikus bemutatására, általában csak kevés, és néha nem éppen ideális bemutatási példákat találnak. A személyes közvetítést, idegenvezetést vagy bemutatókat programok formájában, továbbra is fontosnak tartják.

A digitális közvetítési formák hiányát nem tekintik negatívumnak, bár a kínálat bővítése esetén érdeklődés mutatkozott ezek felhasználása iránt.

A nagy többség örömmel fogadta, hogy a háttéről, a mindennapi életről, a szokásokról, de a történelmi építészetéről és építési technikákról, a fenntartható építési formákról és a gazdaságról is bővített „történeteket” lehet előhívni digitális eszköz támogatással

E tartalmak elbeszélő és szórakoztató formában történő bemutatása a múzeumpedagógiában már évtizedek óta bevált. Generációkon, célcsoportokon átívelő, korszerű elemként használható a - KÖSZSZ részéről általánosan elvárt - látogatótartózkodási időtartam növelésére vonatkozóan

Az önszervező szervezetek visszajelzései alapján üdvözlnek mindenfajta kiegészítő kulturális és közvetítői ajánlatot ügyfeleik számára. Az eddigi ajánlatok hiánya miatt nincs széles körű tapasztalat az ilyen jellegű digitális ajánlatokkal kapcsolatban. Ahol vannak ilyenek, ott nagyon pozitívan értékelik őket. A visszajelzések nem jelentenek teljeskörű igényt a befogadásra, mivel a fogyatékkal élők a nagyobb erőfeszítés miatt nem tudják kihasználni a KÖSZSZ által kínált szolgáltatások teljes körét. A legérdekesebb és legbiztonságosabb területek biztonságos látogatását már most is nagyon kívánatosnak tartják. A megfelelő eszközök használatára való hajlandóság egyértelműen túlsúlyban van.

E feladatok, kívánságok és kihívások sokfélesége csak akkor valósítható meg egy alkalmazásos megoldáson keresztül, ha azokat a lehető legegyszerűbben és felhasználóbarát módon kínálják fel egy felületen/eszközön keresztül.



Turizmus és keresztértékesítés

Megállapítható, hogy a KÖSZSZ -k a turisztikai marketing úgynevezett „világítótornyai” közé tartoznak, még a határokon átnyúló régiókban is. Ennek megfelelően a megkérdezett szakértők mindegyike természetes eszköznek tekintette a turisztikai hálózatépítést a mindennapi munkájában. A keresztértékesítés területén mind a szakmai, mind a gazdasági-turisztikai területre vonatkozóan kimutatható a jó kapcsolatrendszer.

A turizmus oldaláról a már többször említett, a történelmi-autentikus és a kortárs digitális közötti eltérés is szóba kerül, ahol az empatikus digitális kiterjesztés mindenképpen hozzáadott értéket jelent a turizmus számára, különösen interkulturális szempontból.

A KÖSZSZ nemcsak történelmi hidakat jelentenek a szomszédos országok között, hanem interkulturális összehasonlításra is invitálnak, ami általában a turisták mindennapi életének közvetlen élményvilágát is érinti. Mind a hasonlóságok, mind a különbségek érdeklődést keltenek. Mivel a KÖSZSZ témakörei számos kategóriában ismételtlen átfedik egymást, az elmesélendő történeteken keresztül tematikus kapcsolatokat lehet létrehozni, amelyek egyik KÖSZSZ -ről a másikra vezethetnek. Egy közös, szabványosított eszköz párhuzamos struktúrákkal, tartalmi tájékoztató pontokkal és technikai felszereltséggel új, turisztikai szempontból releváns kínálati csoportot hozhatna létre, amely a jelenlegi projektrégió túl is kiterjeszthető lenne.

Összefoglalva elmondható, hogy a projektkérelemben meghatározott célkitűzések közül egyiket sem kérdőjelezte meg a technikai elemzés, hanem pozitívan megerősítette azokat. Az elemzés azonban olyan területekre is rávilágított, amelyek a sikeres hosszú távú megvalósítás érdekében különös figyelmet igényelnek. Az eredmények a projektrégió számára megvalósíthatóak, és értékes adalékot jelentenek a KÖSZSZ turisztikai, gazdasági és társadalmi-integrációs környezetében is páneurópai érdekből, mivel a projekt eredményei országhatárokon átívelően felhasználhatóak.

Az egyes kérdőívek a kérdésekkel, az elemzésekkel és az összefoglalóval az alábbiakban érhetőek el.



