Nowe media, technologie i otwartość w instytucjach kultury

Publikacja podsumowująca projekt
PRACOWNIA NOWYCH MEDIÓW

NOWE MEDIA, TECHNOLOGIE
I OTWARTOŚĆ W INSTYTUCJACH KULTURY

REDAKCJA MERYTORYCZNA — **Karina Rojek**

AUTORZY — **Sławomir Czarnecki, Aleksandra Janus, Kamil Śliwowski, Łukasz Maźnica, Magdalena Laine-Zamoyska**

REDAKCJA I KOREKTA — **Anna Roman**

PROJEKT GRAFICZNY — **Joanna Michniewska**

ISBN — **978-83-64610-77-6**

Publikacja utworzona w ramach projektu
„Pracownia Nowych Mediów" dofinansowanego ze środków
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Treść publikacji dostępna na licencji uznanie autorstwa
4.0 polska (cc by 4.0 polska)
https://creativecommons.pl/2016/11/licencje-4-0-po-polsku/

Instytut Kultury Miejskiej
ul. Długi Targ 39/40
80-830 Gdańsk

instytut kultury miejskiej

GDAŃSK miasto wolności

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Instytut Kultury Miejskiej
Inspirujemy. Wspieramy. Tworzymy

Tworzymy wydarzenia w przestrzeni miejskiej, badamy zmiany w kulturze, inspirujemy do działania oraz wspieramy sektor kultury w Gdańsku i regionie. Działamy dla mieszkańców dzielnic Gdańska i wspólnie z nimi organizujemy różne akcje.
Jesteśmy otwartą instytucją kultury, do której można przychodzić na tematyczne wykłady, cykle filmowe, kameralne koncerty, warsztaty rękodzieła i szkolenia praktyczne.

Organizujemy festiwale (sztuki w przestrzeni publicznej, literackie), akcje miejskie i spacery z przewodnikami, prowadzimy badania w Obserwatorium Kultury i wydajemy książki. Interesuje nas kultura otwarta, związana z Gdańskiem i jego dzielnicami, dostępna dla mieszkańców i razem z nimi współtworzona. Więcej informacji o naszej działalności na stronie: www.ikm.gda.pl.

Medialab Gdańsk łączy kulturę, aktywizm społeczny, edukację i technologię. Tworzymy przestrzeń eksperymentu i współpracy, dzielimy się wiedzą i szukamy rozwiązań, działamy na rzecz odpowiedzialnego wykorzystania nowych mediów i technologii dla rozwoju kultury i rozwoju społecznego (www.medialabgdansk.pl).

Gdańsk 2016

SPIS TREŚCI

Teoretycznie – wszystko jest możliwe

6–8	*Wstęp*	**Karina Rojek**
11–12	*Czy otwartość sprzedaje? O otwartości w kontekście promocji instytucji.*	**Sławomir Czarnecki**
15–18	*Dziedzictwo kultury i jego użytkownicy.*	**Aleksandra Janus**
21–25	*Mem z muzeum w tle. Czyli o tym, co może się stać, gdy otworzysz kolekcję.*	**Kamil Śliwowski**
27–32	*Instytucje kultury i sektor kreatywny – jak firmy pomagają realizować misję.*	**Łukasz Maźnica**
35–40	*Jak tworzyć cyfrowe projekty. Kilka wskazówek i technik dotyczących projektowania.*	**Magdalena Laine-Zamoyska**

Praktycznie – mamy się czym pochwalić – rozmowy z przedstawicielami gdańskich publicznych instytucji kultury.

42–44	Gdańskie Archiwum Państwowe	**Paweł Tarełko**
46–49	Centrum Hewelianum	**Lucyna Rokitiańska**

50–55	Europejskie Centrum Solidarności	**Jacek Kołtan**
56–59	Gdańska Galeria Miejska	**Marta Wróblewska**
60–63	Instytut Kultury Miejskiej	**Marcin Fedoruk**
64–66	Instytut Pamięci Narodowej Oddział w Gdańsku	**Marcin Węgliński**
68–70	Muzeum Archeologiczne w Gdańsku	**Marcin Szmit**
72–79	Muzeum Historyczne Miasta Gdańska	**Marcin Kłos Monika Kryger,**
80–84	Muzeum Narodowe w Gdańsku	**Mirosław Szwabowicz**
86–95	Narodowe Muzeum Morskie	**Tomasz Bednarz, Przemysław Węgrzyn, Paweł Monkiewicz**
96–99	Polska Akademia Nauk Biblioteka Gdańska	**Marta Pawlik-Flisikowska**
100–103	Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku	**Alicja Wiczling**

WSTĘP

Celem Pracowni Nowych Mediów było rozwijanie umiejętności efektywnego wyszukiwania informacji, krytycznego korzystania z nowych mediów oraz twórczego, zgodnego z prawem autorskim i zasadami etycznymi wykorzystywania materiałów pozyskanych z internetu. Projekt w latach 2015–2016 realizował zespół Medialab Gdańsk działający przy Instytucie Kultury Miejskiej w Gdańsku przy dofinansowaniu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Szczególnie zależało nam na wspieraniu osób tworzących własne treści w sieci, promowaniu idei współpracy oraz upowszechnianiu domeny publicznej.

Efektem projektu są materiały edukacyjne. Stworzyliśmy szkolenia internetowe, które pozwolą uporządkować chaos informacyjny i lepiej gromadzić informacje z sieci, starszym osobom ułatwią podjęcie pierwszych kroków podczas korzystania z internetu, a liderów i liderki wesprą w koordynacji zdalnej pracy zespołu. Wszystkie szkolenia udostępniliśmy bezpłatnie na platformie szkolenia.ikm.gda.pl. Powstawanie każdego z nich oparte było na wieloetapowej pracy interdyscyplinarnych zespołów kierowanych przez: Grzegorza Stunżę, Agnieszkę Jarmuł, Karolinę Szczepaniak i Katarzynę Michałowską. Całość dokumentują relacje opublikowane na stronie projektu: pracownia.medialabgdansk.pl.

Drugi wątek to twórcze korzystanie z zasobów cyfrowych. Przygotowaliśmy infografikę będącą instrukcją samodzielnego przenoszenia wydrukowanych grafik na dowolny materiał – http://nadruk.szukamy.org, a w drugim roku projektu powstał PANkreator – serwis internetowy http://pankreator.org i bot, który automatycznie publikuje w serwisach społecznościowych Facebook i Twitter losowo wybrane zbiory z kolekcji PAN Biblioteki Gdańskiej.

Materiały te powstały w wyniku współpracy z gronem ekspertów, przede wszystkim jednak dzięki bardzo efektywnej współpracy ze środowiskiem trójmiejskiego Hackerspace'u – nawiązanej właśnie przy okazji tego projektu. Koncepcja i kompleksowość tego rozwiązania jako pomysłu na promocję zbiorów bibliotecznych postrzegane są jako istotne i innowacyjne. Wiele osób deklaruje chęć wykorzystania go w swoich instytucjach.

Dwa lata projektu spożytkowaliśmy na poruszenie ważnych tematów w kontekście nowych mediów i technologii oraz ich potencjału dla użytkowników internetu... Naturalnie zrodziło to też pytania między innymi o same zasoby cyfrowe – skoro zachęcamy do korzystania z nich, to czy możemy odesłać odbiorcę do konkretnych kolekcji online, repozytoriów, do funkcjonalnych bibliotek cyfrowych? Czy zachęcone przez nas osoby nie staną przed problemem małych rozdzielczości, braku możliwości pobrania plików, konieczności instalowania skomplikowanych programów i wolno działających stron. Czy otrzymają jasną informację od właścicieli stron o warunkach korzystania z cyfrowych zbiorów, o braku ograniczeń?

Te pytania były impulsem do stworzenia tej publikacji. Interesowało nas, jak wykorzystywanie nowych mediów i technologii oraz wdrażanie polityk otwartościowych wygląda w praktyce, w gdańskich instytucjach kultury – tych największych, publicznych. Do podsumowania postanowiliśmy włączyć również instytucje Archiwum Państwowego, Biblioteki i Instytutu Pamięci Narodowej. Nie mogliśmy również pominąć Centrum Hewelianum, które mieszcząc się w historycznym miejscu i organizując różnorodne inicjatywy, jest na poły instytucją edukacyjną/naukową, na poły kulturalną – jest ona bardzo istotna na mapie gdańskich instytucji. Brakuje w spisie Muzeum II Wojny Światowej – wynika to z tego, że w 2016 roku siedziba, a tym samym właściwe ekspozycje nie były jeszcze gotowe.

Pierwsza część tej publikacji to teksty osób na co dzień zajmujących się ponownym wykorzystaniem zbiorów cyfrowych, otwartością oraz współpracą z sektorem kreatywnym. Autorki i autorzy to praktycy reprezentujący ważne instytucje kultury z całej Polski. Stawiają pytania o to, czy otwartość może pomóc instytucjom wizerunkowo, promocyjnie, co może się stać, kiedy zbiory staną się ogólnie dostępne w internecie, doradzają, jak dobrze przygotować projekt cyfrowy. To są zagadnienia, które wciąż są niezwykle istotne dla muzealników, bibliotekarzy i archiwistów. Choć, jak wynika między innymi z drugiej części publikacji, coraz rzadziej mają wobec nich wątpliwości, a słowo „czy" w pytaniach: „Czy w ogóle udostępniać zbiory online?" i „Czy korzystać z technologii w instytucjach kultury?", zastępowane jest w większości słowem „jak": „Jak budować kolekcję online i z jakich narzędzi korzystać?". Rozmowy z przedstawicielami gdańskich instytucji kultury toczą się wokół nowych projektów dotyczących digitalizacji, udostępniania, otwartości. W każdej z nich został przedstawiony inny, dostosowany do działalności pomysł na wykorzystanie nowych mediów i technologii.

Przyglądając się tak zebranym przykładom, można odnieść wrażenie, że w tej dziedzinie dzieje się dużo i nikt nie zostaje w tyle. Należy zauważyć dużą rolę zewnętrznych dofinansowań zarówno z funduszy Unii Europejskiej, jak i rządowych.

Publikacja ma na celu docenienie starań i zauważenie wysiłków pracowników instytucji kultury oraz dostrzeżenie zmiany w myśleniu o instytucji kultury jako instytucji otwartej. Otwartej na każdego odbiorcę. A co istotne – wiele z opisywanych projektów jest dopiero na początku drogi. Z uwagą będziemy obserwować ich rozwój w najbliższym czasie.

KARINA ROJEK

TEORETYCZNIE
– wszystko jest możliwe



Reinhold Curicke, rycina przedstawiająca Bibliotekę Gdańską, w: *Der Stadt Dantzig Historische Beschreibung*, 1687, ze zbiorów PAN BG.

SŁAWOMIR CZARNECKI

Czy otwartość sprzedaje? O otwartości w kontekście promocji instytucji

Czy otwartość sprzedaje? Z pewnością nie musi, bo postulat otwierania instytucji kultury ma wystarczająco mocny fundament. To idea zapewnienia dostępu do dóbr kultury, dostępu pozbawionego ograniczeń na tyle, na ile to możliwe.

Ale jeżeli otwartość przyczynia się do zwiększenia rozpoznawalności instytucji, poprawia jej wizerunek, przysparza nowych odbiorców, jeżeli w tym sensie „sprzedaje", to przecież tym lepiej dla otwartości. I dla instytucji.

Pełna zgoda. O ile wskazywanie na wymierne korzyści nie stanie się główną linią argumentacji na rzecz otwierania instytucji kultury. A przed taką pokusą stoją zwolennicy otwartości. Przecież łatwiej wtedy mówić językiem korzyści. Dzięki otwartości zyskacie wizerunek nowoczesnej instytucji.

Można powołać się na twarde dane. Zobaczcie, otworzyli zasoby i od razu liczba wejść na ich stronę zwiększyła się o tyle a tyle procent. Uleganie takiej pokusie niesie ze sobą ryzyko uzależnienia od wymiernych efektów promocyjnych. A za wcześnie, by mówić o niezawodnym mechanizmie, który łączy otwieranie zasobów z realizacją celów marketingowych instytucji. Wskazywanie na otwartość jako wyróżnik też ma ograniczoną moc, bo im więcej instytucji otwiera zbiory, tym trudniej się wyróżnić. A przecież chcemy, żeby otwartość stała się standardem, a nie źródłem unikatowości tej czy innej instytucji.

Gdy mowa o roli otwartości w promocji instytucji kultury, lepiej przyjąć bardziej umiarkowane podejście. Polityka otwartości może wpisać się w strategię promocji instytucji kultury. Zwłaszcza tam, gdzie współgra z trendami w komunikacji i marketingu.

Być tam, gdzie są odbiorcy – to zalecenie zna każdy, kto zajmuje się promocją. Odbiorcy są (również) w sieci. Gdy udostępniamy nasze zasoby w sieci, zbliżamy się do odbiorców. Proste, ale prawdziwe.

Chcemy, żeby nasze treści (zasoby, zbiory, dzieła) były popularne. Aby treść stała się popularna, ludzie muszą się nią dzielić.

Im łatwiej się nią dzielić, tym większa szansa na popularność. Tak działa dystrybucja treści w sieci. Co oznacza, że ułatwienie dystrybucji (przez odpowiednią licencję, usuwanie ograniczeń technicznych itp.) to podstawowy warunek upowszechniania treści w sieci. Za „treści" podstawmy „kultury" i już widać, gdzie polityka otwartości spotyka strategię promocji.

A „treści" są ważne, bo *content marketing* (czyli marketing treści) staje się jednym z ważniejszych narzędzi tworzenia wizerunku organizacji i budowania relacji z odbiorcami. Tak w przypadku firmy, jak i instytucji.

Czy otwartość sprzedaje? Nie sama, nie zawsze. Ale tak, przynosi też korzyści promocyjne. To dodatkowy argument na rzecz wejścia na ścieżkę otwartości. Ale wchodzi się na nią z powodów fundamentalnych.

●●●

Tekst przygotowany dla otwartakultura.org, opublikowany 21. sierpnia 2016 roku.
www.otwartakultura.org/czy-otwartosc-sprzedaje-slawek-czarnecki-goscinnie-na-temat-otwartosci-w-kontekscie-promocji-instytucji/.

SŁAWOMIR CZARNECKI – **menedżer kultury, filozof, który pracuje w Instytucie Kultury Miejskiej, gdzie koordynuje program Obserwatorium Kultury. Odpowiada również za strategię *public relations* Instytutu. Autor książki *Nowa widownia. O promocji w kulturze*. Współautor raportów z badań *Poszerzenie pola kultury. Diagnoza potencjału sektora kultury w Gdańsku* oraz *Punkty styczne: między kulturą a praktyką (nie)uczestnictwa*. Prowadzi zajęcia z *social media* w kulturze dla studentów zarządzania instytucjami artystycznymi Uniwersytetu Gdańskiego. Wcześniej był m.in. szefem marketingu w Teatrze Wybrzeże i zajmował się obsługą *public relations* kandydatury Gdańska do tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Pisze blog o kulturze Widownia.**



http://domenapubliczna.org/ddp2016/

ALEKSANDRA JANUS

Dziedzictwo kultury i jego użytkownicy

Dziedzictwo kultury i jego użytkownicy

Na przestrzeni ostatnich lat mieliśmy okazję obserwować zmianę w sposobie definiowania roli odbiorcy (widza, użytkownika, publiczności) w polskim sektorze kultury. Towarzyszyły temu wzrost zainteresowania strategiami angażowania publiczności w działalność instytucji kultury (rozwój publiczności, modele partycypacyjne[1]) oraz jednoczesne „poszerzanie pola kultury"[2] i wkraczanie na jej teren zupełnie nowych, często nieinstytucjonalnych aktorów. Z jednej strony sprawiło to, że coraz więcej instytucji próbuje poznać swoją publiczność – jej nawyki, potrzeby, preferencje – co skutkuje wzrostem popularności różnego rodzaju przedsięwzięć badawczych, z drugiej zaś coraz więcej instytucji proponuje swoim odbiorcom rozmaite formy zaangażowania w prowadzone przez nie działania – zarówno online, jak i offline. Te procesy oraz podejmowane w ich ramach eksperymenty mają swoich entuzjastów i krytyków, towarzyszące im spory i obawy zaś często dotyczą kwestii znacznie ogólniejszej natury, prowokując pytania o społeczną misję i rolę instytucji, jej zobowiązania wobec swoich odbiorców (również jako podatników), o miejsce wiedzy i kultury eksperckiej oraz o ewentualną gotowość jej przedstawicieli do podzielenia się posiadanym prawem głosu.

