

**Dr Iryna Manczak**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ORCID: 0000-0002-9661-9945

e-mail: manczaki@uek.krakow.pl

**Dr Katarzyna Sanak-Kosmowska**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ORCID: 0000-0003-3701-8899

e-mail: sanakk@uek.krakow.pl

**Mgr Maria Bajak**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

ORCID: 0000-0003-4769-7696

e-mail: bajakm@uek.krakow.pl

# Beacons w komunikacji rynkowej z niepełnosprawnym odbiorcą kultury

## Beacons in market communication with a disabled culture recipient

**Streszczenie**

Kluczowym celem artykułu jest identyfikacja roli beaconów w komunikacji z niepełnosprawnym odbiorcą kultury. Na potrzeby podjętych badań przyjęto tezę, iż beacony wspierają proces komunikacji rynkowej równych szans z niepełnosprawnym odbiorcą kultury. W celu weryfikacji przyjętej tezy zrealizowano wywiady pogłębione w wybranych instytucjach korzystających z beaconów. Uczestnicy przeprowadzonych wywiadów reprezentują środowisko instytucji kultury lub podejmują wybrane inicjatywy o charakterze kulturalnym. W badaniu uczestniczyli przedstawiciele następujących instytucji: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, Urzędu Miasta i Gminy w Olkuszu (Szlak Gwarków), Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie, Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach oraz TAURON Arena w Krakowie. Wywiady zostały przeprowadzone w maju i czerwcu 2020 roku. W trakcie badań starano się także ustalić, w jakim stopniu wykorzystywane są funkcje beaconów w działaniach realizowanych na rzecz osób niepełnosprawnych przez podmioty uczestniczące w wywiadach. Stwierdzono, że instytucje stosujące beacony w procesie komunikacji rynkowej z niepełnosprawnymi odbiorcami kultury wykorzystują je najczęściej do wyrównywania szans przedstawicieli pojedynczych grup, z konkretnymi ograniczeniami fizycznymi.

**Słowa kluczowe**

beacony, komunikacja marketingowa, niepełnosprawni odbiorca kultury, uczestnictwo w kulturze

**Abstract**

The presented study draws attention to the participation in the culture of people with disabilities. In the theoretical part, authors discuss the functionalities of beacons, which might be a useful tool in market communication of equal opportunities. The key goal of the article is to examine the role of beacons in market communication of equal opportunities with a disabled culture recipient. For the purposes of the undertaken research, a hypothesis was put forward that beacons support the process of market communication of equal opportunities with a disabled culture recipient. To verify the adopted hypothesis, authors carried in-depth interviews out in selected institutions using the discussed solution. Participants of the interviews represent the environment of cultural institutions or undertake selected cultural initiatives. In the presented study attended representatives of the following institutions: Museum of King Jan III's Palace in Wilanów, Town and Commune Office in Olkusz (Gwarków Trail), Polish Aviation Museum in Krakow, Silesian Uprising Museum in Świętochłowice and TAURON Arena in Krakow. During the research, it was also attempted to determine to what extent beacon functions are being used in marketing activities carried out for the benefit of disabled people by entities participating in interviews. Based on the research conducted, it was found that wider use of solutions based on the functionality of beacons can be achieved as a result of their adaptation to selected groups with particular dysfunctions.

**Keywords**

beacons, cultural participation, disabled recipient of culture, marketing communications

JEL: M14, M15, O35

## Wprowadzenie

Niepełnosprawność jest definiowana jako stan, który implikuje szereg różnych ograniczeń wynikających z uszkodzenia zdolności wykonywania jakiejś czynności w sposób uważany za normalny, typowy dla życia ludzkiego (Trębicka-Postrzygacz i Roguska, 2015). Ogólnie można powiedzieć, że niepełnosprawność ma charakter indywidualny, ale jednocześnie jest utożsamiana ze zjawiskiem społecznym. Należy także zauważyć, że funkcjonowanie osób niepełnosprawnych w życiu społecznym zależy od charakteru ich relacji z jednostkami zdrowymi, które mają decydujący wpływ na realizowanie ich potencjału i potrzeb (Kolwicz, i Radlińska, 2015; Machalski i in., 2019). Co istotne, zgodnie z założeniami modelu społecznego (interaktywnego) rola społeczeństwa polega na zapewnianiu równości wszystkim jego członkom, bez postrzegania praw osób z niepełnosprawnościami jako szczególnie ważnych (Gabrat, 2017). W konsekwencji priorytetowe znaczenie przypisuje się wszelkim działaniom mającym na celu likwidowanie barier, zarówno społecznych jak i fizycznych, utrudniających dostęp do uczestnictwa w życiu społecznym, w tym m.in. do uczestnictwa w kulturze.

Komunikacja rynkowa każdego podmiotu gospodarczego powinna być prowadzona w sposób dostępny dla każdego odbiorcy. Powszechna dostępność rozwiązań informacyjnych, w tym działań, usług, oraz innych systemów społecznych i środowiskowych stanowi bowiem podstawę założeń wyrównywania szans, w szczególności w kontekście osób niepełnosprawnych (United Nations, 1993). Wytyczne te dotyczą przede wszystkim instytucji kultury oraz innych podmiotów publicznych (np. instytucji samorządowych). Ich rola przejawia się w realizacji działań, które są skierowane do wszystkich grup społecznych. Powinno to wyrażać się m.in. w inicjowaniu przedsięwzięć o charakterze integracyjnym oraz partycypacyjnym. Idea wyrównywania szans zakłada kreowanie uwarunkowań, które pozwolą zainteresowanym jednostkom — bez względu na posiadane ograniczenia — uczestniczyć w życiu społecznym, podejmować decyzje w obszarze sfery publicznej (United Nations, 2019).