Kérdőív: Szakértői szervezetek a kulturális örökségturizmus területén

Az INTERREG VI-A Ausztria-Magyarország program (ATHU-0100028) InnoGuide4CHT projektjének részeként a múzeumi partnerek interjúkat készítettek olyan szakosodott szervezetekkel, amelyek már régóta részt vesznek az adott régió kulturális turizmusában. A cél az volt, hogy felmérjék e szervezetek képviselőinek véleményét és tapasztalatait, akik különböző nézőpontokból tudják értékelni a projekt feladatait. A kérdőíves felmérést szóbeli tapasztalatcsere is kísérte, amely értékes segítséget nyújt a projektpartnereknek abban, hogy a régiókból információkat szerezzenek a hasonló kihívásokról, igényekről, megvalósításokról és hosszú távú forrásigényekről. Az összegyűjtött tapasztalatok és információk jelentősen hozzájárulnak a kísérleti projektek összehangolásához a partnerek adott keretfeltételeivel és reális megvalósíthatóságával.

A digitális média kulturális közvetítésben való felhasználásáról más intézmények szakértőivel készített interjúk további jelentőséggel bírnak, mivel egyrészt a projektcélok általános relevanciáját és elfogadottságát elemzik a CTH-k feladatai szempontjából, másrészt a látogatók elvárásait is láthatóvá teszik. Egyrészt a projektek piaci relevanciáját vizsgálták, másrészt a digitális rendszerekkel kapcsolatos meglévő mindennapi tapasztalatokat hasznosították, a projektek megvalósításában a hatékonyabb és fenntarthatóbb eredmények elérése érdekében.

Az 1. kérdéskör arra szolgál, hogy a válaszadókat a struktúrák és a relevancia szempontjából kategorizáljuk.

1.1 Kérjük, jelölje meg a szervezet típusát:

A felmérés során arra törekedtünk, hogy a felsorolt területek (közigazgatás, magánszervezet, közmúzeum, turisztikai szervezet, egyéb kulturális szervezet) mindegyikéről legalább egy-egy képviselőt bevonjunk, mivel itt alapvetően eltérő igények és célcsoportok, valamint tapasztalati szintek várhatóak. A szakértők többsége a közigazgatás alá tartozó szervezetekhez tartozik, de ez vonatkozik a turisztikai egyesületekre is.

1.2 Hány alkalmazottja van az Ön szervezetének?

Az összes PP átfogó elemzése azt mutatja, hogy a megkérdezett szakértők többsége legfeljebb 10 alkalmazottat foglalkoztat.

1.3 Kérjük, jelölje meg a régiót, amelyben az Ön szervezete működik.

A felmérésbe a projektpartnerek közvetlen szomszédságában lévő intézményekből és a programterület agglomerációjából származó szakértők kerültek kiválasztásra.

A 2. kérdéskör betekintést nyújt a válaszadóknak a projekt szempontjából fontos, és a jövőbeli célcsoportok felmérése szempontjából releváns látogató-specifikus tényekkel kapcsolatos elkötelezettségébe.



2.1 Rendelkezik statisztikai adatokkal a következő látogatói célcsoportokról?

Az elemzés azt mutatja, hogy a látogatói célcsoportok nyilvántartását az egyes intézményekben eltérően kezelik. A válaszadók többsége a „gyermekes családok” szegmensben rögzíti az adatokat, ezt követi a „további információt kereső felnőttek” szegmens.

2.2. Ha nincsenek erre vonatkozó adatok, vannak-e stratégiai megfontolások ezen célcsoportok vonzására?

A válaszokból kiderül, hogy a látogatói csoportok pontos statisztikai rögzítése nagyrészt alacsony prioritást élvez. A család témája minden válaszadó esetében nagyon is a középpontban van. Az oktatási kínálat digitális médian keresztül történő javítását és az integratív ajánlatok létrehozását pozitívan kezelik az új célcsoportok elérése érdekében. A marketing- és üzleti tervben a célcsoport-megközelítés megvalósítása szintén stratégiai megfontolásnak tűnik.

2.3 Rendelkezik adatokkal/statisztikákkal a látogatók elvárásairól a helyszíni digitális ismeretterjesztéssel kapcsolatban?

A megkérdezett intézmények egyike sem gyűjtött eddig adatokat a látogatók elvárásairól a digitális közvetítési eszközök elérhetőségével kapcsolatban.

2.4 Rendelkezik adatokkal/statisztikákkal a látogatói elvárásokról a különleges támogatást igénylő célcsoportok tekintetében?