Jednocześnie wraz z szeroko zakrojoną cyfryzacją zasobów dziedzictwa do tych dyskusji dołączają pytania o użytkowanie zasobów kultury oraz jego prawne i etyczne granice, wraz z towarzyszącą im – coraz bardziej naglącą – potrzebą doprecyzowania tego, co w istocie oznaczają dostęp (zwłaszcza równy dostęp) i otwartość, jak należy współcześnie pojmować upowszechnianie zasobów kultury oraz w jaki sposób traktować praktyki ich przetwarzania (które przestały być działalnością podejmowaną jedynie przez profesjonalnych twórców). Przemiana publiczności w użytkowników wydaje się wymuszać redefinicję współczesnej roli publicznych instytucji kultury. Trudno bowiem nie zgodzić się ze Stephenem Wrightem, autorem książki

1 Rozwój publiczności (*audience development*) modele partycypacyjne – N. Simon, *The Participatory Museum*, Museum 2.0, Santa Cruz 2010, www.participatorymuseum.org.

2 *Poszerzenie pola kultury. Diagnoza potencjału sektora kultury w Gdańsku,* raport dostępny: www.repozytorium.ikm.gda.pl/items/show/11.

W stronę leksykonu użytkowania[3], który trafnie zauważa, że to, co nazywa on „zwrotem użytkologicznym" we wszystkich sferach społecznych, rzuca wyzwanie trzem potężnym instytucjom pojęciowym kultury współczesnej: widzowi, kulturze eksperckiej oraz własności[4].

Od publiczności do użytkowników

Laurajane Smith, autorka książki *The uses of heritage*, słusznie zauważa, że praktyki „użytkowania" dziedzictwa zawsze były kluczowe do określania jego wartości i znaczenia[5]. Jej spostrzeżenia wydają się szczególnie aktualne w kontekście współczesnej dyskusji koncentrującej się wokół cyfrowych zasobów dziedzictwa. Zwłaszcza że ich podatność na „użytkowanie" – ponowne wykorzystanie i twórcze przetwarzanie – poszerza wachlarz możliwości dostępnych jego odbiorcom. Oczywiście, praktyki opisywane przez Smith śmiało moglibyśmy nazwać użytkowaniem. Jednak to zmiana skali jest kluczowa dla tego, co Wright nazywa „zwrotem użytkologicznym" – ta zaś dokonała się wraz z rozwojem technologii i upowszechnieniem dostępu do sieci. Skutkuje to otwarciem nowego, nieformalnego i niezinstytucjonalizowanego obiegu kultury oraz włączeniem do tego obiegu także inicjatyw oddolnych, efektów działania użytkowników[6]. Merete Sanderhoff, redaktorka antologii *Sharing is caring*, z optymizmem patrzy na te zmiany i definiuje dziedzictwo kulturowe nie tylko jako wspólną własność, którą każdy ma prawo się dzielić (stymulując cyrkulację treści i zasobów kultury), ale także punkt wyjścia do dalszej twórczości – swobodnego remiksu i ponownego wykorzystania tych treści. Przeprowadzona na szeroka skalę cyfryzacja zasobów dziedzictwa istotnie otwiera taką możliwość, w praktyce jednak brak jednolitych standardów udostępniania cyfrowych zasobów często staje na drodze tym, którzy istotnie chcą robić z nich użytek[7].

3 Terminologia zaczerpnięta z książki Wrighta została ostatnio wykorzystana jako kontekst jednej z ostatnich wystaw zorganizowanych przez Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie przed opuszczeniem pawilonu Emilia, zatytułowanej „Robiąc użytek", zob. S. Wright, *W stronę leksykonu użytkowania*, Format P#9, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2013..

4 Tamże, s. 116.

5 L. Smith, *The Uses of Heritage*, Routledge, Londoyn 2006, s. 11.

6 Autorzy raportu *Poszerzanie pola kultury*, nawiązując do badań przeprowadzonych przez Alka Tarkowskiego, Mirosława Filiciaka i Justynę Hofmokl, zwracają uwagę, że „technologie otwierają nowy, niezinstytucjonalizowany i pozostający poza oficjalną kontrolą kanał komunikacji i przesyłu treści kulturowych. W sieciach dokonuje się nieformalny obieg i cyrkulacja kultury, codzienna praktyka wielu użytkowników, na którą nie mają wpływu państwo ani rynek. Na przykładzie tego, co dzieje się za sprawą technologii, wyraźnie widać, że zinstytucjonalizowana kultura jest tylko elementem tego, co składa się na całościowo rozumianą sferę kultury", zob. *Poszerzanie pola kultury*, s. 44.

7 Zagadnienia te stanowiły obiekt zainteresowania projektu badawczego, którego efektem jest raport *Otwartość w instytucjach kultury*, zob. www.ngoteka.pl/bitstream/handle/item/287/open%20glam%20raport%20net.pdf?sequence=3. Na temat prawnych i technologicznych warunków re-use'u – zob. m.in. *Domena publiczna w instytucjach dziedzictwa. Instrukcja*, Warszawa 2016, www.ngoteka.pl/bitstream/handle/item/327/Domena%20publiczna%20w%20instytucjach%20dziedzictwa_Instrukcja.pdf?sequence=4.

Nowa rola instytucji kultury?

Chociaż upowszechnianie swoich kolekcji oraz gromadzonej wokół nich wiedzy stanowi ważny element misji publicznych instytucji kultury, na przestrzeni wieków sposób pojmowania społecznych zobowiązań tych instytucji znacząco się zmieniał[8]. Mimo, że do oficjalnej definicji muzeum używanej przez International Council for Museums (ICOM) w latach siedemdziesiątych dodano fragment mówiący o tym, że jest to instytucja działająca „w służbie społeczeństwa i jego rozwoju", dyskusja na temat tego, co to w istocie oznacza – a zatem na temat społecznej roli i zobowiązań publicznych instytucji kultury – wciąż pozostaje żywa i aktualna. Zwłaszcza, że publicznością galerii, muzeów, archiwów i bibliotek stali się potencjalnie wszyscy, którzy posiadają dostęp do internetu[9].

Jak pokazał przykład holenderskiego Rijksmuseum, otwarcie się na tę publiczność może się także okazać się doskonałym podsunięciem marketingowym[10]. Co więcej, wbrew temu, czego obawiali się sceptycy, otwarcie zasobów nie powoduje spadku frekwencji[11]. Warto przy tym pamiętać, że udane przedsięwzięcia wykorzystujące technologie w otwieraniu się na szeroką społeczność użytkowników to te, które odpowiadają zarówno na ich potrzeby (które często należy wcześniej poznać i zdiagnozować), jak i wpisują się w strategię, misję i potrzeby instytucji. Nie zawsze okazuje się, że efektowne rozwiązania (np. kolejna aplikacja mobilna) najlepiej spełniają te kryteria[12].

Na przykładzie bloga *Yellow Milkmaide Syndrome* (syndrom żółtej mleczarki) widać wyraźnie, że istnieje ogromne zapotrzebowanie na wysokiej jakości treści kultury pochodzące z wiarygodnego źródła. Wiarygodnego, czyli takiego, któremu można zaufać, jeśli chodzi o jakość cyfrowej reprodukcji, rzetelną informację na temat statusu prawnego zasobu i wiedzę, która pomoże umieścić go w szerszym kontekście, oraz dobrze

8 Holenderski muzeolog Peter van Mensch opisuje te przemiany – w kontekście rozwoju instytucji muzeum – jako trzy wyróżnione przez niego „rewolucje muzealne". Zob. P. van Mensch, *Museology and management: enemies or friends? Current tendencies in theoretical museology and museum management in Europe*, [w:] *Museum management in the 21st century*, red. E. Mizushima, Museum Management Academy, Tokyo 2004.

9 Zwłaszcza, że zmieniają się zarówno publiczność tych instytucji, jak i jej potrzeby. Rozwój technologiczny oraz obserwacja zmiany praktyk społecznych związanych z dziedzictwem kulturowym posłużyły między innymi za inspirację dla koncepcji „muzeum partycypacyjnego" zaproponowanej przez Ninę Simon, zob. N. Simon, The Participatory Museum, Santa Cruz 2010, www.participatorymuseum.org.

10 Na temat Rijksmuseum i jego strategii napisano już wiele, ostatnio na blogu Centrum Cyfrowego Kamil Śliwowski podsumował wizytę studyjną zespołu Otwartej Kultury w holenderskim muzeum, zwracając uwagę na istotne czynniki jego sukcesu: www.centrumcyfrowe.pl/tajemnice-sukcesu-rijksmuseum/.

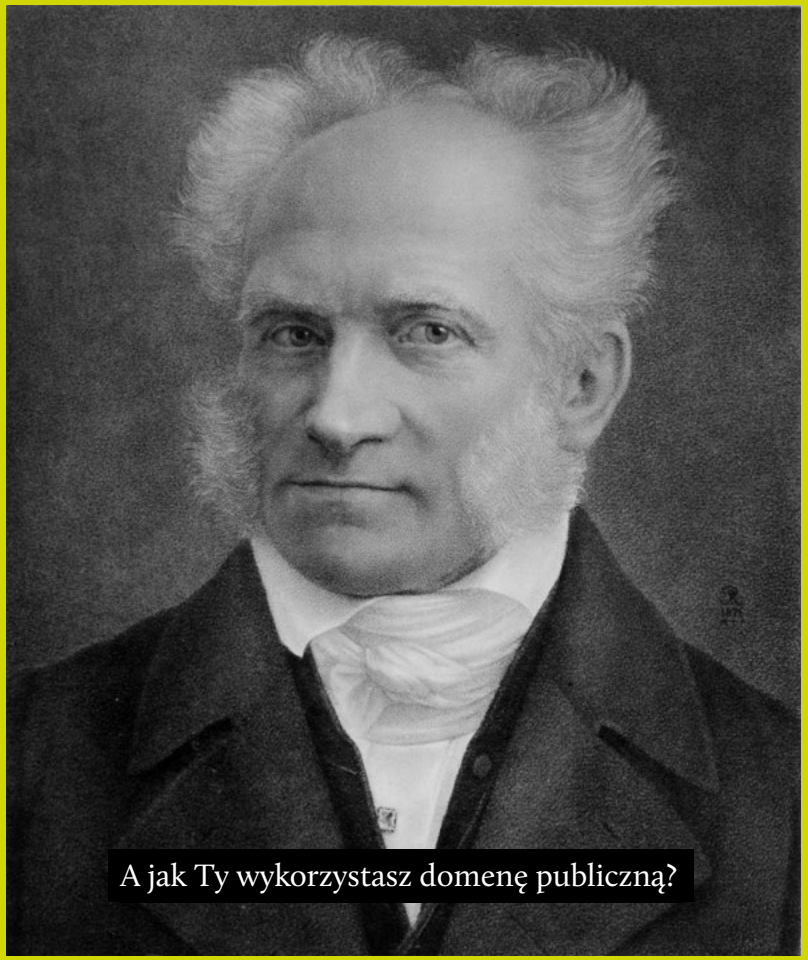
11 Zob. www.siarchives.si.edu/sites/default/files/pdfs/2016_03_10_OpenCollections_Public.pdf.

12 Zob. www.medialabkatowice.eu/projekty/jak-wdrazac-nowe-technologie-w-projektach-kulturalnych-poradnik/.

przygotowane metadane, które ułatwią jego odnalezienie, a często także pozwolą na potencjalne wykorzystanie.

Wygląda na to, że w świecie po cyfrowej rewolucji i zwrocie użytkologicznym wciąż jest miejsce na autorytet instytucji, zgromadzoną w niej wiedzę ekspercką oraz potrzebę czuwania nad kolekcjami, które zostały jej powierzone. Ci, którzy chcieliby wprowadzić użytkowanie i przetwarzanie treści dziedzictwa kulturowego na szeroką skalę, muszą jednak najpierw zadbać o to, by jakość udostępnianych przez nich zasobów w ogóle otwierała taką możliwość. Ci, którzy obawiają się, że rozproszona społeczność anonimowych użytkowników będzie wykorzystywać ich zasoby w niewłaściwy sposób, mogą wyjść naprzeciw potrzebom wszystkich tych, którzy z całą pewnością nie mają takiej intencji – uczniom, nauczycielom, edukatorom i animatorom, którzy chętnie skorzystają z otwartych zasobów kultury, jeśli będą mieli pewność, że dzieli się nimi instytucja, która dba o ich wysoką jakość – również merytoryczną. Oczywiście, trudno przewidzieć sposoby użytkowania raz uwolnionych zasobów i wiedzy, nie należy się ich jednak obawiać – trudno bowiem wyobrazić sobie negatywne konsekwencje wzrostu liczby tworzonych oddolnie scenariuszy lekcyjnych wykorzystujących zasoby instytucji kultury albo nawet internetowych memów wykorzystujących obrazy z domeny publicznej. Znacznie bardziej niepokojące wydają się negatywne konsekwencje ich nieobecności w społecznych, nieformalnych obiegach treści.

ALEKSANDRA JANUS **– antropolożka, badaczka, specjalistka ds. otwartości w instytucjach kultury w Centrum Cyfrowym (**www.centrumcyfrowe.pl**,** www.etnologia.uj.edu.pl/aleksandra-janus**), kuratorka i współautorka projektu Laboratorium muzeum** www.laboratoriummuzeum.pl/info-praktyczne/**. Wspólnie z zespołem Centrum Cyfrowego pomaga instytucjom kultury korzystać z potencjału technologii poprzez wdrażanie nowych, otwartych modeli dzielenia się zasobami. Prowadzi badania publiczności instytucji kultury, specjalizuje się w badaniu doświadczenia zwiedzających w muzeach. Współpracuje z instytucjami poszukującymi efektywnych sposobów angażowania publiczności.**



mem Joanna Michniewska, 2016, źródło: Artur Schopenhauer, XIX wiek, fotografia, ze zbiorów PAN BG.

KAMIL ŚLIWOWSKI

Mem z muzeum w tle. O tym, co może się stać, gdy otworzysz kolekcję

Wyobraź sobie, że kierujesz sporym muzeum sztuki, które właśnie digitalizuje i udostępnia swoją kolekcję w sieci. W kolekcji masz arcydzieła, które inne muzea chętnie wypożyczają i zawsze wzbudzają zainteresowanie zwiedzających. Posiadasz też mniej znane obrazy, obok których wizytujący zatrzymują się rzadziej i na krócej. W muzeum można zamówić lekcję i oprowadzanie. Rzadko jednak odwiedzają Twój gmach osoby niewidome i niedowidzące, choć na miejscu można wypożyczyć audioprzewodnik. Coraz częściej za to w Twoim gmachu ktoś robi sobie selfie z obrazem, a ostatnio nawet łapie Pokemony. Czego się spodziewasz po tym, gdy kolekcja trafi już do sieci? Czy ktoś jeszcze będzie odwiedzać Twoje muzeum i w jakim celu? Jak myślisz, które z obrazów będą popularniejsze na Twojej stronie? Co będzie się dziać ze zdigitalizowanymi obrazami? Czy możesz mieć nad tym jakąś kontrolę?

Nigdy nie będziemy w pełni przygotowani na zderzenie z funkcjonowaniem w czasach płynnie zmieniających się mód i technologii. Niektóre z takich zderzeń bywają dla instytucji kultury bolesne i wywołują pragnienie powrotu do XX wieku. Jednak w dłuższej perspektywie niepodjęcie wysiłku zmierzenia się z nimi może mieć jeszcze gorsze skutki. Spróbujmy zatem wspólnie przyjrzeć się i odpowiedzieć na kilka z postawionych pytań.