Dostęp do kultury osób z niepełnosprawnościami nadal pozostaje zagadnieniem stosunkowo nowym w dyskusjach naukowych. Jeszcze kilka dekad temu ich sytuacja była analizowana jedynie przez pryzmat zabezpieczenia egzystencji, rozumianej jako zapewnienie opieki (Zakrzewska i Zima-Parjaszewska, 2015). Obecnie spojrzenie na niepełnosprawność zostało poszerzone o inne istotne aspekty. Niewątpliwie jednym z nich jest uczestnictwo w kulturze, tym bardziej że sytuacja osób niepełnosprawnych jako uczestników przedsięwzięć kulturalnych została uregulowana w wielu aktach prawnych. Pokłósiem zachodzą-

cych zmian jest coraz silniejsze akcentowanie potrzeby zapobiegania ich wykluczeniu społecznemu (Lizak, 2017). W ostatnich latach podejmowano także szereg działań, które miały na celu stworzenie warunków umożliwiających korzystanie z oferty instytucji kultury przez osoby niepełnosprawne, i co ważne, zostało to docenione w środowisku tych osób. Wspomniane działania zakładały m.in. dostosowywanie wystaw, warsztatów, prelekcji do potrzeb poznawczych oraz komunikacyjnych jej reprezentantów (Więckowski, 2015). Ich istotne uzupełnienie stanowią rozwiązania mobilne, które mogą pełnić ważną rolę w procesie komunikacji rynkowej z niepełnosprawnym odbiorcą kultury. Za jedno z najbardziej perspektywicznych narzędzi w tym obszarze mogą zostać uznane beacons. Beacons to niewielkie urządzenia, które za pośrednictwem technologii bluetooth komunikują się z kompatybilną aplikacją. Wskutek tego dają możliwość przesyłania spersonalizowanych komunikatów odbiorcom, lokalizowania osób i przedmiotów w skali mikro oraz gromadzenia informacji na temat użytkowników. Funkcje beaconów pozwalają na prowadzenie takiego dialogu, który nabiera osobistego charakteru, w tym dopasowywanie przekazów do potrzeb i preferencji osób z niepełnosprawnością (Manczak i in., 2019a).

Beacons sprawdzają się w różnorodnych przedsięwzięciach czy projektach. Z punktu widzenia komunikacji rynkowej zadania realizowane przez beacons mogą się przyczynić do wykreowania wartościowej relacji pomiędzy użytkownikiem a instytucją. Przy odpowiednim dostosowaniu komunikatów wysyłanych przez urządzenia relacja ta może być budowana bez względu na ewentualne dysfunkcje odbiorcy. Niezależnie od stopnia sprawności osób korzystających z beaconów, można wyróżnić następujące podstawowe ich funkcje (Sanak-Kosmowska i in., 2018):

- funkcja nawigacyjna — lokalizowanie odbiorcy w czasie rzeczywistym w skali mikro oraz prowadzenie go w przestrzeni,
- funkcja informacyjna — przekazuje użytkownikowi wiedzę na temat odwiedzanego obiektu, oferowanych dóbr i usług,
- funkcja komunikacyjna — prowadzenie dialogu z użytkownikiem poprzez spersonalizowane powiadomienia wyświetlane w czasie rzeczywistym, w tym możliwość reagowania na nie,
- funkcja badawcza — zbieranie danych na temat użytkownika w celu dalszej optymalizacji przestrzeni czy dostępnych rozwiązań, jak również zapewnienia mu pożądanego wsparcia podczas wizyty w danej instytucji,
- funkcja promocyjna — pobudzanie sprzedaży w wyniku stosowania spersonalizowanych bodźców mających zwiększyć skłonność odbiorcy do zakupu,

- funkcja wizerunkowa — osadzanie w percepcji użytkownika pożądanego ze strony instytucji wizerunku jej marki.

Funkcje te współlistnieją, wzajemnie się przenikają oraz uzupełniają. Jednocześnie pozostają komplementarne z potrzebami osób niepełnosprawnych (Bajak, 2020). W konsekwencji te same aplikacje mobilne mogą być kierowane do odbiorcy o różnym stopniu sprawności fizycznej i intelektualnej, dzięki odpowiedniemu zaadaptowaniu ich możliwości (Manczak i in., 2019b). Korzystanie z tych samych rozwiązań technologicznych przez użytkowników z dysfunkcjami, a także tych, którzy są od nich wolni, sprzyja redukcji poczucia wykluczenia oraz odrzucenia wśród osób zmagających się z heterogenicznymi problemami (Manczak i in., 2020). Zwiększanie dostępności należy traktować jako dążenie do zapewnienia jednako-wej zdolności do korzystania z informacji na temat wybranych rozwiązań. Przede wszystkim powinno ono polegać na dostosowywaniu tych samych rozwiązań do potrzeb indywidualnego odbiorcy (Foley i Ferri, 2012).

## Problem i cel badań

Problematyka uczestnictwa w kulturze, a także zmian zachodzących w tym obszarze, stanowi istotny punkt dyskusji naukowych (Kisiel, 2013; Krajewski 2013; Szlendak, Olechnicki, 2017). Niewątpliwie jest to podyktowane potrzebą uszczegółowienia kluczowych aspektów związanych z funkcjonowaniem kultury w przestrzeni społecznej (Cierniak-Szóstak, 2017) z punktu widzenia instytucji działających w sferze kultury, osób korzystających z jej oferty czy też uprawiających aktywności o charakterze artystycznym. Warto zwrócić uwagę na pierwszy z wyszczególnionych aspektów. Uczestnictwo w kulturze powinno być traktowane jako punkt wyjścia do tworzenia programu merytorycznego danej instytucji kultury, w tym koncepcji jej oferty (Krajewski, 2011). Jednak zasadniczą kwestią nadal pozostaje skoncentrowanie się na odbiorcy, gdyż jego potrzeby i preferencje wyznaczają podstawowe kierunki podejmowanych działań (Gawel, 2019).