A megkérdezett szakértőktől nem gyűjtöttek statisztikai adatokat a különleges támogatási igényű személyek célcsoportjára vonatkozóan, bár e látogatói csoport létszáma még mindig túl kevésnek tűnik ahhoz, hogy statisztikailag releváns adatokat kapjunk.

3.1+3.2+3.3+3.4+3.5+3.6

<Használ-e az Ön szervezete digitális technológiai eszközöket a látogatók tájékoztatására vagy ismeretek közvetítésére?

<Kérjük, sorolja fel a digitális eszközöket.



**<Rendelkeznek a szervezetében speciálisan a digitális folyamatokra képzett alkalmazot-
tak?**

<Milyen magasra becsüli digitális folyamatainak éves költségeit?

**<Rendelkeznek statisztikai adatokkal ezen meglévő eszközök elfogadottságáról/haszná-
lati gyakoriságáról?**

**<Milyen tapasztalatai vannak a meglévő digitális eszközök karbantartásával és üzemelte-
tésével kapcsolatban?**

A digitális technológiák ismeretátadásra való használatát valamennyi megkérdezett PP intéz-
mény megerősítette, ami hangsúlyozza az ágazatspecifikus továbbfejlesztés szükségességét.
A szakértők digitális segédeszközként a weboldalakat és a digitális médiát, a QR-kódokat és
a hangos útmutatókat, valamint az érintőképernyőket, a Bluetooth-érzékelőket és a TV-projekto-
rokat említették.

A nagyobb intézményeket képviselő szakértők szerint nemcsak digitálisan hozzáférhető gyűjte-
ményeket kínálnak, hanem olyan szabványos digitális közvetítési szolgáltatásokkal is rendel-
keznek, mint a házon belüli alkalmazások vagy fejlett érintőképernyők.

A kisebb kulturális intézmények nem rendelkeznek elegendő, speciálisan képzett munkatárssal,
és külső segítségre támaszkodnak. A nagyobb intézményekben a belső informatikai részleg,
vagy más részlegek előismeretekkel rendelkező munkatársai vesznek részt, ha azok egyáltalán
rendelkezésre állnak. Azok az intézmények, amelyek átfogó szolgáltatási palettát fejlesztettek
ki, elegendő további szakképzett munkatárssal is rendelkeznek.

A legtöbb válaszadó tudott információt szolgáltatni a digitális médiaszolgáltatásokra fordított ki-
adásokról. A válaszadók nagy része akár 50 000 eurót is költhet. A válaszadók egy része 500
000 EUR-t vagy annál is többet költhet.

A legtöbb válaszadó esetében nem állnak rendelkezésre statisztikai adatok a felhasználásról.

A technológia összetettségétől függően a digitális eszközök karbantartása és üzemeltetése költ-
ségesnek minősül. Az egyszerű alkalmazás- és QR-megoldásokat viszonylag könnyen karban-
tarthatónak és stabilnak értékelik, bár egyrészt külső informatikai segítséget kell igénybe venni,
másrészt a munkavállalók is intenzíven foglalkoznak az eszközökkel.

Azok az intézmények, amelyek komplexebb digitális megoldásokat tudnak ajánlani, rámutatnak
arra, hogy a tervezés során szakképzett személyzetet, karbantartási és frissítési szerződéseket
kell bevonni, valamint a látogatói terület részelemeinek gyakori változtatására.

3.7 Ha a 3.1. pontban „Nem”: Az Ön intézménye kínál-e már tartalmat más médiumokon keresztül vagy személyesen? közvetítéssel?

A tárlatvezetéseket, workshopokat és nyomtatott információs anyagokat, rádió- és televíziós
reklámokat alternatív analóg közvetítési ajánlatokként nevezték meg.



3.8 Van-e igény digitális eszközökre az Ön által képviselt intézményben?

Az átfogó elemzés azt mutatta, hogy a digitális média szinte minden megkérdezett intézmény számára szükséges bemutatási és közvetítési eszköz ahhoz, hogy a jelenlegi technikai változásoknak és ezáltal a látogatók mindennapi észlelésében várható fejleményeknek eleget tudjanak tenni.

3. Ha választhatna, milyen (új vagy kiegészítő) eszközt használna, vagy tartana célszerűnek? Használna-e mobilalkalmazást, és miért/miért nem?