Cyfrowe zainteresowanie – są na to dane

Potencjalny zasięg w sieci dowolnego zasobu jest zawsze większy od tego, który jest dostępny fizycznie, zwłaszcza jeśli mowa o obiektach, które są dostępne wyłącznie w jednym egzemplarzu, w konkretnym muzeum. Celowo użyłem słowa „potencjalny", ponieważ większość muzeów nie dzieli się wizerunkami obrazów, które można by nawet zestawić wielkością i jakością z obrazem podziwianym na żywo. Do tego potrzebne są wizerunki w wysokiej rozdzielczości, dla rzeźb zaś coraz częściej są konieczne skany trójwymiarowe i panoramy 360º. Dopiero takie obiekty można próbować oceniać z perspektywy tego, czy zwiększa się dzięki nim zainteresowanie i zaangażowanie odbiorców. Badania wskazują, że tak się dzieje, nawet w wysokim stopniu... jeśli tylko zarządzający muzeum zrozumieją, że o ile w swoim mieście czy kraju mogą konkurować o uwagę odwiedzających, inaczej jest

w sieci. W internecie działają już instytucje takie jak Wikipedia, które nie mają sobie równych w szybkim i łatwo dostępnym dystrybuowaniu informacji. Co ważne, są globalne i zróżnicowane, zarówno na poziomie edytorów, jak i odbiorców, tak, że są w stanie zaskoczyć niejednego kuratora.

Rijksmuseum po opublikowaniu na Wikipedii w wysokiej rozdzielczości pierwszych 120 obrazów szybko zorientowało się, że znacznie popularniejszym obrazem od dzieł Rembranta czy Vermeera jest *Wystrzał z działa* Willema van de Velde[1]. Obraz ten – jak się okazało – zanim muzeum opublikowało go w Wikipedii, był masowo wykorzystywany jako stockowa ilustracja dziesiątek książek na świecie, co uczyniło go niezwykle łatwo rozpoznawalnym. Natomiast pojawienie się pliku na Wikimedia Commons szybko zostało wykorzystane przez autorów haseł o tych pozycjach. W ten sposób obiekt z muzeum nieoczekiwanie zaczął przyciągać nowych odwiedzających. Biblioteka Gdańska PAN, choć posiada w skarbcu jedną z ciekawszych kolekcji starodruków w Polsce, największe zainteresowanie wzbudza dzięki starym książkom adresowym, które służą fanom genealogii[2].

Przyjrzyjmy się jednak dokładnie oglądalności i danym: w wypadku zasobów Smithsonian, amerykańskiego muzeum narodowego, zasoby, które trafiły na Flickr Commons, były wyświetlane tam około 10 000 razy. Po przeniesieniu ich do Wikipedii (a dokładnie na Wikimedia Commons) zaś były odwiedzane średnio 100 000 razy (z pomocą w odkrywaniu i analizie takich informacji przychodzą sami Wikipedyści i projekt Wikidata). Dla porównania: niektóre zasoby generowały większy ruch przez trzy miesiące w tych dwóch mediach niż cała kolekcja na stronach niektórych z muzeów, z których pochodziły.

Ważną rolę odgrywają w tym procesie nie tylko wybór platform, ale również oznaczenia jasno informujące o domenie publicznej i braku ograniczeń majątkowych praw autorskich. Takie proste oznaczenie wybierane przez instytucje publikujące we Flickr Commons pozwala wikipedystom i innym poszukiwaczom samodzielnie i bezpiecznie wybierać materiały do ich wykorzystania.

Więcej analiz przypadków zebrała Effie Kapsalis z Smithsonian Institution – przyjrzała się kilku muzeom i galeriom, które w ostatnich latach, z różnych powodów, otworzyły swoje kolekcje. Jeśli ktoś potrzebuje wyników badań, by uwierzyć, niech zajrzy do badań Fundacji Andrew W. Mellon przeprowadzonych wśród 11 amerykańskich muzeów. Wynika z nich, że te muzea,

1 www.commons.wikimedia.org/wiki/File:Cannon_shot_by_Velde.jpg.
2 www.bgpan.gda.pl/zbiory.php.

które nadal utrzymują ograniczenia prawne do swoich kolekcji i tworzonych zasobów, nie zanotowały wzrostu ich oglądalności i ponownego wykorzystania niezależnie od ponoszonych wydatków na promocję. Wcześniej badacze innego projektu[3] przyjrzeli się temu, jak nowe technologie i dostępność zasobów wpływają na naukowe wykorzystanie zasobów dziedzictwa.

Wartość dodana czy oczekiwana?

Ogromny potencjał tego, co może dziać się cyfrowymi obiektami, można bardzo łatwo zmarnować. Co gorsza, czasem nawet nie próbuje się go uruchamiać. Otwieranie stron wirtualnych wersji muzeów czy bibliotek tylko po to, by odkryć, że pliku z obrazem nie można pobrać, a czasem nawet wyświetlić bez konieczności instalowania wtyczki lub zakładania konta, wzbudza w internaucie niechęć. Tylko odpowiednio wyposażeni w motywację lub kompetencje odbiorcy mają możliwość i prawo do tego, by wytworzyć nową wartość na bazie kolekcji. O ile Wikipedyści, by opisać zasoby, prędzej czy później odwiedzą nas sami, we współpracy z instytucją lub samodzielnie, to inni zaawansowani odbiorcy niekoniecznie. Edukatorzy, nauczyciele, bibliotekarze, którzy mają mniej zasobów na to, by podczas przygotowywania lekcji skorzystać z innego źródła niż Google, potrzebują dodatkowych zachęt i wsparcia. Jakiego? Dokładnie opisała to Europeana w rekomendacjach[4], których wypełnienie ma poprawiać efektywność wykorzystania zbiorów cyfrowych w nauczaniu: poza odpowiednią jakością i opisem ważne są również kontekst i język, niekoniecznie taki sam jak dla kuratorów i znawców sztuki. Uczenie o historii i sztuce osób w różnym wieku wymaga uwzględniania tego, jakich pojęć używają i jakie interakcje z dziełem mogą być dla nich ciekawe. Kolorowanki i tworzenie memów, nawet jeśli brzmią dla niektórych banalnie, mogą być świetnym wprowadzeniem do kultury i być pierwszą relacją odbiorcy z instytucją.

Jednym z zaleceń Europeany są jasne zapisy dotyczące praw autorskich, a jeśli to możliwe – z prawem do swobodnego wykorzystania. To szczególnie ważne, kiedy uświadomimy sobie, że nowoczesne praktyki edukacyjne wymagają nie tylko dostępu do sieci, ale także korzystania z niej jako platformy do publikacji wyników naukowych eksperymentów. Takie praktyczne zdobywanie nowych kompetencji niesie jednak za sobą ogromne ryzyko wychodzenia przez uczniów i nauczycieli poza granice

3 www.journalofdigitalhumanities.org/1-2/transitioning-to-a-digital-world-by-diane-zorich/.

4 www.pro.europeana.eu/blogpost/seven-keys-to-unlocking-digital-heritage-for-use-in-education.

dozwolonego użytku. Oczywiście instytucje kultury mogą stwierdzić, że to nie ich problem, ale czy na pewno? Wystarczą jasne oznaczenia dotyczące domeny publicznej (i tłumaczenie tego, co ona oznacza) oraz proste informacje o granicach dozwolonego użytku dla utworów chronionych, aby wspierać edukację prawną i medialną najmłodszych.

Oczywiście nie zawsze zasoby cyfrowej kolekcji będą odpowiednio wykorzystane. Co więcej, niewiele z tych rzeczy będzie nawet dotyczyć sztuki. Ważne, by zrozumieć, że na tym właśnie polega część tego potencjału: od memów, podczas robienia których dzieci po raz pierwszy zetkną się z nowym obrazem, po drukowanie wzorów z dzieł sztuki – choćby na pościeli. Zarówno te drobne czynności, jak i komercyjne działania, które są dziś możliwe, należy poważnie uwzględniać w ocenie skali dotarcia i wpływu kolekcji muzeów i galerii. Co ważne, wydruk na koszulce to nie tylko więcej par oczu, ale także również zaangażowanie, które można próbować mierzyć zarówno jakościowo, jak i ilościowo (np. wyszukując, ile remiksów w sieci ma dany obraz).

Na tym stanowisku pracy wymagana jest odwaga

Tymczasem lato 2016 roku w internecie można podsumować w zasadzie za pomocą dwóch tytułów: gry Pokemon Go oraz aplikacji fotograficznej Prisma app. Pierwsza pozwala na łapanie fantastycznych stworzeń podczas spacerów i zdobywanie punktów za odwiedzanie fizycznych lokalizacji, często związanych z infrastrukturą historyczną i kulturalną (pomniki, tablice pamiątkowe lub ważne budowle). Druga, za pomocą najnowszych algorytmów przetwarzania obrazu, zmienia dowolne zdjęcie, w – jak to określają twórcy – dzieło sztuki (można wybierać między taki algorytmami/filtrami opartymi na obrazach Pieta Mondriana czy Wassilego Kandinskiego). W ciągu miesiąca na telefonach milinów osób pojawiły się zatem dwie aplikacje luźno, choć wprost powiązane ze sztuką i z historią. Czy instytucje kultury mogą na tym skorzystać?

Tak jak do znalezienia i złapania Pokemona potrzeba odrobiny motywacji, tak przyciągnięcie, zatrzymanie i zainteresowanie kogoś naszą kolekcją wymagają odrobiny wysiłku i odwagi. Nie tylko do tego, by próbować nowinek technicznych i wykorzystywać aktualne trendy. Odwaga w instytucji kultury potrzebna jest również do tego, by próbować wykorzystać to, co często nieoczekiwane i czego wszystkich konsekwencji jeszcze nie znamy. Tak zrobili twórcy serwisu fotograficznego Flickr, którzy otwierając ogromną ilość danych o fotografiach, chcieli po prostu sprawdzić, co zrobią z tym ich odbiorcy i inne firmy: jakie aplikacje stworzą i jaka wartość dodana pojawi się dzięki temu

dla użytkowników oryginalnego serwisu[5]? Amerykańska agencja kosmiczna NASA, choć nie jest to jej główne zadanie ani cel, wydaje nawet czasopismo, które ma promować używanie ich technologii przez przedsiębiorców[6]. Instytucjom kultury nadal brakuje strategicznego podejścia do wykorzystywania potencjału nowych technologii. Niezagospodarowany obszar szybko przejmują firmy i prywatni odbiorcy sztuki. W pierwszym przypadku Google ze swoim projektem Arts & Culture z jednej strony ułatwia im swoją prezentację w sieci, a z drugiej spycha je do roli dostawców treści.

Niektóre muzea, jak nowojorskie Museum of Modern Art (MoMA), od razu wykorzystują okazje takie jak moda na Pokemony i organizują dedykowane wydarzenia[7]. Za mało jest jednak nadal przykładów, kiedy to instytucja kultury wychodzi z propozycją eksperymentu w poszukiwaniu „wartości dodanej" dla jej tradycyjnych zadań i jej zasobów. Obok najczęściej przywoływanego przykładu Rijksmuseum warto jednak przyjrzeć się również mniej znanym, pochodzącym z mniejszych instytucji. W Stanach Zjednoczonych muzeum dizajnu Cooper Hewitt, a w Polsce Medialab Katowice stworzyły otwarte kroje czcionek[8], które żyją swoim życiem w sieci. Biblioteka publiczna Nowego Jorku prowadzi program laboratorium, w którym bibliotekarze i programiści spotykają się, by tworzyć aplikacje prezentujące elementy kolekcji w odkrywczy sposób[9]. By otworzyć się na potencjał nowych technologii, pomysłowość odbiorców i nieoczekiwane korzyści płynące z sezonowych mód, nie zawsze potrzeba dodatkowych środków i zasobów. Ważniejsza jest odwaga, by próbować i eksperymentować.

KAMIL ŚLIWOWSKI **– zawodowo otwiera zasoby edukacyjne i instytucji kultury. Trener i animator edukacji medialnej, pracuje w Creative Commons Polska i Centrum Cyfrowym, gdzie zajmuje się otwartością zasobów publicznych w sektorach edukacji, kultury i administracji publicznej. Prowadzi katalog i blog o otwartych zasobach (otwartezasoby.pl).**

5 www.blogs.loc.gov/digitalpreservation/2014/08/what-do-you-do-with-100-million-photos-david-a-shamma-and-the-flickr-photos-dataset/.
6 www.spinoff.nasa.gov/.
7 www.museumhack.com/pokemon/.
8 www.medialabkatowice.eu/projekty/katowickie-ikony/.
9 www.nypl.org/research/collections/digital-collections/public-domain.



Joanna Michniewska, PANkreator, 2016.

ŁUKASZ MAŹNICA

Instytucje kultury i sektor kreatywny – jak firmy pomagają realizować misję

Kilkanaście lat temu większość rozmów na temat współpracy instytucji kultury z przedstawicielami biznesu zaczynała się i kończyła na temacie umów sponsoringowych. Duże podmioty gospodarcze – w ramach swoich budżetów marketingowych – przekazywały najbardziej rozpoznawalnym muzeom, teatrom czy operom znaczne kwoty w zamian za dumny tytuł mecenasa i pulę biletów, która trafiała później do pracowników i partnerów firmy. Dziś wciąż istnieje skromne (niestety) grono przedsiębiorstw mecenasów, ale dla wielu instytucji kultury sponsoring nie jest już jedynym polem współpracy z biznesem.

Wraz z rozwojem świata wirtualnego oraz postępem nowych technologii coraz częściej powstają wspólne przedsięwzięcia podejmowane przez instytucje kultury oraz kreatywne studia projektowe specjalizujące się w tworzeniu kompleksowych rozwiązań webowych i mobilnych (portale, aplikacje itp.). Efektem tych prac są nowoczesne, internetowe usługi, jak choćby Polona[1], Cyfrowa Zachęta[2] czy Żydowska Warszawa[3]. Interaktywne i kipiące multimediami portale to jednak nie jedyna korzyść, jaką instytucje odnoszą ze współpracy z profesjonalnymi zespołami grafików i programistów. Oddziaływanie to jest znacznie szersze i – co może wydać się zaskakujące – nie ogranicza się wyłącznie do świata online.

Misja w internecie

Zacznijmy jednak od początku. Internet od dawna jest przestrzenią aktywności instytucji kultury. Niemożliwe wydaje się dziś znalezienie podmiotu, który nie posiadałby swojej strony internetowej. Niełatwo też wskazać muzeum czy dom kultury, które nie prowadziłyby co najmniej jednego konta w najpopularniejszych mediach społecznościowych. Wraz z rozwojem internetu

1 Polona to cyfrowe repozytorium Biblioteki Narodowej. Jego zadaniem jest prezentacja i upowszechnianie zbiorów tej instytucji (www.polona.pl).
2 Cyfrowa Zachęta to portal Zachęty Narodowej Galerii Sztuki. Elementem portalu są m.in. obszerne informacje na temat aktualnej oferty Galerii, cyfrowa kolekcja zbiorów instytucji czy sklep. Portal jest więc zarazem wizytówką i cyfrowym repozytorium Narodowej Galerii Sztuki (www.zacheta.art.pl).
3 Żydowska Warszawa to multimedialny przewodnik on-line, pokazujący polską stolicę przez pryzmat historii jej żydowskich mieszkańców. Portal został przygotowany przez Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN we współpracy z licznym gronem partnerów (www.warsze.polin.pl).

następowała stopniowa ewolucja funkcji, jakie przypisywane są temu medium przez podmioty kulturalne. Sieć, początkowo wykorzystywana wyłącznie w celach informacyjnych, stopniowo zamieniała się w narzędzie promocji, kontaktu z odbiorcami i prowadzenia działań marketingowych, by w końcu stać się pełnoprawną przestrzenią do realizacji misji, zapisanej w statutach poszczególnych instytucji[4]. Dziś powszechna cyfrowa obecność nie jest dla publicznych instytucji kultury wyborem, ale raczej zarządczą koniecznością i społecznym obowiązkiem. Oznacza to, że internet coraz częściej będzie (a właściwie już jest) wykorzystywany przez instytucje kultury do upowszechniania towarzyszących im idei oraz do poszerzania sposobów dostępu do posiadanych przez nie zasobów. W tym sensie niewystarczająca jest już aktywność w sieci, ograniczająca się wyłącznie do promowania tradycyjnej oferty dostępnej w fizycznym gmachu danej instytucji. Niezbędne są natomiast działania ukierunkowane na budowanie kanałów dostępu i upowszechnianie contentu – serca każdej organizacji kulturalnej.