Ważne jest zwłaszcza rozważenie problematyki uczestnictwa w kulturze w kontekście funkcji pełnionych w odniesieniu do wybranych grup społecznych. Niewątpliwie zarysowany problem stanowi istotny obszar rozważań w przypadku osób niepełnosprawnych. W ich życiu aktywne uczestnictwo w kulturze może oznaczać jeden ze skuteczniejszych sposobów w zakresie społecznego usamodzielnienia (Nowak, 2015). Należy przy tym podkreślić, że możliwości rozwojowo-edukacyjne osób

z niepełnosprawnością kształtowane przez aktywność kulturalną są niezbadane i niedoceniane (Szabała, 2019). W związku z tym można zakładać, że w niektórych przypadkach są one znacznie większe niż się powszechnie sądzi. W rozważaniach na temat uczestnictwa w kulturze nie można pominąć potrzeb oraz predyspozycji różnych grup społecznych, których reprezentanci mogą zasilić szeregi potencjalnych odbiorców. Pogląd ten można uzasadnić posługując się antropologiczną definicją kultury, która traktuje kulturę jako rodzaj unikalnego atrybutu, środowiska oraz sposobu życia człowieka. Na kanwie przywołanej koncepcji uczestnictwo w kulturze jest przywilejem wszystkich ludzi, bez żadnych wyjątków (Szlendak i Olechnicki, 2017).

Celem artykułu jest identyfikacja roli beaconów w komunikacji rynkowej z niepełnosprawnym odbiorcą kultury. W celu weryfikacji przyjętej tezy, że beacons wspierają proces komunikacji rynkowej równych szans z niepełnosprawnym odbiorcą kultury, zrealizowano wywiady pogłębione w wybranych instytucjach wykorzystujących beacons w ramach prowadzonej działalności kulturalnej. W trakcie prowadzenia badań starano się także ustalić, w jakim stopniu są wykorzystywane funkcje beaconów w przedsięwzięciach realizowanych na rzecz osób z niepełnosprawnością.

## Metodyka badań i charakterystyka próby

Uwzględniając specyfikę podejmowanej problematyki posłużono się techniką badań jakościowych. W tym celu skorzystano z indywidualnego wywiadu pogłębionego o częściowo ustrukturyzowanej formie. Przeprowadzono wywiady z przedstawicielami wybranych instytucji kultury wykorzystujących beacons w ramach prowadzonej działalności. W literaturze przedmiotu przyjmuje się, że podczas wywiadu badacz posiłkuje się ustalonym schematem wątków tematycznych, składających się na specyficzny scenariusz wywiadu (Miński, 2017). Ponadto metoda ta zakłada pozyskiwanie szczegółowych informacji od jednego respondenta z wyłączeniem udziału osób trzecich. Pytania zawarte w scenariuszu dostosowane są do indywidualnego przebiegu rozmowy (Mazurek-Łopacińska, 2005). Swobodna struktura umożliwia uzyskanie stosownych informacji, w tym pogłębienie wybranych elementów (Maison, 2010).

Wywiady zostały przeprowadzone w maju i czerwcu 2020 roku. W badaniu wzięli udział przedstawiciele następujących instytucji: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, Urzędu Mia-

sta i Gminy w Olkuszu, Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie, Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach oraz TAURON Arena w Krakowie. Wszystkie te instytucje wykorzystują beacons w swojej działalności z zakresu komunikacji rynkowej.

Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie rozpoczęło pełnienie funkcji muzeum w 1805 roku. Jego główną misją jest opieka nad pamiątkami związanymi z obiektem oraz jego dawnymi lokatorami. Poprzez udostępnianie eksponatów zwiedzającym — edukuje ich, kształtuje postawy patriotyczne oraz kultywuje wartości wpisane w staropolskie tradycje (Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, 2020). Ekspozycje ubogacają liczne wydarzenia, warsztaty, a także pomoce multimedialne, takie jak aplikacja Wilanow Guide. Wspiera ona gościa podczas zwiedzania muzeum poprzez przekazywanie informacji oraz nawigację, pełniąc w efekcie rolę wirtualnego przewodnika. W ramach programu odbiorca może wybrać jedną z pięciu tras, dopasowanych do różnych potrzeb i zainteresowań zwiedzających, a także ich wieku.

Olkusz jest miastem leżącym na obszarze wyżyny krakowsko-częstochowskiej w województwie małopolskim. Jest uważany za kolebkę wydobywania oraz przerobu rud srebra i ołowiu w Polsce. Z górnictwem ściśle związane są dzieje tego miasta. Ku ich upamiętnieniu władze miasta podjęły decyzję o utworzeniu ścieżki edukacyjno-historycznej Srebrny Szlak Gwarków Olkuskich. Na trasie zostały rozmieszczone rzeźby przedstawiające gwarków z różnorodnymi atrybutami. Figury wspomagane są aplikacją mobilną Olkusz — Szlak Gwarków udostępnioną w 2020 roku. Pełni ona rolę audio-przewodnika wskazującego najciekawsze miejsca, obrazującego historię miasta, opisującego związane z Olkuszem postacie, a także opowiadającego legendy i bajkowe historie dla dzieci (Kurier Olkusi, 2020).

Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie zostało utworzone w następstwie Wielkiej Wystawy Lotniczej, którą zorganizowano w 1964 roku na terenie nieczynnego lotniska Rakowice Czyżyny. Obecnie zbiory obejmują ponad 200 eksponatów. Głównie są to m.in. samoloty, śmigłowce, szybowce, różnorodny sprzęt lotniczy oraz umundurowanie (Zgłobicki i in., 2016). W muzeum zamontowane są beacons w ramach aplikacji VisitMałopolska. Przekazują one zwiedzającym dodatkowe informacje na temat obiektu oraz niektórych eksponatów. Jest to część większego projektu obejmującego całe województwo małopolskie. Jednocześnie instytucja znajduje się częściowo w trakcie remontu. Metamorfoza ekspozycji zostanie uzupełniona o liczne pomoce multimedialne (m.in. aplikację mobilną).

Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach udostępniono zwiedzającym w 2012 roku. Jego celem jest ochrona dziedzictwa materialnego i niematerialnego powstań śląskich. Ma ono charakter muzeum narracyjnego. Sposoby prezentacji zbiorów pozostają w zgodzie ze współczesnymi trendami w muzealnictwie. Ekspozycja zawiera zarówno oryginały, jak i repliki oraz rekonstrukcje, które mają zapewnić odbiorcy możliwość bezpośredniego obcowania z historią. Ponadto ekspozycje zostały wzbogacone o elementy multimedialne, wiodącą ścieżkę filmową, a także w 2019 roku o aplikację mobilną Powstania Śląskie. Za jej pośrednictwem prowadzona jest gra terenowa na obszarze muzeum oraz na trzech ścieżkach, z których każda poświęcona jest innemu powstaniu śląskiemu (Muzeum Śląskie, 2020).

TAURON Arena w Krakowie jest przykładem obiektu widowiskowo-sportowego. Obiekt ten prowadzi działalność od 2014 roku. Na jego terenie odbywają się nie tylko imprezy sportowe, ale również wydarzenia o charakterze kulturalnym. Widowiska wspierane są przez rozbudowane systemy multimedialne oraz sceniczne (TAURON Arena Kraków, 2020). Dodatkowo wszyscy odwiedzający mogą skorzystać z aplikacji TAURON Arena Kraków, której głównym zadaniem jest nawigacja użytkownika po obiekcie oraz transmisja informacji na temat odbywających się wydarzeń i samej areny. Ponadto za pośrednictwem aplikacji użytkownikom wysyłane są spersonalizowane powiadomienia. Program wykorzystuje beacons rozmieszczone na powierzchni całego budynku TAURON Areny.

Przeprowadzone badania stanowiły podstawę do określenia roli beaconów w komunikacji rynkowej równych szans z niepełnosprawnym odbiorcą kultury.

## Wyniki badań

Nie ulega wątpliwości, że zapewnienie odpowiednich warunków odbioru kultury dla osób z niepełnosprawnością stanowi ważną kwestię dla instytucji publicznych. Co istotne, konieczność przystosowywania ekspozycji czy innych propozycji oferty ma uzasadnienie prawne oraz moralne. Warto podkreślić, że wśród badanych instytucji kultury zauważono duże zainteresowanie wyrównywaniem szans potencjalnych użytkowników z różnorakimi dysfunkcjami. Instytucje te aktywnie dbają o zapewnienie udogodnień dla osób niepełnosprawnych. Najczęściej rozwiązania te dotyczą odbiorców z niepełnosprawnością ruchową, nieco rzadziej zaś z dysfunkcjami wzroku lub słuchu (tablica 1).

**Tablica 1. Przykładowe udogodnienia oferowane przez badane instytucje dla osób z niepełnosprawnościami**

Badana instytucja	Niepełnosprawność ruchowa	Niepełnosprawność wzrokowa	Niepełnosprawność słuchowa
Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie	zastosowanie ramp ułatwiających poruszanie się po instytucji	dotykowe makiety najważniejszych dzieł sztuki, materiały edukacyjne w alfabecie Braille'a, wydarzenia przystosowane do potrzeb osób z ograniczeniami wzroku, aplikacja z audiodeskrypcją	aplikacja z audioprzewodnikiem w języku migowym, wydarzenia skierowane do osób z dysfunkcjami słuchu
Urząd Miasta i Gminy w Olkuszu (Szlak Gwarków)	poprowadzenie trasy w sposób minimalizujący utrudnienia komunikacyjne; trasa została przystosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo	możliwość dotykania gwarków, tabliczki informacyjne z przystosowanym pod względem wielkości czcionki tekstem dla osób niedowidzących, aplikacja z audiodeskrypcją	aplikacja mobilna wspiera osoby niedosłyszące poprzez możliwość znacznego podniesienia głośności oraz dodatkowe opisy w formie tekstowej
Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie	brak barier architektonicznych, dostosowanie wnętrza do potrzeb osób poruszających się na wózkach inwalidzkich	opisy w języku Braille'a, modele niektórych samolotów, nagrania dźwiękowe, zajęcia edukacyjne	możliwość wykorzystania pętli indukcyjnej, lekcje muzealne
Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach	zastosowanie udogodnień przystosowujących instytucje do potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo	tworzenie audiodeskrypcji przystosowanych do potrzeb osób z ograniczeniami narządu wzroku, dodatkowo w planach pozyskanie funduszy na przygotowanie opisów eksponatów w języku Braille'a	—
TAURON Arena w Krakowie	przystosowanie przestrzeni ogólnodostępnej oraz niektórych sektorów do potrzeb osób na wózkach inwalidzkich, nawigacja w aplikacji poprzez wskazywanie miejsc przystosowanych do ich możliwości	część oznaczeń w języku Braille'a	—

Źródło: badania własne.