A digitális segédeszközöket, mint például az audio guide-ok vagy a QR-kódok, egyes esetekben már használják a tartalom közvetítésére a kultúrtörténet területén. A 3D szkennerek, chatbot technológia, 3D prezentációk, programozható képereteket, NFC kártyák, digitális eszközök a korlátozások segítésére, VR kiállítások, a kiállítások VR és AR elemekkel való bővítése, érintőképernyőkön és interaktív alkalmazásmegoldásokon keresztül történő tájékoztatás, interaktív edutainment elemek kívánatosak lennének a jövőbeni fejlesztések az intézményekben.

3.10 10 Hol lát további előny(ök)et az Ön szervezete számára a tudásközvetítési folyamatok digitalizálásában?

A megkérdezettek többsége minden vizsgált kritérium esetében a digitális eszközök használatából eredő előnyöket lát. Különösen az információk hozzáférhetősége és a múzeum fejlődése a kortárs bemutatás irányába emelkedik ki.

4. Függetlenül attól, hogy használ-e digitális eszközöket látogatói tájékoztatására, ismer olyan jó gyakorlatokat, amelyeket alkalmazna, ha lehetősége lenne rá?

A legjobb gyakorlatok között említették a 3D nyomtatók, LED-falak és mobilalkalmazások, valamint a vetítések és hologramok használatát, amelyek segítségével a kiállítási tárgyak többdimenziós bemutatása és az információk vonzó megjelenítése is rugalmasabbnak tűnik a korlátozások területén.

5.1. Rendelkezik-e az intézménye a digitális eszközök használatához szükséges infrastruktúrával?

A minősített többség úgy véli, hogy intézményükben megvan az alapvető infrastruktúra a digitális eszközök használatához.

5.2 Ha az 5.1. pontban „Igen”, milyen mértékben felel meg az energiaforrás a fenntarthatósági irányelveknek/elvárásoknak, pl. napelemek használata?

Elvben van tudatosság a fenntarthatósági irányelvek megvalósításában az energiahatékony eszközök használata révén. A nyilvános kulturális helyszínekre vonatkozó iránymutatásokon túlmenően erőfeszítéseket tesznek a különböző ökotanúsítványok megszerzésére is.



5.3 Lát-e kockázatot abban, hogy a látogatók számára digitális eszközöket alkalmaznak a szervezetük folyamataiban? Ha igen, melyeket?

A válaszadók túlnyomó többsége kockázatot lát a digitális közvetítői szolgáltatások bevezetésében. A karbantartással, valamint a technikai és pénzügyi erőforrásokkal kapcsolatos aggályokra hivatkoztak.

6.1 Ön szerint milyen kompetenciák szükségesek a kulturális turisztikai helyszíneken a turisztikai kínálat fejlesztésében/vezetésében/ promóciójában dolgozó alkalmazottak számára?

A felmérésből kiderült, hogy a digitalizáció sikeres megvalósítása érdekében szükség van a munkavállalók belső és külső kommunikációs készségeinek megerősítésére. A szervezési készségek mellett fontosnak tartják a digitális megoldások ismeretét és érdeklődését, valamint a szakmai képzettséget és a folyamatosan frissített szaktudást is.

6.2 Az Ön szervezetében jelenleg dolgozó alkalmazottak esetében Ön szerint milyen kompetenciákat kell fejleszteni??

A képzési intézkedések esetében a külső kommunikációval kapcsolatos készségek, valamint a digitális megoldások ismerete és az azok iránti érdeklődés is hangsúlyt kapott. A belső kommunikáció, a digitális eszközök használatával kapcsolatos készségek és a speciális szakmai képzések terén is jelezték a továbbképzés iránti érdeklődést.

6.3. Hajlandó lenne-e Ön/alkalmazottai részt venni egy ingyenes szakképzési ajánlatban a fent említett területeken, és ha igen, milyen konkrét készségekre vonatkozóan?

A munkavállalók számára lehetséges képzések esetében elsősorban a túlnyomórészt gyakorlatorientált továbbképzések szükségességét emelték ki, a marketinggel és a turizmussal kapcsolatos belső és külső kommunikáció erősítése mellett. A technikai szaktudás bővítését is sürgetőnek ismerik el.

7.1 +7.2 Van-e keresztmarketing kapcsolata más szervezetekkel (pl. közös reklámozás, kedvezmények, közös digitális platformok stb.)? Ha „Igen” a 7.1-ben, milyen típusú intézménnyel?



A megkérdezett intézmények mindegyike rendelkezik keresztértékesítési hálózattal, amely kiterjed más kulturális, kutatási vagy oktatási intézményekre, de üzleti partnerekre is, különösen a turizmusban vagy a digitális platformok szolgáltatóira.