4 Jak rozumieć sformułowanie wskazujące, że internet staje się pełnoprawną przestrzenią do realizacji statutowej misji instytucji? Najlepiej wyjaśnić to na przykładzie Muzeum Powstania Warszawskiego. Jednym z celów działania tej instytucji jest popularyzacja i upowszechnianie dziejów powstania. Wypełniając to zadanie, w 2015 roku Muzeum zdecydowało się (we współpracy z firmą Bright Media) powołać do życia portal Warsaw Rising - interaktywną i stworzoną pod opieką kuratorską wystawę prezentującą losy Warszawy przed II wojną światową, w jej trakcie, podczas powstania warszawskiego oraz po 1945 roku. Strona cieszy się dużym zainteresowaniem odbiorców na całym świecie i do dziś jest kanałem służącym edukacji i podnoszeniu wiedzy społecznej na temat wydarzenia, które ma upamiętniać muzeum.

Trudne początki współpracy z sektorem kreatywnym

Wszystko to prowadzi do wniosku, że instytucje nastawione na rozwój i chcące docierać do nowych odbiorców nie muszą się zdecydować na współpracę z tzw. firmami kreatywnymi odpowiedzialnymi za projektowanie stron internetowych oraz usług cyfrowych. Wspominane wcześniej – Polona, Cyfrowa Zachęta, Żydowska Warszawa czy Warsaw Rising – to jedne z najciekawszych (choć na pewno nie jedynych) polskich przykładów tego typu działań. Stojące za nimi instytucje: Biblioteka Narodowa, Galeria Narodowa Zachęta, Muzeum Historii Żydów Polskich oraz Muzeum Powstania Warszawskiego, nie bały się zaryzykować i zdecydowały się na – często niełatwą – współpracę ze studiami projektowymi. W ich wypadku działania te zakończyły się sukcesem, ale nie zawsze jest to regułą. Zdarza się, że zarządzający instytucjami nie są w pełni zadowoleni z efektów pracy zespołów programistyczno-graficznych. Dlaczego tak się dzieje i co decyduje o sukcesie lub porażce podobnych przedsięwzięć? To pytania, na które trudno jednoznacznie odpowiedzieć. Istnieją jednak pewne ogólne reguły, które pozwalają zwiększyć szanse powodzenia i – jednocześnie – zmniejszyć

ryzyko towarzyszące dużym projektom cyfrowym podejmowanym w instytucjach kultury.

Ryzyko wiąże się najczęściej z niewielkim doświadczeniem we współpracy z programistami. Instytucje zaczynające swoją przygodę ze światem wirtualnym w wielu wypadkach nie znają dobrze możliwości, jakie kryje w sobie internet. Nie oznacza to, że pracownicy kultury są cyfrowymi analfabetami. Należy przez to raczej rozumieć, że logika korzystania z portalu internetowego lub aplikacji mobilnej znacząco różni się od logiki ich projektowania. Będąc wyłącznie użytkownikiem końcowym, nie dostrzega się mnóstwa detali, które ostatecznie decydują o kształcie danego rozwiązania i jego użyteczności. Mało kto zastanawia się choćby, jak powinno wyglądać zaplecze portalu internetowego (tzw. *back-end*), aby w przyszłości jego aktualizowanie odbywało się sprawnie. To detal, ale jego złe zaprojektowanie może zadecydować o tym, że bardzo droga usługa cyfrowa straci możliwość rozszerzenia o nowe treści i z czasem stanie się bezużyteczna. Oczywiście, zwykle tego rodzaju kwestie można wypracować w ramach współpracy z firmą projektową. Co jednak w sytuacji, w której twórca usługi wybierany jest w przetargu, a konieczność kompleksowego zwymiarowania przyszłego rozwiązania następuje już na etapie precyzowania zamówienia publicznego i określania specyfikacji istotnych warunków zamówienia (SIWZ)[5]? Wówczas sytuacja znacznie się komplikuje, a instytucje często zmuszone są do wyciągania lekcji z własnych błędów[6].

Diagnoza i interdyscyplinarność, czyli klucz do sukcesu

Porażki – choć się zdarzają – nie są jednak przeważającym rezultatem współpracy z firmami kreatywnymi. Z każdym rokiem rośnie grono przedsiębiorstw, które wypracowały udane (a często wręcz spektakularne) wdrożenia usług cyfrowych, realizowanych na zlecenie instytucji kultury. Laboratorium EE (m.in. Polona), Huncwot (m.in. Żydowska Warszawa), Bright Media (m.in. Warsaw Rising) czy Moiseum (m.in. aplikacje DailyArt czy Archimapa) – to tylko kilka agencji kreatywnych, które mogą się pochwalić

5 To integralny element towarzyszący zamówieniom publicznym. Zawiera warunki, jakie powinien spełnić wykonawca przyszłego zlecenia, wykaz elementów, jakie powinny znaleźć się w składanej ofercie przetargowej, oraz podstawowe dane dotyczące zamówienia.

6 O tego rodzaju własnych doświadczeniach opowiadali twórcy portalu Wirtualne Muzea Małopolski podczas jednego ze spotkań z cyklu „Dziedzictwo w cyfrze", które odbyły w Krakowie w 2015 roku z inicjatywy portalu ekultura.org. Należy tu jednak raz jeszcze zastrzec, że przygotowywanie zamówienia publicznego na usługi cyfrowe to trudne zadanie. Właściwe i kompleksowe zwymiarowanie oczekiwanego produktu finalnego jest niezwykle skomplikowane, kiedy próbuje się to zrobić jeszcze przed rozpoczęciem procesu projektowego. Instytucje niemające dużego doświadczenia w tej materii – aby przełamać opisywaną trudność – mogą rozważyć skorzystanie z pomocy konsultanta zewnętrznego. Powinny także spróbować tak przygotować przetarg, aby niska cena nie była kluczowym czynnikiem decydującym o wyborze wykonawcy.

znacznym doświadczeniem w tym zakresie. Ich skuteczność nie jest dziełem przypadku. Projektowanie usługi cyfrowej traktują one jako złożony i wieloetapowy proces, a ich realizację ułatwia im zastosowanie coraz popularniejszych metodyk pracy zorientowanych na użytkownika, takich jak *design thinking* (DT) czy *human centered design* (HCD).

Przyjęcie we wspólnej pracy nad usługą jednej ze wskazanych filozofii działania strukturyzuje proces tworzenia nowego rozwiązania i redukuje zakres przypadkowości. Punktem wyjścia do współpracy z klientem są tu szeroka diagnoza i zdefiniowanie problemu. Firma projektowa musi oczywiście określić, jakie są cele i oczekiwania instytucji kultury, która pełni funkcję zleceniodawcy. Przedsiębiorstwa postępujące według założeń DT czy HCD nie ograniczają się jednak do tego. Zakres ich działań diagnostycznych jest znacznie szerszy. Praca studia projektowego z zamawiającym koncentruje się wówczas na pogłębionej analizie misji instytucji oraz grup docelowych, do których adresuje swoje przedsięwzięcia. Tym samym, pracując nad nową usługą cyfrową, pracownicy danego podmiotu muszą przemyśleć i wskazać odpowiedź na fundamentalne dla każdej organizacji pytania: po co istniejemy; do kogo adresujemy nasze działania; kim jest nasz odbiorca; jakie są jego oczekiwania; w jaki sposób odpowiadamy na jego potrzeby i jak moglibyśmy to robić w lepszy sposób?

Praca ukierunkowana na zrozumienie odbiorcy i jego preferencji to punkt wyjścia do dalszego procesu. Można go określić jako niezbędny i kluczowy etap projektowania usługi (nie tylko tej cyfrowej). Dopiero bowiem uzyskanie odpowiedzi na wymienione pytania pozwala we właściwy sposób sformułować problem projektowy, jaki staje przed zespołem pracującym nad opracowaniem i wdrożeniem nowego rozwiązania cyfrowego. Jednocześnie, by uzyskana wiedza oraz wypracowane rozwiązania były wysokiej jakości, do pracy nad usługami cyfrowymi angażuje się najczęściej rozbudowane, interdyscyplinarne zespoły. W ich skład wchodzą programiści, graficy oraz pracownicy instytucji kultury. Przy dużych i złożonych projektach grono to może być powiększane na przykład o specjalistów z zakresu projektowania użyteczności (czyli *user experience*) czy zespoły badawcze, obejmujące socjologów, psychologów czy ekonomistów.

Wielość perspektyw ma sprzyjać różnorodności spojrzeń na problem, jaki próbuje się rozwiązać poprzez uruchomienie usługi cyfrowej. Współpraca w zespołach o tak złożonej strukturze pozwala uzyskać tzw. efekt synergii. Oznacza to, że uczestnicy tego procesu – łącząc swoje doświadczenia – osiągają więcej, niż byliby to w stanie zrobić w pojedynkę. Wymieniając się spostrzeżeniami, spoglądają na projektowane rozwiązanie z wielu stron i – w efekcie – dostrzegają wyzwania, których nie widzieliby samodzielnie.

Opisywane podejście i cała filozofia *design thinking* są dobrze znane osobom, które choć raz spotkały się z Media Labami, czyli instytucjami, gdzie w bezpiecznych warunkach laboratoryjnych eksperymentuje się z nowymi technologiami i nowymi mediami. Kluczowym elementem działań Media Labów jest umożliwienie spotkań osób o różnych doświadczeniach i kompetencjach oraz zachęcanie ich do wspólnej pracy nad rozwiązywaniem problemów za pomocą narzędzi cyfrowych. W tym kontekście Media Laby wydają się dobrym polem do nauki dla instytucji kultury, planujących w przyszłości angażowanie się w profesjonalne i złożone przedsięwzięcia na tym polu.

Użytkownik – największy wygrany współpracy

Połączenie pogłębionej diagnozy, pracy w interdycyplinarnym zespole oraz skupienie się na użytkowniku oraz jego potrzebach to czynniki, które znacząco zwiększają prawdopodobieństwo, że usługi cyfrowe, stanowiące efekt współpracy instytucji kultury i firm kreatywnych, okażą się sukcesem. Warto tu podkreślić, że miarą tego sukcesu mogą być nie tylko wysoka jakość rozwiązania cyfrowego czy duża liczba użytkowników, którzy skorzystają z nowej usługi. Korzyścią, być może kluczową w całym procesie, jest okazja do ponownego przemyślenia i redefinicji roli instytucji kultury, jej misji oraz sposobów jej wypełniania.

Tworzenie usług cyfrowych, bazujące na metodykach *design thinking* czy *human centered design*, zmusza do sformułowania pytań, które mimo oczywistego charakteru (a może właśnie dlatego), nie zawsze są zadawane na co dzień w organizacjach. Można tu powtórzyć zadane już wcześniej pytania (choć nie jest to oczywiście zamknięta lista): po co istniejemy, do kogo adresujemy nasze działania, kim jest nasz odbiorca, jakie są jego oczekiwania, w jaki sposób odpowiadamy na jego potrzeby i jak moglibyśmy to robić w lepszy sposób?

Kwestie te, początkowo rozstrzygane w kontekście zaprojektowania cyfrowej obecności instytucji kultury, okazują się kluczowe także dla świata fizycznego i zasad codziennego funkcjonowania materialnej instytucji kultury. W obu wypadkach mowa przecież o usługach dla publiczności. Zwraca na to uwagę Chad Coerver, dyrektor odpowiedzialny za kreowanie marki w internecie (CCO, *chief content oficer*) w San Franciscko Museum of Modern Art. W głośnym tekście *„On Digital Content Strategy"*[7] zwraca on uwagę, że współczesna instytucja kultury nie może tworzyć dwóch strategii realizacji swojej misji – cyfrowej i fizycznej. Oba te światy muszą tworzyć spójną całość w ramach jednej wizji myślenia o instytucji. Tak jak rzeczywistości wirtualna i materialna coraz bardziej przeplatają się ze sobą bez znaczącej

7 Zob. Coerver C., *On Digital Content Strategy*, www.sfmoma.org/read/on-digital-content-strategy/

różnicy dla użytkownika, tak też niezauważalnie przeplatać się powinny sposoby upowszechniania idei i zasobów instytucji kultury.

Tym samym tworzenie usługi cyfrowej to świetna okazja do wplecenia także do tradycyjnych działań koncentracji na użytkowniku , a współpraca z firmami kreatywnymi to w tym kontekście katalizator i dobra lekcja nowego podejścia do kształtowania oferty w instytucjach kultury. Podejścia, którego końcowym efektem jest postawienie konsumenta kultury w roli klienta i kluczowego zasobu instytucji. Takie postrzeganie roli odbiorcy może skutkować następnie na przykład: (I) zmianą godzin otwarcia instytucji; (II) stworzeniem cyklu seansów kinowych dla matek z małymi dziećmi; (III) oznaczeniem w muzeach miejsc, z których można wykonać najlepsze zdjęcie, czy w końcu (IV) zaproszeniem grupy dzieci do stworzenia czasowej wystawy muzealnej. Ostatecznie wszystkie te działania – zarówno cyfrowe, jak i fizyczne – mają przecież jeden cel: realizacja misji instytucji i docieranie z jej przekazem do jak największej liczby odbiorców.

ŁUKASZ MAŹNICA **– doktorant na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, gdzie rozwija swoje zainteresowania związane z ekonomią kultury oraz zarządzaniem publicznym. Zawodowo związany z Fundacją Warsztat Innowacji Społecznych, gdzie m. in. pełni funkcję członka zarządu i odpowiada za rozwój projektu ekultura.org, ukierunkowanego na promowanie cyfrowych zasobów kultury i możliwości ich ponownego wykorzystania.**

JAK TWORZYĆ CYFROWE PROJEKTY? KILKA WSKAZÓWEK I TECHNIK DOTYCZĄCYCH PROJEKTOWANIA.

Tworzenie nowych usług i produktów jest procesem wieloetapowym

PAMIĘTAJ!

- Projektowanie jest procesem dynamicznym i kreatywnym.
- Wdrożenie nowego produktu/ usługi może wymagać zmian organizacyjnych.
- Warto stosować odpowiednie metodyki zarządzania projektami.
- Czasami nowa inicjatywa rozwija lub ulepsza po prostu istniejące rozwiązanie.
- Proces może być realizowany w krótkich, powtarzających się okresach.
- Warto dokumentować cały proces projektowy.

KROKI PROCESU PROJEKTOWEGO

1. EKSPLOROWANIE

CEL: Poznanie użytkowników

- w kontekście ich potrzeb
- w kontekście ich problemów

Bogate źródło inspiracji !

1.1. Poznanie kontekstu

- Przedyskutowanie pomysłu
- Poszerzanie swojej wiedzy
- Systematyczna analiza
- Określenie ram projektu

1.2. Zidentyfikowanie i poznanie odbiorców

- Zrozumienie odbiorców
- Gromadzenie informacji
- Obserwowanie użytkowników
- Przeprowadzanie wywiadów
- Wykorzystywanie person

2. DEFINIOWANIE

CEL: Zdefiniowanie co ma powstać

- Zdefiniowanie zakresu i celów
- Dlaczego odbiorcy będą korzystać?
- Jakie inne cele zostaną osiągnięte?

3. PROJEKTOWANIE, TESTOWANIE I WERYFIKOWANIE ROZWIĄZAŃ

CEL: Zaprojektowanie rozwiązania

- Dynamiczny i kreatywny etap
- Proponowanie różnych pomysłów
- Tworzenie różnego rodzaju prototypów
- Wykorzystywanie różnych metod i technik

4. WDRAŻANIE I EWALUACJA

CEL: Wdrożenie funkcjonującego rozwiązania oraz jego ewaluacja

- Wdrażanie to wymagający proces
- Utrzymanie rozwiązania i monitorowanie jakości
- Ewaluacja wdrożenia i całego projektu

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.
Dofinansowano ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.
Pracownia Nowych Mediów
Instytut Kultury Miejskiej
GDAŃSK miasto wolności
Jadzka Rysuje

MAGDALENA LAINE-ZAMOYSKA

Jak tworzyć cyfrowe projekty? Kilka wskazówek i technik dotyczących projektowania

Tworzenie nowych usług i produktów jest wieloetapowym procesem. W zależności od stosowanego podejścia czy metodologii proces ten może być podzielony na etapy, jednak w dużym stopniu logika postępowania jest podobna dla nich wszystkich. W niniejszej pracy przedstawiono poszczególne kroki procesu projektowego, a także wskazano metody i techniki, które są często wykorzystywane w procesie projektowym. Przy ich doborze należy wziąć pod uwagę specyfikę i cele przedsięwzięcia, organizacji i odbiorców.