Wyniki badań wskazują, że niektóre z omawianych udogodnień dla osób niepełnosprawnych są oparte o programy wykorzystujące beacony (Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, Urząd Miasta i Gminy w Olkuszu, TAURON Arena w Krakowie). Rozwiązania stosowane przez Pałac Króla Jana III w Wilanowie kierowane są przede wszystkim do osób z ograniczeniami narządów wzroku i słuchu. Aplikacja umożliwia dostęp do audioprzewodnika w języku migowym oraz audiodeskrypcji. Są to zadania związane przede wszystkim

z funkcją informacyjną beaconów. W przypadku sensorów umieszczonych na Szlaku Gwarków w Olkuszu głównym zamierzeniem wdrożenia urządzeń było wsparcie osób niepełnosprawnych. Czujniki skierowane są do osób z dysfunkcjami wzroku lub słuchu: „Aplikacja jest dostępna dla osób z niepełnosprawnością słuchu lub wzroku (niedowidzących i niewidomych). Można wybrać w aplikacji zmiany kontrastu wyświetlania, głośności, a także wielkości czcionki. Została także wykonana wersja audioprzewodnika z tzw. audio-

deskrypcją, gdzie lektor opisuje elementy otoczenia, których nie mają możliwości zobaczyć osoby z niepełnosprawnością wzroku. Specjalnie dla nich przy rzeźbach gwarków zostały zamontowane tzw. beacons. Dzięki temu, wędrując szlakiem z uruchomioną aplikacją, gdy zbliżamy się do postaci gwarka, automatycznie włącza się kolejne nagranie”. Również w tej aplikacji zadania czujników związane są z funkcją informacyjną beaconów. Z kolei aplikacja TAURON Areny w Krakowie wspiera w pewnym stopniu osoby z niepełnosprawnością ruchową: „W aplikacji są zaznaczone sektory, które są specjalnie dedykowane osobom niepełnosprawnym”. Program nawiguje w obrębie obiektu, wskazując miejsca specjalnie przystosowane do ich potrzeb. Zadania te są związane z funkcją nawigacyjną beaconów.

Niektóre badane instytucje kultury (Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie, Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach) nie wykluczają również wykorzystania w przyszłości beaconów jako udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością. Jednak ich wdrożenie może być czasochłonne ze względu na konsekwencje pandemii COVID-19. Jak podkreśla przedstawiciel Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach: „Chcielibyśmy [rozbudować aplikacje o rozwiązania dla osób niepełnosprawnych — przyp. autora], ale to niestety wszystko jest związane z kosztami, a dzisiaj jesteśmy w sytuacji trudnej, kiedy nie mamy zwiedzających”. Z kolei tworzona nowa aplikacja dla Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie zakłada wspieranie analizowanej grupy osób. Rozwiązanie będzie dotyczyło przede wszystkim osób z dysfunkcjami wzroku. Zakłada przystosowanie materiałów informacyjnych znajdujących się w programie do potrzeb osób niedowidzących oraz transkrypcje materiałów w postaci nagrań. Muzeum rozważa także możliwość uzupełnienia rozwiązania o beacons, które zautomatyzowałyby proces transmisji informacji oraz wspierałyby nawigację po obiekcie: „Warto byłoby stworzyć całą sieć takich beaconów, ponieważ [po remoncie — przyp. autora] ekspozycja będzie bardzo rozległa. Będzie dużo osobnych wystaw [...], więc byłyby one na pewno bardziej przydatne [niż dotychczas — przyp. autora] i ułatwiłyby nawigację”. Główną barierą wdrażania tego typu rozwiązań oraz rozwijania już istniejących udogodnień są jednak ograniczenia finansowe. Do prawidłowego funkcjonowania sensorów konieczne jest stworzenie kompatybilnego oprogramowania, które będzie sterować urządzeniami ze strony nadawcy komunikacji rynkowej oraz — w przypadku odbiorcy — przyjmować wysyłany przez nie przekaz. Ponadto stworzenie kompleksowych systemów mających na celu wsparcie użytkowników z niepełnosprawnościami wymaga zakupu odpowiedniej liczby beaconów.

Mimo iż koszt jednego urządzenia nie wydaje się być znaczący, gdyż wynosi od kilku do kilkunastu dolarów (Pawłowska, 2019), to jednak nabycie ich dużego zestawu może okazać się kosztochłonną inwestycją. Istnieje możliwość tworzenia mniej zaawansowanych systemów. Jednak w tym przypadku istnieje ryzyko, że nie będą one w należyty sposób spełniać swoich zadań.

Problem kosztów dotyczy również rozwiązań już istniejących w badanych instytucjach, które od dłuższego czasu wspierają osoby niepełnosprawne (Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, TAURON Arena Kraków), gdyż ogranicza możliwości ich dalszego rozwoju. Istotną kwestią jest także wpływ pandemii COVID-19 na funkcjonowanie instytucji kultury. Zaistniała w jej wyniku sytuacja utrudnia podejmowanie wszelkich działań, w tym znacznie ogranicza możliwości finansowania inwestycji: „Te kwestie wiążą się z kosztami i w tej chwili, w takim najbliższym czasie, na pewno tego nie przewidujemy [dalszego rozwijania aplikacji wykorzystującej beacons — przyp. autora]. Ale to też jest związane z sytuacją teraz obecnie, bo w tej chwili nie odbywają się wydarzenia w obiekcie” (TAURON Arena Kraków).