A KÖSZSZ -szervezetek hálózatépítése egyértelműen a kulturális és szabadidős szektorra, valamint az utazási szolgáltatókra összpontosít.

7.3. Ha a 7.1. pontban „Igen”, milyen eszközökkel/hogyan történik az együttműködés?

A megkérdezett intézménynél a keresztértékesítési erőfeszítések a B2B szektorban folytatott aktív turisztikai értékesítési tevékenységektől a turisztikai munkacsoportokban és ajánlati csoportokban való részvételig terjednek. Az olyan alapvető elemeken kívül, mint a honlap és a közösségi média, a médiában vagy a turisztikai együttműködésekben kedvezményes, utalványos és nyereménylehetőségeket is alkalmaznak. Ezen kívül a kölcsönös tematikus alkalmazások, mappák, linkek, közös műhelyek vagy tudáscsere a szak- és oktatási szektorban jó módja a közös célok átfogó marketingjének.

7.4 Ha a 7.1. pontban „Nem”: Miért nem? Milyen jellemzők / feltételek hiányoznak?

A kapcsolatok kialakításának legfőbb akadályai közé tartozik a kapcsolatok és a személyzeti kapacitás hiánya.

Összefoglaló:

A felméréshez a szakértői ismeretek széles skálájára lehetett támaszkodni a teljes programterületről, különböző szervezeti és pénzügyi keretfeltételekkel. Ez azt mutatja, hogy a digitális kínálat integrálása a kulturális intézményekben egyaránt érinti a prezentáció, a kiállítási tervezés, valamint a közvetítés területét.

A technológia hasznossága és nagy potenciálja vitathatatlan, hiszen a kibővített, célcsoportorientált, egyénileg használható közvetítési kínálat lehetőségei analóg formában nem valósíthatók meg.

Világossá vált, hogy a komplex technológiák alkalmazása nagyon gyakran a támogató szervezettől és annak pénzügyi erejétől függ. A tervezés során figyelembe kell venni a fejlesztési, beszerzési, karbantartási és megújítási költségeket. Megerősítést nyert annak tudatosítása is, hogy a digitális rendszerek megnövekedett energiafogyasztását fenntartható, ökológiai kompenzációs intézkedésekkel kell ellensúlyozni.

A digitális eszközök használata azonban minden interjúalany számára nélkülözhetetlen fejlődési lépést jelent, amely minden területen javulást eredményez. A digitális közvetítési ajánlatokkal párhuzamosan hangsúlyozzák az analóg alternatívák folytatásának szükségességét. Az intézmények legalább egy alapinfrastruktúrával rendelkeznek a lehetséges digitális integrációhoz.



Egyes esetekben azonban hiányoznak a humán erőforrások, ami azt jelenti, hogy a megvalósítást gyakran kisebb léptékben kell megfontolni. Felismerték, hogy az alkalmazottak számára általános operatív, de témaspecifikus továbbképzésre is szükség van.

A keresztértékesítés területén jó hálózat alakult ki, mind a szakmai-, mind az üzleti-turisztikai szektor számára.

Az InnoGuide4CHT projektben a kulturális örökségi helyszínek digitális bemutatására és közvetítésére tervezett fejlesztési intézkedések megfelelnek más kulturális intézmények fejlesztési intézkedéseinek is, és a jövőre nézve „korszerűnek” és nélkülözhetetlennek tekintendők. Az erre irányuló közös fejlesztési lépés megvalósítása a pozitív továbbfejlődés érdekében nagyon sürgetőnek tekinthető.

Ugyanakkor világossá vált, hogy ez a lépés jelentős állandó személyi és pénzügyi kötelezettségvállalásokkal jár. Projektünk részeként ezért fontos, hogy a meghatározott célcsoportok számára olyan bemutatási és közvetítési formákat találjunk, amelyek egyértelmű hozzáadott értéket mutatnak a látogatók és a projektpartnerek számára, és egyúttal a keresztértékesítés alapjául szolgáló alapszínvonalat is megteremtik.



Kérdőív: A látogatók igényei a kulturális örökségturizmusban

Az InnoGuide4CHT projekt kísérleti szakaszában az igényfelmérés részeként valamennyi résztvevő KÖSZSZ -partner felmérést végzett a múzeumlátogatók körében, amelyben a múzeumi látogatás során felmerülő különböző elvárásokat és igényeket rögzítették, többek között a digitális közvetítési ajánlatok használatára és a tartalmi érdeklődési körökre vonatkozóan.