Samodzielnie realizując cyfrowy projekt lub współpracując z zewnętrznymi konsultantami i wykonawcami, należy pamiętać o kilku kwestiach:

- projektowanie jest procesem dynamicznym i kreatywnym. Warto włączyć do zespołu projektowego osoby z różnych dyscyplin, pełniących różne funkcje w organizacji w kontekście tworzonego produktu lub usługi. Podczas pracy zespołowej warto zastosować odpowiednie techniki, które ułatwiają współpracę, pomagają w kreatywnym i efektywnym działaniu;
- wdrożenie nowego produktu/usługi może wymagać zmian organizacyjnych, dlatego warto się do tego przygotować i odpowiednio to zaplanować;
- w projekcie nie wszystkie aspekty można z góry określić lub przewidzieć, a to wiąże się z ryzykiem. Dlatego warto zastosować odpowiednie metodyki zarządzania projektami. Podczas planowania projektu należy uwzględnić poszczególne etapy procesu projektowego;
- jeżeli chcemy, aby projekt stawiał w centrum użytkownika, należy go włączyć we wszystkie etapy procesu projektowego (tzw. projektowanie zorientowane na użytkownika);
- czasami nowa inicjatywa nie ma na celu stworzenie nowego rozwiązania, a jedynie jego rozwinięcie lub ulepszenie. W takiej sytuacji proces projektowy należy odpowiednio zmodyfikować, a na poszczególnych jego etapach weryfikować obecne rozwiązanie;
- proces może być iteracyjny, czyli realizowany w krótkich, powtarzających się cyklach. Dzięki temu z każdym cyklem zdobywa się więcej wiedzy i tym samym przybliża do osiągnięcia rezultatu;

▶ warto dokumentować cały proces projektowy. Ułatwi to osobom spoza instytucji lepsze zrozumienie projektu i ułatwi współpracę, a samej organizacji – realizację i ewaluację podjętych działań.

Eksplorowanie

Najważniejszym celem tego etapu jest poznanie odbiorców projektowanego produktu/usługi, a także kontekstu, w którym będzie funkcjonować. W wypadku tworzenia zupełnie nowego produktu/usługi warto poznać odbiorców w kontekście ich potrzeb i problemów. W tym celu można wykorzystać różnego rodzaju metody, z których powszechnie stosuje się wywiad i obserwację. Poznawanie kontekstu i odbiorców stanowi bogate źródło inspiracji, ale przede wszystkim umożliwia stworzenie takich rozwiązań, które są przydatne lub lubiane przez ich użytkowników. Nie zawsze istnieje możliwość lub konieczność przeprowadzenia szeroko zakrojonych badań dotyczących odbiorców lub rynku, jednak organizacja może mieć dużą wiedzę i bliski kontakt ze swoimi odbiorcami, dlatego wiele działań można przeprowadzić samodzielnie. Na tym etapie ważne są empatia i chęć poznania odbiorców.

→ Poznawanie kontekstu

▶ Warto rozpocząć od przedyskutowania pomysłu i zastanowienia się, ile organizacja wie na ten temat.

▶ Należy poszerzyć swoją wiedzę przez dokonanie przeglądu podobnych, ale już istniejących rozwiązań. Systematyczna analiza pozwoli na zidentyfikowanie cech tych rozwiązań, a także na wybranie projektów, które odniosły sukces lub nie. Krytyczne odniesienie się do zebranych rozwiązań umożliwi dalszy rozwój własnego pomysłu. Bardzo ważne jest także zastanowienie się, kim są użytkownicy tych rozwiązań, dlaczego korzystali z tych produktów/usług lub nie.

▶ Należy także określić ramy projektu, w tym wszystkie ograniczenia, które mogą mieć lub będą miały wpływ na realizację projektu.

→ Zidentyfikowanie i poznanie odbiorców

▶ Jednym z najważniejszych aspektów każdego przedsięwzięcia jest zrozumienie odbiorców projektu, czyli użytkowników nowego produktu/usługi. Jest to szczególnie ważne, ponieważ nowy produkt lub nowa usługa będą odgrywały określoną rolę w ich życiu. W zależności od tego, czy spełni ich oczekiwania i pomoże im zrealizować ich cele, zależy sukces całego przedsięwzięcia.

▶ W celu zrozumienia odbiorców należy zgromadzić jak najwięcej informacji na ich temat. W zależności od specyfiki

przedsięwzięcia i organizacji warto włączyć do działań osoby, które na co dzień pracują z obecnymi lub przyszłymi odbiorcami.

- Warto obserwować zachowania użytkowników, żeby zrozumieć, jak wykorzystują dany produkt/usługę, w jakim celu i jakie odczucia wywołuje doświadczanie produktu/usługi.
- Jeżeli jest taka możliwość, warto obserwacje uzupełnić rozmowami, czyli przeprowadzić wywiady z użytkownikami.
- Podczas pracy nad określaniem odbiorców warto wykorzystać narzędzie określane jako persona. Persona jest modelem użytkownika, wykorzystywanym przede wszystkim w projektowaniu cyfrowych rozwiązań. Jest to reprezentacja grupy odbiorców, którzy charakteryzują się wspólnymi cechami. Opis danej persony tworzy się na podstawie posiadanej wiedzy na temat odbiorców (m.in. dane ilościowe i jakościowe, np. zebrane podczas wywiadów lub prac zespołu projektowego). W opisie zamieszcza się przede wszystkim wzorce zachowań, cele, umiejętności, wartości, potrzeby i motywacje w odniesieniu do powstającego rozwiązania. Przy powstawaniu produktów lub usług tworzy się zazwyczaj kilka person (ok. 3–6), które w kolejnych cyklach lub etapach projektu są weryfikowane i uzupełniane. Persony ułatwiają pracę całego zespołu projektowego i umożliwiają ciągłą weryfikację, czy tworzone rozwiązanie będzie spełniać oczekiwania i odpowiadać na potrzeby jego użytkowników.
- Na tym etapie szczególnie ważna jest otwartość na wszelkiego rodzaju zachowania. Warto skupiać się także na nietypowych sposobach korzystania z produktu/usługi. Może to pomóc zidentyfikować te obszary, które są podatne na innowacje.

Definiowanie

Celem tego etapu jest wstępne zdefiniowanie tego, co ma powstać w ramach projektu. Należy w nim wykorzystać całą wiedzę zebraną w poprzednim etapie do zdefiniowania zakresu projektu.

- Należy zdefiniować zakres i cele projektu z perspektywy użytkowników, a także organizacji.
- W kolejnym kroku dla każdej z person należy określić, dlaczego będą korzystali z produktu/usługi, czyli poznać wymagania użytkowników w kontekście wykonywanych czynności lub operacji podczas korzystania z produktu/usługi.
- Należy także stwierdzić, jakie inne cele użytkowników będą osiągnięte podczas korzystania z produktu/usługi. Mogą się odnosić na przykład do odczuć użytkowników lub realizacji ich potrzeb.
- Na tym etapie warto wielokrotnie wracać do opisów użytkowników i weryfikować, czy proponowane rozwiązanie odpowiada ich potrzebom i motywacjom.
- Do oceny całego przedsięwzięcia istotne jest też określenie kluczowych wskaźników efektywności. Dzięki temu będzie można ocenić, czy projekt realizuje założone cele.

Projektowanie, testowanie i weryfikowanie rozwiązań

Ten etap ma na celu zaprojektowanie rozwiązania, które zostało wstępnie zdefiniowane w poprzednim etapie oraz weryfikację tych rozwiązań. Dzięki temu wdrażane w kolejnym etapie rozwiązanie będzie gruntownie przetestowane i w razie potrzeby przeprojektowane, tak aby jak najlepiej spełniać oczekiwania i odpowiadać na potrzeby użytkowników.

▶ Jest to bardzo dynamiczny i kreatywny etap, podczas którego zespół projektowy tworzy rozwiązania do zdefiniowanych wcześniej wymagań.

▶ Podczas tego etapu można wykorzystywać wiele rodzajów technik, na przykład umożliwiających wizualizację rozwiązań. W wielu wypadkach łączenie różnego rodzaju technik pozwala efektywnie pracować całemu zespołowi. Warto pamiętać, że podczas sesji mających na celu generowanie pomysłów nie należy od razu zadowalać się tymi, które są wymienione jako pierwsze. Lepiej zaproponować wiele różnych pomysłów, z których zostaną wybrane najlepsze. Wyselekcjonowane pomysły są dalej rozwijane. Na tym etapie można tworzyć różnego rodzaju prototypy, które mają demonstrować na przykład działanie produktu/systemu lub to, jak jest odczuwany. Jest to bardzo ważne, ponieważ dzięki temu można weryfikować i wybierać najlepsze lub najbardziej pożądane cechy rozwiązania końcowego.

▶ Tworzenie prototypów jest też szczególnie ważne w kontekście użytkowników. Prototypy umożliwiają testowanie i sprawdzanie, czy prawidłowo zdefiniowaliśmy potrzeby i oczekiwania odbiorców oraz czy zaproponowane rozwiązania na nie odpowiadają. Forma prototypu zależy od rodzaju projektowanego rozwiązania.

▶ Na tym etapie może być wykorzystanych wiele różnych metod i technik z różnych obszarów – na przykład z obszaru projektowania usług (*service design*). Przydatne mogą być takie metody i techniki jak: różnego rodzaju prototypowanie, scenorys (*storyboards*), plan działania usługi (*service blueprint*), podróż klienta (*customer journey*), LEGO Serious Play czy techniki wykorzystywane przez dizajn uczestniczący (*participatory design*).

▶ Wiedza uzyskana z ewaluacji stanowi podstawę do zaproponowania pierwszej wersji rozwiązania, które ma powstać i być wdrożone. Dopiero na tym etapie można precyzyjnie zdefiniować cechy rozwiązania końcowego.

Wdrażanie i ewaluacja

Celem tego etapu są wdrożenie funkcjonującego rozwiązania oraz jego ewaluacja.

▶ Wdrażanie jest bardzo wymagającym etapem, który może być bardzo skomplikowany od strony technicznej i organizacyjnej. W trakcie prac rozwiązanie jest też wielokrotnie testowane, co jest bardzo pracochłonne.

- Wdrażanie wymaga pełnej gotowości do utrzymania rozwiązania oraz monitorowania jakości produktu/usługi.
- Na tym etapie produkt/usługa są w pełni weryfikowane, dlatego szczególnie ważne jest obserwowanie zachowań i doświadczeń użytkowników. Należy starać się zidentyfikować zarówno udane aspekty, jak i nieudane.
- Należy przeprowadzić ewaluację zarówno wdrożonego rozwiązania, jak i całego projektu. Uzyskane podczas ewaluacji wnioski należy wykorzystać do dalszego rozwoju produktu/usługi lub przy tworzeniu kolejnych projektów.

Podsumowanie

Projektowanie nowych produktów lub usług jest wieloetapowym procesem, który wymaga współpracy specjalistów z wielu różnych dyscyplin, a także włączenia odbiorców w cały proces. W zależności od celów i specyfiki realizowanego przedsięwzięcia na każdym z etapów należy dobrać odpowiednie metody i techniki. Dzięki temu można odpowiednio zdefiniować cele i zakres całego przedsięwzięcia, poznać i zrozumieć jego odbiorców, a także zaprojektować i przetestować rozwiązania. Wielokrotne weryfikowanie własnych założeń z użytkownikami pozwala na rozwinięcie rozwiązań, które są przez nich oczekiwane i z których chcą korzystać.

Materiały uzupełniające:

1| Bitner M. J., Ostrom A. L., Morgan F. N. (2008). Service blueprinting: a practical technique for service innovation. „California management review" nr 50, s. 66–94, www.ida.liu.se/divisions/hcs/ixs/material/servicedesignGbg10/1%20Methods%20and%20techniques/ServiceBlueprinting.pdf.
2| Cooper A. (2004). The inmates are running the asylum: Why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity. Sams, Indianapolis.
3| Creating Personas, Eeva Ilama (2015). UX Booth. www.uxbooth.com/articles/creating-personas/.
4| Kristiansen P., Rasmussen R. (2014). Building a better business using the Lego Serious Play method. John Wiley & Sons, Hoboken.
5| Mościchowska I., Rogoś-Turek B. (2015). Badania jako podstawa projektowania user experience. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
6| Nielsen L. (2014). „Personas", [w:] Soegaard M., Dam R.F. The Encyclopedia of Human-Computer Interaction. 2 edition The Interaction Design Foundation, Aarhus. www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/personas.
7| Open Source, Open Access Literature, The Interaction Design Foundation. www.interaction-design.org/literature.
8| Service design tools. www.servicedesigntools.org.
9| Service Design fundamentals: business perspective, UDEMY. www.udemy.com/service-design-fundamentals-business-perspective/.

10| Service Blueprint, Learning Space Toolkit.
www.learningspacetoolkit.org/services-and-support/service-blueprint/.
11| Service Blueprint, Service Design Wiki.
www.servicedesign.wikispaces.com/Service+Blueprint.
12| Shinkins S., Hollins B. (2013). Zarządzanie usługami.
Projektowanie i wdrażanie. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
The LEGO® Serious Play. www.lego.com/en-us/seriousplay.

MAGDALENA LAINE-ZAMOYSKA – Ukończyła etnologię i antropologię kulturową na Uniwersytecie Adama Mickiewicza w Poznaniu. Od 2008 doktorantka na Uniwersytecie w Jyväskylä w Finlandii. Działała w nordyckiej inicjatywie NODEM – Network of Design and Digital Heritage. Współpracuje z Narodowym Instytutem Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów przy projektach związanych z digitalizacją i udostępnianiem zbiorów.

Ilustracja na str. 34: *Jak tworzyć projekty cyfrowe*, infografika, Natalia Klonowska, jadzkarysuje.pl.

PRAKTYCZNIE
– mamy się czym pochwalić – rozmowy z przedstawicielami gdańskich publicznych instytucji kultury

Gdańskie Archiwum Państwowe

Wywiad z Pawłem Tarełko, kierownikiem Oddziału VI – Informatyzacji, digitalizacji i reprografii w Gdańskim Archiwum Państwowym.



Karta meldunkowa. Prezydium Policji w Gdańsku, zespół 147, sygnatura 7449, sygnatura jednostki 0126, 1840–1945, zbiór Archiwum Państwowego w Gdańsku.

> **Zależy nam na tym aby pokazywać nasze zbiory w ciekawy sposób tak aby zainteresować nimi jak największą liczbę odbiorców. Mamy świadomość ich wartości i chcemy aby jak najwięcej osób również mogło je zobaczyć.**

W wyniku zawirowań historycznych wielu mieszkańców Pomorza emigrowało. Z różnych przyczyn i w różnych momentach. Teraz oni sami lub ich rodziny poszukują informacji o swoich przodkach. Po księgach adresowych, udostępnianych przez PAN Bibliotekę Gdańską, karty meldunkowe i akta Prezydium Policji w Gdańsku z gdańskiego Archiwum Państwowego należą z pewnością do najbardziej poszukiwanych danych. Ich dostępność online jest dla użytkowników z całego świata ogromnym ułatwieniem. Czy posiadacie Państwo dane, jak wiele osób korzysta z tych zbiorów cyfrowych?

PAWEŁ TAREŁKO: Na dziś nie posiadamy szczegółowych danych o użytkownikach korzystających z zasobu Archiwum Państwowego w Gdańsku, zamieszczonego w sieci. Zasób jest umieszczony na portalu szukajwarchiwach.pl, gromadzącego jest 805 instytucji, który dziennie odwiedza około 5 tys. użytkowników.