## Dyskusja wyników

Rozważając wdrożenie beaconów lub rozwijanie tej technologii w celu wsparcia niepełnosprawnych odbiorców kultury, szczególnie ważne jest zwrócenie uwagi na ich indywidualne potrzeby. Dla osób z niepełnosprawnością ruchową kluczowe znaczenie ma funkcja nawigacyjna sensorów. Umożliwia ona dostosowanie trasy do ich indywidualnych potrzeb i oczekiwań. Prowadzi użytkownika najwygodniejszą dla niego trasą, którą jest w stanie pokonać samodzielnie, bez pomocy osób trzecich. Osoby z niepełnosprawnością wzrokową mogą docenić zwłaszcza funkcję nawigacyjną oraz informacyjną urządzeń. Podobnie jak w przypadku osób niepełnosprawnych ruchowo beacons mogą stanowić dla nich użyteczne narzędzie orientacji w terenie, które wspiera ich indywidualne poruszanie się po terenie danej instytucji kultury. W tym przypadku konieczne jest jednak uzupełnienie nawigacji o komunikaty głosowe. Z kolei funkcja informacyjna może zapewnić dostęp do wiedzy o kulturze, która w przypadku osób niedowidzących oraz niewidzących ma szczególne znaczenie. Barwne opisy automatycznie transmitowane w formie głosowej przez urządzenia umożliwiają wyobrażenie sobie świata zewnętrznego i pozwalają na pełniejsze uczestnictwo w kulturze. Rozpatrując beacons z perspektywy osób z niepełnosprawnością słuchu również należy wskazać na znaczenie funkcji in-

formacyjnej, polegającej m.in. na automatycznym udostępnianiu w programie transkrypcji materiałów wideo w języku migowym.

Dodatkowo, jako perspektywiczne udogodnienie, można wskazać wykorzystanie w aplikacji mechanizmów sztucznej inteligencji, które w przyszłości mogą stworzyć sposobność tłumaczenia w czasie rzeczywistym komunikatów wysyłanych przez osoby znajdujące się w otoczeniu osoby niesłyszącej na język migowy i odwrotnie. Stanowiłoby to uzupełnienie możliwości kreowanych przez beacony. Ponadto należy wskazać na hipotetyczne znaczenie sensorów we wspieraniu odbioru kultury przez osoby z niepełnosprawnością intelektualną. Beacony stwarzają możliwość przekazywania informacji w formie gier i zabaw, które mogą absorbować uwagę użytkowników z dysfunkcjami o podłożu psychicznym. Jako uzupełnienie wymienionych funkcji w przypadku wszystkich rodzajów niepełnosprawności można wskazać funkcję komunikacyjną. Kreuje ona warunki do transmisji spersonalizowanych powiadomień zarówno ze strony nadawcy, jak i odbiorcy. Co ważne, może również stać się narzędziem wezwania pomocy w przypadku wystąpienia nieoczekiwanych trudności.

Największym ograniczeniem dla wykorzystania beaconów w komunikacji rynkowej z osobami niepełnosprawnymi są koszty implementacji rozwiązań. Problem ten jest dodatkowo potęgowany przez pandemię COVID-19, która ogranicza możliwości pozyskania środków finansowych przez instytucje kultury.

## Wnioski

Beacony jako narzędzie wspierające wyrównywanie szans niepełnosprawnego odbiorcy kultury mogą realizować różnorodne cele, w zależności od podłoża dysfunkcji indywidualnego odbiorcy. Za najważniejsze funkcje beaconów dla osób z niepełnosprawnością należy uznać funkcję informacyjną i funkcję nawigacyjną. Pierwsza z nich odgrywa istotną rolę w przypadku odbiorców z niepełnosprawnością sensoryczną oraz intelektualną. Z kolei funkcja nawigacyjna ma szczególne znaczenie dla użytkowników z ograniczeniami sprawności ruchowej oraz zaburzeniami widzenia. Dodatkowo uzupełnienie dla programów kierowanych do osób niepełnosprawnych może stanowić funkcja komunikacyjna. Wskazane obszary wykorzystania beaconów powinny być rozwijane zwłaszcza przez podmioty, które aspirują do bycia organizacjami równych szans, dostępnych dla wszystkich użytkowników. Ponadto aplikacje dla osób niepełnosprawnych mogą być wspierane przez inne techno-

logie, np. sztuczną inteligencję. Łączenie heterogenicznych rozwiązań informatycznych pozwala zapewnić kompleksowe wsparcie dla odbiorców kultury o różnych stopniach sprawności.

Uzyskane wyniki badań potwierdzają przyjętą na wstępie tezę, że beacony wspierają proces komunikacji rynkowej równych szans z niepełnosprawnym odbiorcą kultury. Jednak nie można mówić o pełnym wykorzystaniu potencjału kreowanego przez urządzenia w tym obszarze. Analizowane instytucje stosujące beacony w procesie komunikacji rynkowej z niepełnosprawnymi odbiorcami kultury najczęściej bowiem używają sensorów wyłącznie do wyrównywania szans przedstawicieli pojedynczych grup, z konkretnymi ograniczeniami fizycznymi. Żadna z badanych aplikacji nie jest kierowana do osób z niepełnosprawnością o podłożu intelektualnym lub psychicznym. Obecny stan rzeczy wynika w głównej mierze z ograniczonych możliwości zainwestowania w bardziej kompleksowe rozwiązania. Można domniemywać, że w przyszłości pojawią się jednak możliwości do ich rozwoju.