1.1 A célcsoport felmérése & 1.2 Életkori megoszlás

Az eredmény megerősíti a projekt sokéves tapasztalaton alapuló kezdeti megfontolásait. A projekt közös célját jelzi az a felismerés, hogy a gyermekes családok, a tudás iránt érdeklődők, a szabadidős tevékenységet folytató kirándulók és a turistacsoportok minden PP esetében hasonló eredményeket produkáltak. A tanárok és az iskolai csoportok területe alulreprezentált az egyes múzeumok általános látogatottsági statisztikáihoz képest, ami a szünidő elején lévő felmérési időpontnak tudható be. A fogatékkal élők csoportjai a várakozásoknak megfelelően alulreprezentáltak, ezért őket joggal sorolták be az elérendő új célcsoportok közé. Az eredmények azt mutatják, hogy a KÖSZSZ iránti érdeklődés és a speciálisabb ismeretek az életkorral együtt nőnek.

2. A szabadtéri múzeum tematikus területeinek kategorizálása érdeklődés szerint

Az elemzés azt mutatja, hogy a látogatók érdeklődése meglehetősen egyenletesen oszlik meg egy szabadtéri múzeum különböző témakörei között.

Ez azt mutatja, hogy a „történelmi építészet és épületformák”, a „hagyományos történelmi mindennapok a lakóházban: családi szerepek, ünnepek, hagyományok, népi mesterségek, betekintés a történelmi épületek falai/zárt részei mögé”, a „történelmi szakmai vagy hagyományos kézműves / kézi munka”, valamint a „a természeti környezet/anyagok fenntartható használata, természetközeli életmód - megújuló energiaforrások használata” központi témái a látogatói érdeklődés szempontjából elsőbbséget élveznek.

Ez az érdeklődés szintje is megerősíti a digitális oktatási program szükségességét, mivel az információk elektronikus terjesztése nagyobb teret enged az egyes témák különböző mélységű, szabadon választható témák felkínálására. A KÖSZSZ -témák ilyen széles skálája esetében ezt nem lehet korszerű, didaktikus és módszertani módon bemutatni és kínálni.

3. A látogatók elégedettsége a jelenlegi oktatási programmal kapcsolatban

A megkérdezett látogatók átlagos válaszadási aránya azt mutatja, hogy a múzeumok jelenlegi ismeretanyagának bemutatásával és az ehhez kapcsolódó, jelenleg többnyire analóg és személyzettel ellátott oktatási kínálattal nagyfokú elégedettséget mutatnak.



A tizenévesek és fiatal felnőttek alulreprezentált korosztálya miatt feltételezhető, hogy a digitális kínálattal való bővítés lehetőséget nyitna arra, hogy jobban kiszolgálják ezen és más látogatói csoportok igényeit.

4.1 A múzeumban való tartózkodás időtartama & 4.2 A szabadtéri múzeumban való tartózkodás kívánt időtartama

A látogatók átlagos tartózkodási ideje nem egyértelműen értelmezhető a közösségi elemzésben az egyes múzeumok eltérő mérete miatt (15-65 ha). Összefoglalva elmondható, hogy a tartózkodási idő hossza és a tartózkodási időre vonatkozó vágy 1 és 4 óra között mozog.

5.1 & 5.2. A digitális és online információk elérhetősége a múzeumlátogatás(ok) előtt és alatt

A látogatók már a múzeumlátogatás előtt tájékozódhatnak a PP adott KÖSZSZ -nek kínálatáról a különböző online platformokon. Ezt a kínálatot átlagosan jónak értékelik.

A látogatás során a digitális ismeretátadás és a digitális bemutatók hiánya jelentős hiányosságként van kategorizálva, ami az elégedettség jelentős csökkenésében tükröződik.

5.3 Más múzeumok digitális kínálatával kapcsolatos pozitív korábbi tapasztalatok

Az elemzés azt mutatta, hogy a látogatók nagy részének kevés vagy semmilyen tapasztalata nem volt a múzeumokban zajló digitális tudásátadási programokkal kapcsolatban. A pozitív tapasztalatokkal rendelkező válaszadók a digitális eszközökkel multiszenzoros módon közvetített tartalom előnyeit hangsúlyozták, amiből arra kell következtetni, hogy a multimédiával kiegészített tudáskínálat jelentősen növelheti a KÖSZSZ minőségét és vonzerejét.