Instytucja Archiwum się rozwija. Po inwestycjach w infrastrukturę przyszedł czas na technologię i media. Od końca 2016 roku możemy korzystać z serwisu Pomorze Cyfrowe (cyfrowepomorze.pl). Jakie zbiory można tam zobaczyć?

PT: Publikujemy zasób archiwalny na wzór biblioteki cyfrowej wzbogaconej o blog historyczny. Udostępniamy głównie dokumenty, takie jak księgi Urzędu Stanu Cywilnego, fotografie, mapy, plany itd. Serwis skierowany jest do wszystkich zainteresowanych zbiorami Archiwum, czyli w szczególności do osób interesujących się historią miasta i jego mieszkańcami. Dodatkowo prowadzimy blog ekspercki. Zależy nam na tym, aby pokazywać nasze zbiory w ciekawy sposób, tak aby zainteresować nimi jak największą liczbę odbiorców. Mamy świadomość ich wartości i chcemy, aby jak najwięcej osób również mogło je zobaczyć. W wypadku części zbiorów staramy się o uregulowanie kwestii prawnoautorskich, aby móc legalnie i na otwartych zasadach je udostępnić – tak jest na przykład w wypadku bardzo ciekawego zbioru fotogramów „RYSIA" Mariana Dobrzykowskiego z Gdańska z lat 1945–1950 (nr zespołu APG: 1579), który jest zdigitalizowany, ale na razie dostępny jest jedynie w pracowni naukowej Archiwum.

Interesujący jest wątek bloga eksperckiego. To popularna praktyka w instytucjach kultury, która często towarzyszy

kolekcjom online i uzupełnia je o wiedzę merytoryczną. Czy będą go prowadzić pracownicy Archiwum, a może planujecie współpracę z osobami z zewnątrz?

PT: Pierwsze wpisy na blogu należą do pracowników merytorycznych Archiwum, którzy z przyjemnością dzielą się ciekawostkami i wiedzą z szerszym gronem odbiorców. To zrozumiałe, że chcemy wykorzystać ich ogromną wiedzę historyczną, genealogiczną. Jesteśmy też otwarci na współpracę z ekspertami z zewnątrz. Zapraszamy do kontaktu.

Z pewnością nowy portal będzie wymagał nowych treści. Co planujecie digitalizować i udostępniać w dalszej kolejności?

PT: Nasze zbiory są bardzo wielowątkowe i ogromne. Mamy szeroko zakrojone plany na najbliższe lata. Zaplanowaliśmy zeskanowanie między innymi części akt Prezydium Wojewódzkiej Rady Narodowej w Gdańsku, części akt Komitetu Wojewódzkiego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej w Gdańsku, części akt Stoczni Gdańskiej im. Lenina w Gdańsku, kolekcję fotografii redaktora Marka Zarzeckiego z Gdańska i pozostałą część kartoteki meldunkowej miasta Gdańska. Zachęcamy do śledzenia naszych stron internetowych, a także do odwiedzin w siedzibach Archiwum w Gdańsku i Gdyni.

Centrum Hewelianum

Wywiad z Lucyną Rokitiańską – kierowniczką Działu Marketingu i Komunikacji Centrum Hewelianum, absolwentką studiów w dziedzinie PR, pomysłodawczynią i organizatorką przedsięwzięć związanych z kulturą oraz sportem



Roboty wykorzystywane podczas zajęć „Jak myśli robot”, Fot. Centrum Hewelianum

Centrum Hewelianum ma dwóch nowych, bardzo zaawansowanych technologicznie mieszkańców. Grają w piłkę z dziećmi, ćwiczą tai-chi, uczą matematyki, mają łaskotki, a ich emocje zdradza... kolor ich oczu! PING i PONG to dwa roboty Centrum Hewelianum.

Centrum Hewelianum jest instytucją, która co prawda znajduje się w centrum Gdańska, jest to natomiast dość niedostępne miejsce – Góra Gradowa. Dotarcie do was jest przez to nieco utrudnione, choć może się mylę. Czym jest dla was otwartość instytucji kultury? Czy Centrum Hewelianum jest skierowane do każdego użytkownika?

Lucyna Rokitiańska: Otwartość w wielu wymiarach to jeden z wyróżników gdańskiego centrum nauki! Spójrzmy na samo położenie – Centrum Hewelianum jest usytuowane na terenie ponad 20 hektarów obejmujących zabytki architektury militarnej, pofortyczny park i najpiękniejsze w Gdańsku punkty widokowe. Warto podkreślić, że cały ten malowniczy teren jest w pełni otwartą przestrzenią rekreacyjną. Mimo to teren ten ma znaczne przewyższenia, co może utrudniać poruszanie się po nim. Osobom ze znaczącymi ograniczeniami ruchowymi zadedykowaliśmy specjalną wystawę „Hewelianum bez barier". Jest to bezpłatna ekspozycja, usytuowana w obiekcie, do którego każdy może dotrzeć i co najważniejsze – doskonale prezentuje nie tylko historię tego miejsca, ale także zabytkowe obiekty. Na wystawie można zobaczyć film animowany o dziejach Góry Gradowej, eksplorować teren fortu poprzez makiety z brązu, a nawet... spotkać ducha Góry Gradowej. Teren Centrum Hewelianum może więc poznać każdy!

Innym aspektem otwartości jest oferta Centrum Hewelianum. Indywidualizujemy atrakcje adresowane do dzieci, młodzieży czy dorosłych. Interaktywne wystawy są na tyle różnorodne, że dorośli, którzy mają na przykład zacięcie podróżnicze, odkrywają na wystawie „Dookoła Świata" miejsca, których nie mieli możliwości odwiedzić. Kto z nas miał okazję dotrzeć na biegun i wejść do igloo czy na przykład poczuć na własnej skórze siłę huraganu w Australii? W Centrum Hewelianum mamy także wyjątkową pracownię naukowo-dydaktyczną dedykowaną wyłącznie studentom oraz młodzieży ponadgimnazjalnej. Taka różnorodność sprawia, że osoby w każdym wieku odnajdują tutaj propozycję dla siebie i to jest najważniejszy aspekt otwartości Centrum Hewelianum – centrum nauki dla każdego!

Kojarzycie się z nowoczesnością i technologiami. Wasze wystawy pełne są urządzeń i najnowszych rozwiązań, które

prezentują świat nauki w atrakcyjny sposób. Z całej oferty trudno wybrać najlepsze przykłady – mimo wszystko spróbujmy. Jeśli mielibyście przedstawić dwa, co by to było?

LR: To bardzo trudne pytanie, ponieważ na każdej z czterech interaktywnych wystaw Centrum Hewelianum znajdują się stanowiska wykorzystujące *video-mapping*, roboty, sterowanie gestami, czy nawet autorskie rozwiązania technologiczne. Dzięki temu można przymierzać historyczne mundury lub strzelać z armaty, oczywiście w rzeczywistości wirtualnej! Przykładów jest kilkadziesiąt, ale skoro mamy dokonać wyboru tylko dwóch, to może niech będą to najnowsze propozycje. Od tego roku Centrum Hewelianum ma dwóch nowych, bardzo zaawansowanych technologicznie mieszkańców. Grają w piłkę z dziećmi, ćwiczą tai-chi, uczą matematyki, mają łaskotki, a ich emocje zdradza... kolor ich oczu! PING i PONG to dwa roboty Centrum Hewelianum, których wielkość można porównać do kilkuletniego dziecka, ale umiejętnościami oczarowują one także dorosłych. Sam fakt, że mówią w dziewiętnastu językach robi duże wrażenie, prawda? Odwiedzający Centrum Hewelianum mieli okazję poznać PINGA i PONGA w trakcie zimowych ferii. Roboty pojawiają się także podczas okazjonalnych wydarzeń organizowanych cyklicznie w Centrum Hewelianum.

Pozostając w obszarze robotyki, warto przedstawić drugi przykład – armię maleńkich robotów. Te urocze urządzenia uczą w Hewelianum dzieci i młodzież tajników programowania. Kolory linii, po których poruszają się roboty są odczytywane przez nie jako komenda. Dzieci biorące udział w zajęciach „Jak myśli robot?" projektują własne plansze, dzięki czemu samodzielnie decydują, gdzie, z jaką szybkością i w jakim kierunku robot będzie się poruszał! Warto jednak pamiętać, że najnowsze technologie wykorzystują nie tylko wymienione przykłady, ale również wszystkie propozycje Centrum Hewelianum – od interaktywnych wystaw po zajęcia edukacyjne dla grup szkolnych.

Dlaczego w tak dużym stopniu korzystacie z nowych technologii? Czy analogowe wystawy nie mają według was żadnych szans dotarcia do odwiedzających?

LR: W Centrum Hewelianum korzystamy ze wszystkich dostępnych rozwiązań technologicznych, ale nie negujemy tradycyjnego podejścia do tworzenia wystaw. Wszystko zależy od charakteru instytucji i tego, co chce zaprezentować. Rolą Centrum Hewelianum jest oczarować, zachwycić i rozbudzić ciekawość świata! Chcemy pozostawić naszych odwiedzających z chęcią odkrywania, eksperymentowania, sięgania po więcej w każdej dziedzinie nauki. A nauka to przecież nowe technologie, rozwój, osiągnięcia. Traktujemy więc nowe technologie jako narzędzie, które w połączeniu z autorską koncepcją daje efekty w postaci nieza-

pomnianych wrażeń osób nas odwiedzających. Tych niezwykłych wrażeń nie wywołuje jednak wyłącznie zastosowanie najnowszych rozwiązań. Wyjątkowość miejsca i jego unikatowość także sprawiają, że na długo – a niekiedy na zawsze – zapada nam ono w pamięci. I tego życzymy wszystkim – aby w kolekcji swoich wspomnień mieli jak najwięcej takich wyjątkowych miejsc. Mamy także nadzieję, że znajdzie się tam przestrzeń dla Centrum Hewelianum.

Europejskie Centrum Solidarności

*Wywiad z **Jackiem Kołtanem**, zastępcą dyrektora ds. naukowych w Europejskim Centrum Solidarności; filozofem i politologiem. Jako zastępca dyrektora ds. naukowych kieruje Wydziałem Myśli Społecznej w Europejskim Centrum Solidarności w Gdańsku.*



Strajk sierpniowy w Stoczni Gdańskiej im. Lenina, fot. Stanisław Szukalski, 1980, zbiory ECS

Po pierwszych czterech miesiącach współpracy z Repozytorium CEON, Lectorium czy Biblioteką Otwartej Nauki, w których zdeponowaliśmy nasze publikacje, liczba ich pobrań przekroczyła 3,5 tysiąca. Do naszych publikacji zaglądali czytelnicy z całego świata – z Francji, Niemiec, Włoch, Austrii, ale też z Tajwanu, Izraela czy Australii. Ciężko wyobrazić sobie model dystrybucji księgarskiej, który zapewniłby taki zasięg w tak krótkim czasie, przy tak minimalnym nakładzie środków.

Europejskie Centrum Solidarności (ECS) funkcjonuje od 2008 roku, a w nowej, obecnej siedzibie od 2014 roku. Jesteście nową instytucją. Zajmujecie się ważnym, nie tylko dla Gdańska, wątkiem narodzin Ruchu „Solidarność" i idei solidarnościowych, tworzycie przestrzeń dla ludzi i idei służących budowaniu i rozwojowi społeczeństwa obywatelskiego, miejsce spotkań dla tych, którym droga jest przyszłość świata. Wasze przesłanie jest uniwersalne, kierujecie je do odbiorców z całego świata. Taka wizja niejako determinuje politykę otwartości. Co dla Europejskiego Centrum Solidarności oznacza otwartość w instytucji kultury?

JACEK KOŁTAN: Wychodzimy z założenia, że publiczna instytucja korzystająca z publicznych pieniędzy powinna móc zaoferować jak najszerszemu gronu odbiorców własną działalność, w tym efekty prac badawczych i działań archiwizacyjnych. Internet daje dziś nieograniczone możliwości realizacji tak rozumianej publicznej misji instytucji kultury, warto więc z nich korzystać, na ile tylko pozwalają nam na to uwarunkowania prawno-autorskie. Praktycznie oznacza to wydawanie na wolnych licencjach książek, w których wypadku dysponujemy prawami autorskimi, a także podpisywanie umów z laureatami naszego konkursu na najlepszą pracę naukową, które zakładają upowszechnienie ich utworu właśnie na wolnych licencjach.

Chcemy promować kulturę otwartych zasobów i systematycznie udostępniać prace naukowe wydane dotąd w Europejskim Centrum Solidarności. Kompleksowo przygotowujemy wydawane materiały edukacyjne i naukowe tak, żeby można je było wydać w ramach Creative Commons. Przed nami rozmowy z autorami, których prace publikowaliśmy dotychczas, a obecnie chcielibyśmy je uwolnić. Prowadzimy także badania nad możliwością uwolnienia innych materiałów archiwalnych dostępnych w ECS. Chcemy też, żeby nasza działalność miała funkcję edukacyjną i stanowiła dla innych przykład sposobu uwalniania zasobów. I tak, na przykład corocznie ogłaszany konkurs na najlepszą pracę

naukową kończy się podpisaniem ze zwycięzcami umowy, w której obie strony, czyli autor/autorka książki i wydawca zobowiązują się do opublikowania pracy na zasadach wolnej licencji. Dzięki takim działaniom chcemy się przyczynić do popularyzacji polityki otwartościowej i przyjęcia jej jako naturalnego elementu działalności instytucji publicznych. Ci, z którymi dziś współpracujemy, a jest to zazwyczaj młoda generacja naukowców, chętnie przystają na takie rozwiązanie. Zdarza się też, że dotychczasowi autorzy zapewniają, że po sprzedaży większej części nakładu książki, gotowi są zgodzić się na jej umieszczenie w otwartych zasobach. Z pomocą przychodzi nam także Koalicja Otwartej Edukacji, której jesteśmy członkiem i w której ramach rozwijamy i propagujemy kulturę otwartościową.
Zamierzamy poszerzać tak dalece, jak to możliwe, rozpoczęty proces uwalniania dostępnych w Centrum zasobów. W planach mamy szkolenia pracowników i rozwijanie polityki otwartościowej tak, żeby stała się ona ważnym elementem naszej codziennej pracy.

Do niestandardowych działań Europejskiego Centrum Solidarności należy też współpraca z największą internetową encyklopedią - Wikipedią. Jakie są powody tej decyzji i jak wygląda współpraca?

JK: Współpracujemy ze stowarzyszeniem Wikimedia Polska, realizując dwa cele – uzupełnianie Wikipedii i wprowadzanie materiałów do zasobów Wikimedia Commons. Są to dwa źródła informacji, z których najczęściej korzystają internauci, szczególnie ci spoza środowisk naukowych.