## Ograniczenia badań

Mówiąc o ograniczeniach techniki indywidualnych wywiadów pogłębionych należy wskazać na niebezpieczeństwo uzyskania zbyt powierzchownych informacji, szczególnie w przypadku gdy respondenci nie są pewni swoich poglądów w badanych kwestiach i w związku z tym osoba prowadząca wywiad może nieświadomie kształtować opinie osoby badanej (Cremwell, 1998). W przypadku przedstawionych w artykule badań niebezpieczeństwo to było tym większe, że beacony stanowią zaawansowane rozwiązania z obszaru nowoczesnych technologii, które nie zawsze są dobrze rozumiane i znane, nawet przez osoby implementujące je w swoich instytucjach (Manczak i in., 2019a). Innym problemem jest stosunkowo niewielka zbiorowość badawcza. Wynika to z faktu, że beacony stanowią stosunkowo nowe urządzenie i na jego zastosowanie zdecydowały się do tej pory nieliczne podmioty. Pomimo próby nawiązania kontaktu z większą liczbą instytucji kultury wykorzystujących beacony, na ten moment nie było możliwe objęcie ich badaniem. Należy jednak podkreślić, że opisane wyżej badania mają charakter wstępny. W przyszłości planowane jest ich pogłębienie, przy wykorzystaniu metod jakościowych, w tym niektórych kwestii poruszonych w trakcie realizacji wywiadów. Ponadto, ponieważ jak dotychczas nie przedstawiono perspektywy odbiorców technologii — osób niepełnosprawnych, konieczne wydaje się

przeprowadzenie również badań ilościowych. Niewątpliwie badania te uzupełnią poczynione do tej pory spostrzeżenia. Jednym z wątków, który w przyszłości powinien zostać głębiej rozpoznany, jest problem wykorzystania beaconów dla osób z niepełnosprawnością o podłożu psychicznym. Żadna z badanych instytucji nie przystosowała opracowanych rozwiązań pod kątem potrzeb tej

grupy odbiorców. Niektóre funkcje beaconów mogą być szczególnie użyteczne w obszarze wsparcia osób z niepełnosprawnością o podłożu psychicznym. W związku z tym planowane jest rozpoznanie przyczyn obecnego stanu rzeczy, a także wskazanie praktycznych propozycji tego typu implementacji.

## Bibliografia/References

- Bajak, M. (2019). *Equal Opportunities for People with Disabilities in Public Institutions through Beacons*. Oxford Conference Series — October 2019, 55–64.
- Cierniak-Szóstak, E. (2017). Kulturowy kontekst zmian gospodarczych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 3(963), 39–53. DOI: 10.15678/ZNUEK.2017.0963.0303.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design — Choosing among Five Traditions*. London: Sage Publications.
- Foley, A. i Ferri, B. A. (2012). Technology for people, not disabilities: Ensuring access and inclusion. *Journal of Research in Special Educational Needs*, 12(4), 192–200. DOI: 10.1111/j.1471-3802.2011.01230.x
- Gabrat, M. (2017). Społeczny wymiar niepełnosprawności w teorii ekonomii. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(10), 63–84. DOI: 10.18559/SOEP.2017.10.5.
- Gawel, Ł. (2019). Marketing w publicznych instytucjach kultury. W: Ł. Gawel, F. Skowron i A. Szóstak (red.), *Raport z projektu Krakowski odbiorca kultury* (s. 119–129). Kraków: Attyka.
- Kisiel, R. (2013). Współczesne wzory uczestnictwa w kulturze. W: J. Hausner, A. Karwińska i J. Purchla (red.), *Kultura a rozwój* (s. 345–129). Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Krajewski, M. (2011). Instytucje kultury a uczestnicy kultury. Nowe relacje. Przykład: MS2 w Łodzi. W: M. Śliwa (red.), *Strategia dla kultury. Kultura dla rozwoju* (s. 26–37). Kraków: Małopolski Instytut Kultury.
- Krajewski, M. (2013). W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze. *Kultura i Społeczeństwo*, (1), 29–67. DOI: 10.2478/kultura-2013-0003.
- Kolwicz, M. i Radlińska, I. (2015). Kształtowanie się współczesnego paradygmatu niepełnosprawności. *Pomeranian Journal Life of Sciences*, 61(3), 270–277.
- Kurier Olkusi (2020). *Powstała aplikacja na telefon o gwarkach olkuskich*. <https://kurierolkusi.pl/powstala-aplikacja-na-telefon-o-gwarkach-olkuskich/>.
- Lizak, A. (2017). Dostęp osób niepełnosprawnych do dóbr kultury w świetle prawa. *Kwartalnik Prawo-Społeczeństwo-Ekonomia*, (2), 59–70.
- Machalski, D., Kołpa, M. i Grochowska, A. (2019). Postrzeganie osób niepełnosprawnych w społeczeństwie. *Health Promotion & Physical Activity*, 4(9), 40–45.
- Maison, D. (2010). *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta?* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Manczak, I., Sanak-Kosmowska, K. i Bajak, M. (2019a). Reasons to Use Beacon Technology as a Tool to Study Audience Behaviour in Museums. *Cultural Management: Science and Education*, 3(2), 83–94. DOI:10.30819/cmse.3-2.05.
- Manczak, I., Sanak-Kosmowska, K. i Bajak, M. (2019b). Zastosowanie beaconów w komunikacji marketingowej muzeów z osobami niepełnosprawnymi. *Zarządzanie w Kulturze*, 20(4), 551–564. DOI: 10.4467/20843976ZK.19.033.11712.
- Manczak, I., Sanak-Kosmowska, K. i Bajak, M. (2020). Zastosowanie beaconów w komunikacji z niepełnosprawnym turystą kulturowym (na przykładzie muzeów miejskich). *Turystyka Kulturowa*, (5), 116–139.
- Mazurek-Łopacińska, K. (red.). (2005). *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*. Warszawa: PWN.
- Miński, R. (2017). Wywiad pogłębiony jako technika badawcza. Możliwości wykorzystania IDI w badaniach ewaluacyjnych. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, XIII(3), 30–51.
- Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie (2020). *Misja i statut Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie*. [https://www.wilanow-palac.pl/misja\\_muzeum\\_palacu\\_krola\\_jana\\_jii\\_w\\_wilanowie.html](https://www.wilanow-palac.pl/misja_muzeum_palacu_krola_jana_jii_w_wilanowie.html)
- Muzeum Powstań Śląskich (2020). *O nas*. <https://www.muzeumpowstanslaskich.pl/pl/o-muzeum/o-nas>
- Nowak, A. (2015). Uczestnictwo osób niepełnosprawnych w kulturze. *Chowanna*, (1), 91–102.
- Pawłowska, A. (2019). Usłyszeć obraz. *Akademicki Informator Osób Niepełnosprawnych*, 1(8), 32–34. Retrieved on from: <http://repozytorium.p.lodz.pl/handle/11652/2591>.
- Sanak-Kosmowska, K., Bajak, M., Filip, J. i Kargula, N. (2018). Uwarunkowania i przesłanki wykorzystania beaconów w mobilnej komunikacji marketingowej. *Marketing i Rynek*, 25(10), 17–23.
- Szabała, B. (2019). Uczestnictwo osób z niepełnosprawnością wzrokową w kulturze. *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, XXXVIII(4), 41–58. DOI: 10.17951/lrp.2019.38.4.41-58.
- Szlendak, T. i Olechnicki, K. (2017). *Nowe praktyki kulturowe Polaków. Megaceremoniały i subswiaty*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- TAURON Arena Kraków (2020). <https://www.taunorenakrakow.pl/o-nas/>
- Trębicka-Postrzygacz, B. i Roguska, A. (2015). Funkcjonowanie w społeczeństwie osób z niepełnosprawnościami — normalność w „nienormalności”. W: E. Jarmoch i J. Zienkiewicz (red.), *Człowiek w środowisku społecznym. Księga jubileuszowa dedykowana profesorowi Mirosławowi Dyrdzie* (s. 407–422). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.
- United Nations (1993). *Standard Rules on the Equalization of Opportunities for Persons with Disabilities*. <https://www.independentliving.org/standardrules/StandardRules.pdf>
- United Nations (2019). *Accessibility-infographic*. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/wp-content/uploads/sites/15/2019/09/Accessibility-infographic.jpg>
- Więckowski, R. (2015). Włączeni w muzeum. W: *ABC Gość niepełnosprawny w muzeum, cz. 2, Niepełnosprawność intelektualna, autyzm, grupy zróżnicowane*, 7(7–11). Warszawa: Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. [https://nimoz.pl/files/publications/27/ABC\\_Gosc\\_niepelnosprawny\\_cz2.pdf](https://nimoz.pl/files/publications/27/ABC_Gosc_niepelnosprawny_cz2.pdf)