5.4 Milyen digitális tartalmat kellene ideális esetben kínálnia egy múzeumi alkalmazásnak?

E kérdés kapcsán egyértelműen a szabadtéri múzeum klasszikus múzeumi tartalmait, például a történelmi falusi élet élethelyzeteket és képeket, az állandó kiállításokkal kapcsolatos kiegészítő információkat és a kiállítási tárgyakról szóló történeteket részesítették előnyben. A tevékenység- és szórakozásorientált elemeket lényegesen alacsonyabbra értékelték, de összességében olyan releváns értéket érnek el, amely különösen a látogatók családi szegmense számára lesz fontos.

Összefoglaló

Megállapítható, hogy a „szabadtéri múzeum” példáján egy történelmi helyszín hitelessége és hangulata hozzájárul a kínálat iránti nagyfokú érdeklődéshez, és magyarázatot ad az olykor



hosszú tartózkodási időre. A digitális megjelenési formák sokféleségének gondos alkalmazásával a történelmi háttérű helyszíneket hamisítatlan élményükben lehet megőrizni, támogatni és erősíteni. Ily módon a széleskörű tájékoztatás, közvetítés és oktatás iránt meglévő érdeklődés az egyéni igényekhez igazítható és szélesebb témakörökben kínálható. Ez tisztán analóg közvetítési szinten (pl. személyes közvetítéssel, táblákkal stb. is) nem lenne megvalósítható.

Kérdőív: Fogyatékossgal élőkét képviselő/támogató szervezetek

Az INTERREG VI-A Ausztria-Magyarország program InnoGuide4CHT projektjének részeként végzett felmérés célja annak megállapítása, hogy van-e értelme egy digitális információs rendszer segítségével legalább néhány minőségi információs és közvetítő szolgáltatást kialakítani a különböző típusú fogyatékossgoknak, mivel a KÖSZSZ és szabadtéri múzeumok történelmi környezetében minden igényt kielégítő átfogó támogatás nem tűnik reálisnak. A digitális eszközök azonban fontos szolgáltató szerepet játszhatnak, és jelentősen csökkenthetnék a tárgyi kulturális örökség elkerülhetetlen akadályait.

A megfelelő digitális kínálat kialakítása érdekében fontos érdekcsoportokat kérdeztek meg arról, hogy a tervezett segédeszközök közül melyek lennének hasznosak a különböző korlátozások szempontjából.

1) A fogyatékkal élők mely csoportját képviseli/támogatja?

A megkérdezett szervezetek főként az akadálymentes nyelvhasználatra szoruló, mozgáskorlátozott, siket vagy hallássérült, illetve vak vagy látássérült embereket tartották számon. Ezzel a kérdéssel azt határozták meg, hogy a fogyatékossg mely típusai iránt érdeklődnek általában a múzeum / CTH. Ebből levezethető az intézkedések sürgősségi sorrendje is.

2) Milyen gyakran és mely csoportokkal látogat kulturális-történelmi intézményt?

A felügyelő intézmények érdeklődése a kultúrtörténelmi helyszínek látogatása iránt megerősítést nyert. Ez azonban azt is megerősíti, hogy van igény konkrét oktatási programokra és ezáltal bővíthető látogatói célcsoportra.

Elvben összefoglalható, hogy jelenleg a felügyelt csoportok által szervezett kirándulásokra vagy utazásokra az éves költségvetés, a látogatási hajlandóság vagy az adott KÖSZSZ új ajánlatai függvényében kerül sor.

3) Mennyi az átlagos tartózkodási idő?

Az összes szabadtéri múzeum elemzése során kiderült, hogy a csoportok tartózkodási ideje jelenleg mindenütt egységes. Ez átlagosan 2-4 óra, és fontos paraméter, amelyet a jövőbeli programok kidolgozásakor figyelembe kell venni. Ez a paraméter azért fontos, mert a digitális és személyre szabott ajánlatoknak meg kell felelniük a különböző látogatói csoportok igényeinek. Az új támogatási lehetőségeknek támogatniuk kell az egyénre szabott látogatásokat is.



4) Milyen témák érdeklik az ügyfeleit?

Az érdeklődési területek felmérése megerősíti, hogy a kulturális központ tartalma a fogyatékkal élő és nem fogyatékkal élő látogatók számára közel azonos megoszlási spektrumban fontos. Ez azt jelenti, hogy a megfelelő kínálathoz nem szükséges egyes témaköröket kiemelni vagy alapvetően kizárni.