Wikipedia jako internetowa encyklopedia oparta na zasadach otwartości, tworzona w czasie rzeczywistym przez użytkowników, ma jednak na jeden problem – niska wiarygodność niektórych informacji. Dlaczego więc tego nie naprawić? Postanowiliśmy, że będziemy systematycznie uzupełniać i wprowadzać nowe hasła dotyczące tematyki nam najbliższej – czyli historii „Solidarności", działalności opozycyjnej w Europie Środkowej i Wschodniej, kultury niezależnej, drugiego obiegu wydawniczego itd. Powstał specjalny Wikiprojekt GLAM. Informacje opracowuje i wprowadza przeszkolony zespół pracowników ECS. Bazujemy na źródłach i materiałach, do których mamy dostęp. Dbamy o wysoki poziom tworzonych haseł, opatrujemy je przypisami, podajemy źródła, linkujemy zasoby, do których użytkownik może dotrzeć, jeśli chce pogłębić wiedzę na dany temat. W przyszłości planujemy zaangażować również czytelników biblioteki ECS i współpracujących z nami wolontariuszy – dając im narzędzia techniczne i ucząc ich edycji haseł, skryptu. Pod naszą opieką merytoryczną będą mogli sami uzupełniać tę internetową encyklopedię, między innymi

na podstawie materiałów zgromadzonych w naszej instytucji. Bardzo ważnym elementem tego procesu jest wspominania wcześniej współpraca przy uwalnianiu materiałów w Wikimedia Commons. Siostrzany projekt Wikimedia Foundation został pomyślany jako magazyn ilustracji, fotografii i plików multimedialnych udostępnionych na licencjach Creative Commons. Aktywność Europejskiego Centrum Solidarności polega tu na uwalnianiu fotografii. Paradoksalnie czynność, którą można tak prosto opisać, jest niezwykle skomplikowanym procesem. Ma to jednak ogromną wartość. Pełni funkcje służebne wobec projektu Wikipedii, ilustrując edytowane hasła wiarygodnymi zdjęciami historycznymi, a także poprzez tworzenie kolekcji tematycznych przyczynia się do globalnej popularyzacji wiedzy o „Solidarności". W 2015 roku z okazji 35. rocznicy powstania NSZZ „Solidarność" uwolniliśmy zespół wybranych fotografii ze strajku w Stoczni Gdańskiej im. Lenina w sierpniu 1980 roku. Powstała odrębna kolekcja interesujących, rzetelnie opisanych zdjęć, która w zwarty sposób prezentuje ikonografię Sierpnia '80.
https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikiprojekt:GLAM/Sierpie%C5%84_1980:_35_fotografii_strajku_w_Stoczni_Gda%C5%84skiej?uselang=pl#Kolekcja_35_fotografii_ze_zbior.C3.B3w_ECS

Wiadomo, że Wikipedia jest niezwykle popularna na całym świecie. Znane są przypadki celowego wykorzystywania jej w promocji i uwzględniania w strategiach marketingowych. Czy ECS odczuł to we własnych statystykach?
JK: Według statystyk internetowych za mijający rok (2015) wchodzące w jej skład fotografie wykorzystano między innymi 85-krotnie do innych artykułów Wiki na stronach 18 krajów!

To bardzo dużo. Czy planujecie zwiększyć w takim razie ilość materiałów tam udostępnianych?
JK: Niestety, mimo takich wyników i naszego entuzjastycznego podejścia do uwalniania zasobów napotykamy wiele barier prawnych, wynikających ze specyfiki archiwum ECS. Część fotografii, szczególnie ta pochodząca ze społecznych zbiórek pamiątek, nie jest rozpoznana pod względem autorstwa. Niektóre z nich były nielegalnie rozpowszechniane i dlatego nie są sygnowane. Niestety, samo posiadanie egzemplarzy nie upoważnia nas do podejmowania decyzji o uwolnieniu praw. Nie można uwolnić zbiorów, do których nie ma się pełnych praw autorskich. Należy podkreślić również konieczność nieustannej pracy u podstaw przez budowanie świadomości użytkowników internetu w zakresie poszanowania własności intelektualnej i zróżnicowania kategorii wolnych licencji.

Wydawnictwa ECS są publikowane w większości na otwartych licencjach i udostępniane w internecie w wersjach do pobrania – to praktyka godna naśladowania. Gdybyście chcieli przekonać do takiej polityki innych, jakie byłyby wasze trzy najważniejsze argumenty?

JK: Po pierwsze instytucja zyskuje bardzo efektywne narzędzie do propagowania wiedzy o dziedzinie, którą się zajmuje, i uwiarygadnia swoją publiczną działalność, oferując odbiorcom efekty własnych aktywności. Po drugie publikacje cyfrowe dostępne na wolnych licencjach zyskują swoje „drugie życie" w internecie. Liczba pobrań potrafi wielokrotnie przekroczyć liczbę dystrybuowanych egzemplarzy wydań papierowych, rośnie też skala wykorzystania wydanych publikacji (cytowania, odwołania w publikacjach trzecich). Po pierwszych czterech miesiącach współpracy z Repozytorium CEON, Lectorium czy Biblioteką Otwartej Nauki, w których zdeponowaliśmy nasze publikacje, liczba ich pobrań przekroczyła 3,5 tysiąca. Do naszych publikacji zaglądali czytelnicy z całego świata – z Francji, Niemiec, Włoch, Austrii, ale też z Tajwanu, Izraela czy Australii. Ciężko wyobrazić sobie model dystrybucji księgarskiej, który zapewniłby taki zasięg w tak krótkim czasie, przy tak minimalnym nakładzie środków. Po trzecie wreszcie wydawca zyskuje na popularności i buduje pozytywny społecznie wizerunek instytucji poważnie podchodzącej do obywateli.

Europejskie Centrum Solidarności jest także obecne w serwisach iTunes U oraz Google Cultural Institute (GCI) – czym podyktowane są te działania?

JK: Chcemy dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorców także za granicą. Platforma Apple iTunes U jest jedną z największych darmowych platform edukacyjnych na świecie, na której reprezentowane są wszystkie najważniejsze muzea, uniwersytety, a także ośrodki edukacyjne i badawczo-naukowe. Z zadziwieniem można było zauważyć zupełny niemal brak informacji i materiałów poświęconych ruchowi polskiej „Solidarności", historii opozycji demokratycznej w Europie Środkowo-Wschodniej, a także upadkowi komunizmu. Umieszczenie tam filmów dokumentalnych, książek czy wykładów oraz zapisów audio-wideo z organizowanych przez ECS konferencji daje teraz szansę na popularyzację tej tematyki, otwiera możliwość wpisania ikonicznych obrazów tamtego czasu, takich jak logo polskiej „Solidarności", zdjęcia z czasu protestów czy też obrad Okrągłego Stołu, w pamięć społeczną w innych częściach świata. Z kolei Google Cultural Institute prezentuje naszą wystawę internetową „Strajk", stworzoną w 2014 roku przy współpracy Instytutu Polskiego w Berlinie. Jest to autorska prezentacja wybranych przez niemiecką kuratorkę Sabine Weier fotografii ze zbiorów ECS. To dzięki GCI 13 sylwetek artystów fotografików i ich dzieła są propagowane w takich miejscach na świecie, dokąd nigdy nie udałoby się

dotrzeć w tradycyjny sposób. W przyszłości planujemy kolejne wystawy na platformie GCI, doceniając siłę globalnego oddziaływania. Na szczególne podkreślenie zasługuje fakt, że tworząc taką internetową ekspozycję, możemy wykorzystywać także obiekty, których z powodów formalno-prawnych nie możemy uwolnić na wolnych licencjach, gdyż są zabezpieczone przed kopiowaniem i funkcjonują jako zwarty i nierozłączny zespół, który ma własną warstwę werbalną i przemyślany projekt graficzny.

Czy otwartość instytucji możliwa jest tylko przy współpracy z dużymi markami?

JK: Cały czas mówimy o dużych projektach – o współpracy z iTunes, z Wikimedia Foundtation, z Google czy polskim KOED-em. Ale tak naprawdę współpraca, o której opowiedzieliśmy nie jest źródłem, lecz efektem. Wynika po prostu z oddolnej codziennej pracy, z przekonania, że konieczna jest popularyzacja wiedzy o nowoczesnych modelach dystrybucji treści naukowych, treści kultury lub zasobów edukacyjnych. Oraz oczywiście z aktywnej dystrybucji tych treści.

Dlatego w miarę możliwości dbamy o zawieranie odpowiednich umów. Pozyskując nasze zasoby, staramy się o to, by zawierać umowy dotyczące szerokich pól eksploatacji. Edukujemy naszych użytkowników w zakresie prawa autorskiego czy otwartych zasobów internetu (na przykład darmowe szkolenia w ramach cyklu INFOGENERACJA). Wskazujemy inne źródła wiedzy bazujące na polityce otwartościowej, nie tylko te, które sami wytworzyliśmy. I cały czas pracujemy nad tym, by tych źródeł było coraz więcej.

Gdańska Galeria Miejska

Wywiad z Martą Wróblewską, kuratorką w Gdańskiej Galerii Miejskiej.



Wirtualna Galeria Guntera grassa, interface,
http://www.ggm.gda.pl/wggg/pl,1,0,0,Home,0,0,index.php.

Tak ogromny zbiór z oczywistych przyczyn nigdy nie zmieści się jednorazowo w przestrzeni wystawienniczej Gdańskiej Galerii Güntera Grassa, która nie mierzy nawet 200 m^2. Wirtualna Galeria to zatem idealne miejsce do podziwiania kolekcji w całości. To także platforma wiedzy dostępnej dla tych, którzy z różnych przyczyn do Galerii nie mogą przyjść osobiście, a interesują ich twórczość jej patrona, a także nasze działania z nią związane.

Jeden z oddziałów Gdańskiej Galerii Miejskiej jest poświęcony w szczególności noblиście Günterowi Grassowi. Organizuje się w nim wystawy, spacery, festiwal Grassomania. W roku 2016 te działania wzbogaciły się dodatkowo o pomysł stworzenia Domu Chodowieckiego i Grassa oraz zainaugurowaniem Wirtualnej Galerii Güntera Grassa (WGGG). O ile Dom Chodowieckiego i Grassa dopiero znajduje się na etapie planów, to Wirtualna Galeria już funkcjonuje. Została zaprezentowana 16 października 2016 roku – w dniu 89. urodzin pisarza. Proszę powiedzieć, dlaczego zdecydowaliście się na stworzenie tej kolekcji online?

MARTA WRÓBLEWSKA: Plany stworzenia Wirtualnej Galerii Güntera Grassa od początku towarzyszyły galerii, jako że podwaliną jej istnienia i funkcjonowania jest zbiór prac przekazanych przez noblistę swojemu rodzinnemu miastu. Kolekcja przez 8 lat działalności galerii stale się powiększała – raz za sprawą darów Autora, innym razem dzięki zakupom miasta, kiedy indziej za pomocą prywatnych darczyńców czy sponsorów. Po śmierci Grassa zadaliśmy sobie pytanie, w jaki sposób – oprócz dotychczas przez galerię organizowanych wystaw czy publikowanych wydawnictw – położyć jeszcze większy nacisk na promowanie i udostępnianie tej fascynującej kolekcji. Wierzymy, że umieszczenie 141 prac w internecie pozwoli nam na stworzenie pewnego rodzaju bazy wiedzy na temat twórczości Grassa dostępnej w Gdańsku – mieście jego urodzenia. Stąd też lata 2015 i 2016 poświęciliśmy na szczegółową inwentaryzację, ekspertyzy konserwatorskie prac, ich digitalizację oraz opracowanie graficzne. Tak ogromny zbiór z oczywistych przyczyn nigdy nie zmieści się jednorazowo w przestrzeni wystawienniczej Gdańskiej Galerii Güntera Grassa, która nie mierzy nawet 200 m^2. Wirtualna Galeria to zatem idealne miejsce do podziwiania kolekcji w całości. To także platforma wiedzy dostępnej dla tych, którzy z różnych przyczyn do Galerii nie mogą przyjść osobiście, a interesują ich twórczość jej patrona, a także nasze działania z nią związane. Wirtualna Galeria bowiem to nie tylko zbiór zdigitalizowanych

prac Noblisty, ale także bogate archiwum działań prowadzonych przez Gdańską Galerię Güntera Grassa, dla której te prace były i są inspiracją.

Skąd pochodzą zbiory udostępnione w WGGG i jakiego są rodzaju? Czym przede wszystkim możecie się pochwalić?

MW: Zdigitalizowana kolekcja pochodzi z różnych źródeł. Są to po pierwsze grafiki, rysunki i rzeźby podarowane miastu Gdańsk przez Güntera Grassa. Po drugie grafiki i rzeźby zakupione przez miasto Gdańsk od Autora w celu rozbudowania kolekcji. Po trzecie dary od prywatnych dobroczyńców i przyjaciół Galerii, w tym Fundacji Güntera i Ute Grass.

Czy Galeria planuje działania wokół zbiorów cyfrowych?

MW: Zbiory cyfrowe z pewnością będą wykorzystywane do dalszych publikacji w formie tradycyjnej. Chciałabym także, aby były wykorzystywane w kolejnych projektach budowanych na bazie nowych mediów. W końcu nazwa „wirtualna galeria" zobowiązuje także do inicjowania i realizowania innowacyjnych projektów idących z duchem naszych czasów.

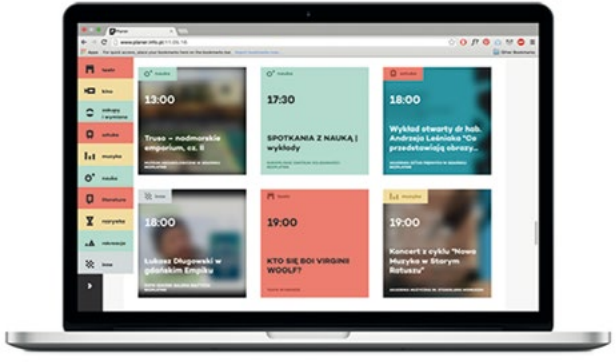
Niemal jednocześnie z realizacją WGGG przygotowaliście aplikację mobilną G:RASS, która dzięki rozszerzonej rzeczywistości poprowadzi nas szlakiem motywów z powieści Grassa. Proszę powiedzieć więcej o tym projekcie.

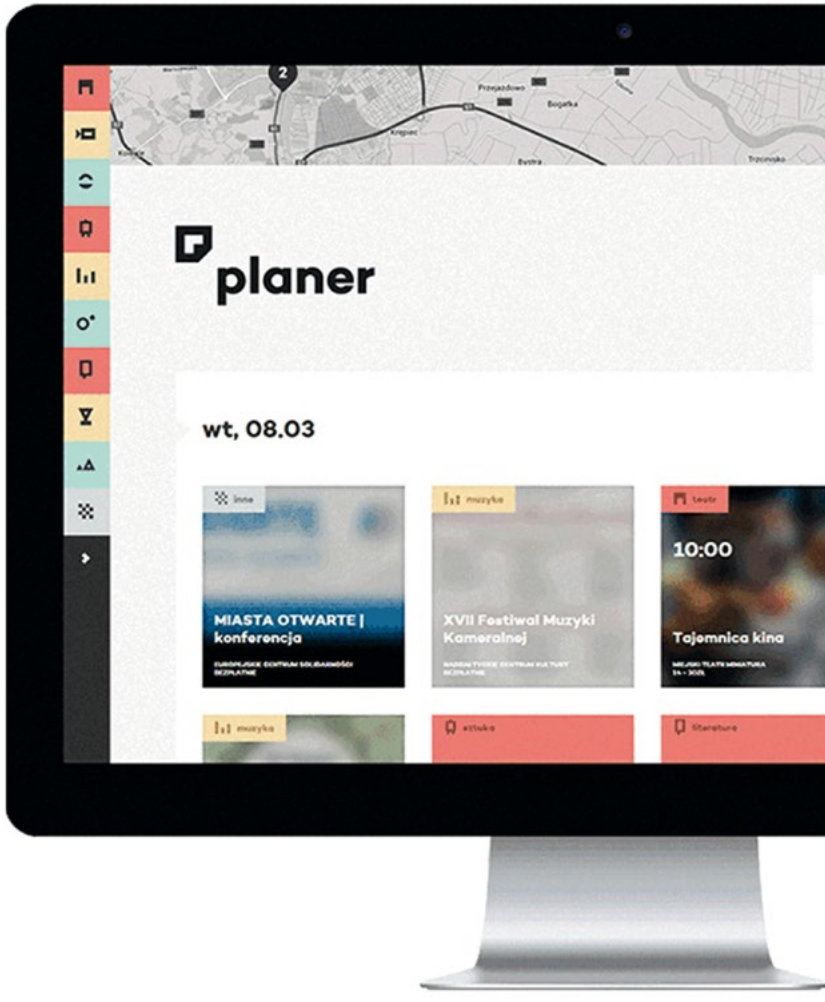
MW: Aplikacja mobilna to kolejny projekt angażujący nowe media i nowoczesne technologie po grze Grassówka. Tym razem wsparcie technologiczne uzyskaliśmy od przyjaciół z Hochschule w Düsseldorfie, z którymi współpracujemy w ramach projektu europejskiego The People's Smart Sculpture, a nasze partnerstwo zostało dodatkowo wsparte finansowo przez Fundację Współpracy Polsko-Niemieckiej. Autorem scenariusza jest gdański artysta Piotr Wyrzykowski, który ma już doświadczenie w pracy nad projektami związanymi z rozszerzoną rzeczywistością. Tak jak w wypadku Grassówki, tak i tutaj główną ideą jest wyjście w przestrzeń miejską (jednocześnie wirtualne i realne) i odkrywanie jej na nowo przez pryzmat twórczości Güntera Grassa. Pies Prinz z powieści *Psie lata*, będącej częścią Grassowskiej trylogii gdańskiej wciela się w przewodnika, który podczas około godzinnego spaceru po Gdańsku prowadzi nas do wybranych przez siebie miejsc, gdzie czekają rozmaite, czasem zaskakujące informacje i niespodzianki. Ideą większości naszych projektów jest ich dostępność – fizyczna, kulturowa, a także finansowa. Dlatego aplikacja jest bezpłatna, a jej treść zaprojektowana w taki sposób, aby szerokie grono uczestników mogło z niej korzystać i się nią cieszyć. Aplikacja jest przygotowana z myślą zarówno o gdańszczanach, jak i gościach z zagranicy, dlatego

jej treść jest dostępna w trzech językach: polskim, angielskim i niemieckim. Istotne w tym projekcie jest z pewnością także zaangażowanie wielorakich podmiotów, nie tylko finansujących, o których wspomniałam wcześniej, ale także merytorycznych. Otrzymaliśmy bowiem wsparcie w formie cennych materiałów do wykorzystania w aplikacji między innymi od Stowarzyszenia Güntera Grassa w Gdańsku oraz Polskiego Chóru Kameralnego Schola Cantorum Gedanensis.