- Zakrzewska, M. i Zima-Parjaszewska, M. (2015). Niepełnosprawność intelektualna — życie i prawo. W: *ABC Gość niepełnosprawny w muzeum, cz. 2, Niepełnosprawność intelektualna, autyzm, grupy zróżnicowane*, 7 (s. 12–26). Warszawa: Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. [https://nimosz.pl/files/publications/27/ABC\\_Gosc\\_niepelnosprawny\\_cz2.pdf](https://nimosz.pl/files/publications/27/ABC_Gosc_niepelnosprawny_cz2.pdf)
- Zglobicki, W., Smyk, J. i Kabała, A. (2016). Ocena oferty wybranych obiektów militarnych na obszarze Polski dla potrzeb turystyki dzieci i młodzieży. *Turystyka Kulturowa*, (2), 116–134.

### Dr Iryna Manczak

Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, adiunkt w Katedrze Handlu i Instytucji Rynkowych na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Prowadzone przez nią badania koncentrują się wokół wątków związanych z instytucjami kultury, komunikacją marketingową oraz turystyką.

### Dr Katarzyna Sanak-Kosmowska

Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, adiunkt w Katedrze Marketingu na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Jej badania dotyczą w głównej mierze kwestii związanych z komunikacją marketingową, mediami społecznościowymi oraz psychologią zachowań konsumenta.

### Mgr Maria Bajak

Absolwentka studiów magisterskich na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa, asystent w Katedrze Marketingu na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Realizowane przez nią badania są skupione wokół wątków wykorzystania nowych technologii w komunikacji marketingowej oraz społecznej odpowiedzialności biznesu.

### Dr Iryna Manczak

PhD in economics in the field of management and quality sciences, assistant professor at the Department of Trade and Market Institutions at the University of Economics in Krakow. Her research focuses on topics related to cultural institutions, marketing communication and tourism.

### Dr Katarzyna Sanak-Kosmowska

PhD in economics in the field of management and quality sciences, assistant professor at the Department of Marketing at the University of Economics in Krakow. Her research concerns mainly issues related to marketing communication, social media and the psychology of consumer behavior.

### Mgr Maria Bajak

A graduate of MA studies in the field of Marketing and Market Communication, assistant at the Department of Marketing at the University of Economics in Krakow. Her research focuses on the use of new technologies in marketing communication and corporate social responsibility.

Marketing i Rynek  
www.marketingirynek.pl
JOURNAL OF MARKETING AND MARKET STUDIES



[www.marketingirynek.pl](http://www.marketingirynek.pl)

tel. 795 189 869

00-252 Warszawa

ul. Podwale 17