A megkérdezett célcsoport átfogó elemzésében a „fenntartható használat”, a „történelmi szakmák és hagyományos mesterségek”, a „történelmi építészet és épületformák”, valamint a „történelmi mindennapi élet az otthonban” témakörök preferálása azonosítható.

5) Mennyire fontos az interaktív kommunikáció az Ön ügyfelei számára?

Az elemzett válaszokból kiderült, hogy minden oktatási kínálatban lehetőséget kell teremteni arra, hogy az információkhoz interaktív módon különböző megközelítéseket választhassanak. A multiszenzoros elvet tehát mind az útmutató rendszerben, mind az egyes információs állomásokon alapelethezként figyelembe kell venni.

6) Nyitottak lennének-e az ügyfelei a digitális eszközök (okostelefonos alkalmazások, XR-vizualizációk stb.) használatára?

Az egyszerű és szabványosított használhatóság, érthető módon különösen a kognitív károsodások esetében, minden csoport esetében hangsúlyt kap. Külön említették a helyek, tárgyak, munkák automatizált akusztikus leírását vagy a feliratozással, felolvasási lehetőséggel és/vagy jelnyelvvvel bővített vizuális ajánlatokat.

7) Voltak-e pozitív tapasztalatai a digitális közvetítő eszközökkel kapcsolatban más kulturális intézményekben?

A válaszok pozitív tapasztalatokat említettek a különböző digitális segédeszközökkel kapcsolatban, a mozgáskorlátozottaknak szánt tájékoztatói segédeszközöktől kezdve a kiállítások digitális kiegészítőiig. Egyes kulturális intézményekben a szolgáltatások köre még nem túl széles, ezért összességében kevés a tapasztalat, és ennek következtében még mindig vannak fenntartások, így a megkérdezett intézmények egy része nem rendelkezik pozitív tapasztalatokkal.

8) Mennyire hozzáférhető jelenleg a múzeumunk/kiállításunk az ügyfelei számára?

Egyrészt az erre a kérdésre adott válaszok azt mutatják, hogy a célcsoportok tisztában vannak azzal, hogy egy történelmi örökségi helyszín nem tud minden akadályt megszüntetni. Másrészt az elemzések értékelése azt mutatja, hogy a látogatói csoport elégedetlen a kiállítások és az információnyújtás különböző hiányosságai miatt, ami megerősíti a kínálat bővítésének vagy javításának szükségességét.



9) Az Ön fejlesztési javaslatai a fogyatékkal élők igényeivel kapcsolatban a múzeumunkban.

Egyrészt a visszajelzések szerint már a marketingben (honlap, broszúrák, reklámanyagok stb.) több információt kellene nyújtani a lehetőségekről és az ajánlatokról. A mozgáskorlátozottak támogatása, az akadálymentesített nyelven történő tájékoztatás, a hallássérült/süket/siketek/látássérültek/vakok számára nyújtott ismeretek és tanfolyamok szintén konkrét javaslatként merültek fel. Az egyesületek hajlandósága a kiállítás tervezésében való közreműködésre - ez a program összeállítására is vonatkozik - javítja a megvalósítás lehetőségeit.

Összefoglaló:

Összefoglalva elmondható, hogy a fogyatékossgal élő célcsoportok igényeinek felmérése a projekt tervezése során már a digitális közvetítő eszközök bevezetése miatt nagyon közel állt az igényeikhez. A megvalósítás során különös figyelmet kell fordítani a felhasználóbarátságra. Az is egyértelműen felismerhető volt, hogy az új digitális közvetítési és szolgáltatási ajánlatok e célcsoportok számára üdvözlendők. Ezeket a társadalmi integráció felé tett lényeges lépésnek kell tekinteni, mivel a jelenlegi ajánlatokat a kulturális intézményekben/szabadtéri múzeumokban még mindig kevesen használják. Az új ajánlatok jelentősen javíthatják az európai kulturális örökség látogathatóságát és megtapasztalását.

A további kísérleti fejlesztés és végrehajtás két kulcsfontosságú pontja az érdekelt felek bevonása a projektmunkába, valamint az eredmények kommunikálása az új ajánlatok tekintetében e célcsoportok számára. A projektben kidolgozandó alapkoncepció alapul szolgálhat az ajánlatok általános kiterjesztéséhez, és esetleg egy jövőbeli szabványt is meghatározhat. Különös figyelmet kell fordítani arra, hogy a további bizonytalanságok elkerülése érdekében az eszközök egyszerűek, minél automatizáltabbak és stabilabbak legyenek.