Instytut Kultury Miejskiej

Wywiad z Marcinem Fedorukiem, – administratorem serwisu www.planer.info.pl oraz strony dla deweloperów www.otwartabaza.pl





Serwis Planer, opracowanie graficzne: Less.

Otwarte API znaczy, że każdy może się połączyć z bazą danych Planera, aby pobierać z niej informacje o wydarzeniach kulturalnych i wykorzystywać je do własnych celów. Na przykład bloger, który pisze o muzyce, może wyświetlać na swojej stronie internetowej informacje o nadchodzących koncertach.

Instytut Kultury Miejskiej (IKM) poprzez swoje działania wspiera otwartość instytucji kultury. Sam nie posiada zbiorów, zatem koncetruje się głównie na wspieraniu kadr kultury, organizując szkolenia, warsztaty dotyczące prawa autorskiego, domeny publicznej, licencji Creative Commons, samej idei otwartości itp. Z myślenia o IKM jako o otwartej instytucji kultury powstał Planer. Jesteś jego administratorem. Najlepiej wyjaśnisz zatem, czym jest Planer?

MARCIN FEDORUK: Planer to internetowy serwis kulturalny. Na stronie www.planer.info.pl są publikowane ogłoszenia o wydarzeniach kulturalnych, imprezach i wystawach odbywających się w Trójmieście i okolicznych gminach.

Planer powstał dla mieszkańców poszukujących informacji o tym, co ciekawego dzieje się w kulturze. I to jest pierwsza grupa użytkowników. Drugą grupę stanowią organizatorzy wydarzeń kulturalnych. Planer jest bezpłatny i otwarty dla każdego, kto organizuje wydarzenie i chce je ogłosić w internecie, aby dotrzeć z informacją do mieszkańców. W Planerze ogłaszają się: instytucje kultury, muzea, biblioteki, organizacje pozarządowe, prywatne pracownie artystyczne, indywidualni twórcy, a nawet grupy nieformalne, oficjalnie nigdzie niezarejestrowane.

Mówisz, że organizatorzy „ogłaszają się", czy to oznacza, że każdy organizator sam dodaje swoje ogłoszenie?

MF: Tak. Publikowanie ogłoszeń w Planerze odbywa się za pomocą intuicyjnego panelu organizatora. Użytkownik wprowadza: nazwę wydarzenia, datę i godzinę, kategorię tematyczną (sztuka, muzyka, rekreacja, teatr, rozrywka, nauka, literatura, kino lub inne), cenę biletów, opis i ewentualnie plakat lub inną ilustrację (obrazki można kadrować). Po kliknięciu przycisku „publikuj" ogłoszenie natychmiast pojawia się na stronie. Dostęp do panelu organizatora w Planerze jest bezpłatny, wymaga tylko założenia konta użytkownika. Aby założyć takie konto, wystarczy wysłać e-mail na adres: kontakt@planer.info.pl. Przykładowa treść wiadomości: „Reprezentuję XYZ, proszę o utworzenie konta w Planerze".

Co to znaczy, że Planer bazuje na otwartym API?

MF: Otwarte API oznacza, że każdy może się połączyć z bazą danych Planera, aby pobierać z niej informacje o wydarzeniach kulturalnych i wykorzystywać je do własnych celów.

Na przykład bloger, który pisze o muzyce, może wyświetlać na swojej stronie internetowej informacje o nadchodzących koncertach. Co najlepsze, informacje o koncertach będą się aktualizowały automatycznie, gdy tylko w Planerze pojawi się nowe ogłoszenie w kategorii „muzyka". Można też wykorzystać API w taki sposób, żeby pobierać z Planera informacje o wydarzeniach jednego wybranego organizatora. To z kolei jest ciekawym rozwiązaniem dla mniejszych organizatorów, którzy przez Planer mogą rozbudowywać się w internecie.
Wszystkie dane są zebrane w jednym miejscu i otwarte dla każdego, kto zechce z nich skorzystać. Instytut Kultury Miejskiej i partnerzy zaangażowani w stworzenie Planera wykonali dużą pracę i teraz dzielą się jej owocami. Tylko od pomysłowości internautów zależy, co stanie się dalej. Dokumentacja Planer API dla deweloperów oraz przykłady i schematy XML są dostępne na stronie www.otwartabaza.pl. Tam też informujemy na bieżąco, jak rozwija się projekt i kto dołączył do Planera.

Czy macie informacje o tym, że ktoś w jakiś sposób wykorzystał możliwości związane z otwartością tego narzędzia?
MF: Na Politechnice Gdańskiej (dokładnie na Wydziale Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki) powstaje praca inżynierska – aplikacja na bazie Planera. Jesteśmy w kontakcie z jej autorkami, dostarczamy im dodatkowych informacji, a nawet wdrożyliśmy drobną aktualizację API, żeby pomóc w realizacji projektu. Również uczniowie szkół średnich programują przy użyciu bazy danych Planera. Doszło do tego dzięki wydarzeniu „Gdańsk Koduje – Otwarte Dane Miasta Gdańska", zorganizowanemu w ramach europejskiego „Code Week 2016".
Cieszą nas takie inicjatywy, będziemy je wspierali w miarę naszych możliwości. W tym celu nawiązaliśmy współpracę z trójmiejską społecznością „Koduj dla Polski".

Wiele osób korzysta z popularnych kalendarzy na przykład w serwisach informacyjnych – dlaczego powinni jednak wybrać Planer?
MF: Planer ma tę przewagę, że działa jak agregat. Na jednej stronie – www.planer.info.pl – znajdziemy informacje o wydarzeniach różnych organizatorów i z różnych miejscowości. Dzięki temu nie trzeba przeglądać iluś stron internetowych, żeby znaleźć coś ciekawego; obojętnie, czy szuka się dużej imprezy w centrum miasta, czy też małych, lokalnych wydarzeń, jak zajęcia dla dzieci w domu kultury. Dodatkowo można zapisać się na newsletter i otrzymywać codzienne lub cotygodniowe powiadomienia na skrzynkę mailową. Oszczędność czasu i wygoda użytkowania przemawiają więc za Planerem.
Poza tym Planer skupia się na jednym, ściśle określonym celu: informacji kulturalnej. Nie uświadczymy tam irytujących reklam,

zbędnych komentarzy ani artykułów na inne tematy, niezwiązane z kulturą. Wyłącznie ogłoszenia kulturalne, podane w prostej, ale atrakcyjnej wizualnie formie. Na tym opieramy naszą wiarygodność – otwierasz Planer i znajdujesz dokładnie to, czego się spodziewałeś.

To narzędzie, otwarte, dostępne dla wszystkich i bezpłatne – czy ma jakiekolwiek cele biznesowe?

MF: Planer powstał z inicjatywy i środków samorządowej instytucji kultury. Ma służyć mieszkańcom Gdańska, Trójmiasta i – szerzej – całego regionu. Dlatego „jest i zawsze będzie darmowy", parafrazując hasło reklamowe popularnego serwisu społecznościowego... Natomiast nic nie stoi na przeszkodzie, aby użytkownicy Planera czerpali z niego korzyści, także te biznesowe. Na przykład właściciele klubogalerii mogą przyciągać klientów poprzez ogłoszenia kulturalne publikowane w Planerze. Jeśli urządzają wystawę we własnych wnętrzach i ogłaszają tę wystawę na stronie Planera, to siłą rzeczy pozyskują zarazem konsumentów. A że dzieje się to za pośrednictwem serwisu kulturalnego – co w tym złego? Jedyny warunek, jaki stawiamy organizatorom, to publikowanie ogłoszeń, które mają wyraźny związek z kulturą. Czyli sednem ogłoszenia musi być, na przykład, wernisaż, a nie promocja kawy.

Potencjał, jaki drzemie w kulturze, jest wciąż niewyczerpany. Weźmy chociażby promocję regionalną, która przekłada się na wymierny zysk w momencie, gdy do regionu przyjeżdżają turyści. Wydarzenia kulturalne mogą być właśnie jak magnes przyciągający turystów i stymulujący rozwój gospodarczy danego miejsca.

●●●

Przypis redakcji: Instytucją prowadzącą Planer jest Gdański Instytut Kultury Miejskiej. Serwis powstał we współpracy z partnerami: Idea i Projekt: Intui; projekt graficzny: Less.; wdrożenie: SmartMedia.

Instytut Pamięci Narodowej

Wywiad z Marcinem Węglińskim – asystentem prasowym gdańskiego oddziału IPN i autorem publikacji naukowych i popularnonaukowych.



Stocznia Gdańska im. Lenina w pierwszych dniach stanu wojennego, fotografia, z archiwum IPN, 1981.



Bardzo ważnym elementem tego portalu jest biblioteka cyfrowa – znajdziemy tam książki i czasopisma w wersjach do pobrania, między innymi miesięcznik pamiec.pl, archiwalne dodatki prasowe i inne publikacje. Serwis kierujemy do wszystkich zainteresowanych.

Instytut Pamięci Narodowej (IPN) od wielu lat jest obecny w internecie. Związane jest to z wypełnianiem ustawowych obowiązków, a także szeroko pojętą działalnością informacyjną oraz edukacyjną. Chciałabym skupić się na edukacji.

MARCIN WĘGLIŃSKI: Do naszych najważniejszych stron o charakterze edukacyjnym należy portal Pamiec.pl, który powstał wokół pisma o tej samej nazwie. Portal pełni także (chociaż w mniejszym zakresie) funkcję informacyjną, zawiera również materiały pochodzące ze strony ipn.gov.pl. Bardzo ważnym elementem tego portalu jest biblioteka cyfrowa – znajdziemy tam książki i czasopisma w wersjach do pobrania, między innymi miesięcznik pamiec.pl, archiwalne dodatki prasowe i inne publikacje. Serwis kierujemy do wszystkich zainteresowanych.

Oferujecie opracowane merytorycznie i graficznie strony internetowe dotyczące konkretnych tematów z najnowszej historii Polski. Wydaje się to idealną pomocą dla nauczycieli i uczniów.

MW: Tak. W ofercie IPN jest kilkadziesiąt stron tematycznych. Niektóre dotyczą postaci historycznych, inne wybranych momentów dziejowych związanych z historią Polski. Jako przykład wymienię strony poświęcone generałowi Leopoldowi Okulickiemu, rotmistrzowi Witoldowi Pileckiemu (http://www.pilecki.ipn.gov.pl/), ks. Jerzemu Popiełuszce, wydarzeniom Marca '68, Grudnia '70, Zbrodni Wołyńskiej czy Kulturze Niezależnej. Przeznaczone są w dużej mierze do własnego odbioru i służą pogłębieniu tematu lub jego popularyzacji. Ich cechą jest indywidualna szata graficzna każdej ze stron i bogaty zasób zbiorów audiowizualnych. Mogą być również wykorzystane w pracy nauczycieli i edukatorów. Wciąż powstają też nowe strony tematyczne.

Strony te to rzeczywiście bogate zbiory. Są tam fotografie ze zbiorów prywatnych, nagrania audio i wideo, oryginalne dokumenty z archiwów i materiały graficzne (plakaty, afisze itp). Jak użytkownicy mogą korzystać z tych zbiorów? Czy fotografie, na przykład ze zbiorów rotmistrza Pileckiego, są udostępnione w domenie publicznej i można z nich swobodnie korzystać? Jaki status prawny mają między innymi protokoły z rewizji, które należą do zbiorów IPN – czy możemy je uznać za domenę publiczną ze wszystkimi konsekwencjami?

MW: Z dokumentów IPN na stronach można korzystać tylko wtedy, jeśli ich źródłem jest IPN (są z reguły podpisane „Ze zbiorów IPN", „Z archiwum IPN", czasami widnieje też nazwisko autora). Mogą być wówczas wykorzystane w celach niekomercyjnych bądź edukacyjnych. Należy oczywiście podać źródło ich pochodzenia. W pozostałych wypadkach należy skontaktować się z autorem bądź dysponentem materiału. W takim wypadku IPN korzysta jedynie z licencji od autora dla własnych potrzeb.

Jakie inne działania, oprócz tworzenia stron internetowych, IPN prowadzi w sieci?

MW: Wymienione strony internetowe nie wyczerpują aktywności IPN w cyfrowym świecie. Staramy się wykorzystać nowe możliwości związane z rozwojem technologii. Działa już telewizja internetowa (jako kanał IPNtv na YouTube), można pograć także w nasze gry planszowe przez stronę internetową (np. w znaną grę *303*, dotyczącą zmagań lotników w czasie Bitwy o Anglię). Komunikację z naszymi odbiorcami staramy się też uzupełniać o aktywne prowadzenie profili w mediach społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter.

Muzeum Archeologiczne w Gdańsku

*Wywiad z **Marcinem Szmitem**, pracownikiem Muzeum Archeologicznego w Gdańsku, od 1999 roku w pracowni pomiarowo-komputerowej; uczestnikiem ekspedycji naukowych do Sudanu oraz Mongolii; pomysłodawcą działu digitalizacji oraz koordynatorem projektów digitalizacyjnych od 2014 roku.*



Plakietka w postaci jelenia, Gdańska Kolekcja Pamiątek Pielgrzymich 1160, XV - I poł. XVI w., http://www.archeoportal.pl/kategoria/6/zabytek/651

Respektujemy zasady otwartości. Możliwości skorzystania z udostępnionych zbiorów są szczegółowo i jasno opisane w regulaminie katalogu.

Muzeum Archeologiczne w Gdańsku (MAG) uruchomiło w 2016 roku archeoportal.pl. Jest to efekt digitalizacji prowadzonej w Muzeum, finansowanej między innymi ze środków programu Kultura+. Jak można go scharakteryzować?

Marcin Szmit: Archeoportal (http://archeoportal.pl/) to serwis internetowy stworzony specjalnie na zlecenie naszego Muzeum na potrzeby udostępniania zdigitalizowanych zbiorów.

Mamy pełen dostęp do serwisu i samodzielnie nim administrujemy. Strona została zaprojektowana w ten sposób, aby udostępnianymi kolekcjami mógł zarządzać bezpośrednio opiekun zbiorów. Dzięki temu Muzeum może w pełni kontrolować zamieszczone treści. Wszystkie zbiory udostępnione są na licencji CC-BY. Nie opatrujemy zdjęć zabytków znakami wodnymi, respektując zasady otwartości. Możliwości skorzystania ze zbiorów są szczegółowo i jasno opisane w regulaminie katalogu. Dodatkowo zdecydowaliśmy o podawaniu dokładnych lokalizacji, gdzie dany zabytek został odnaleziony. Udało nam się do tego przekonać również tych, którzy obawiali się fali rabunkowych wykopalisk. Zależało nam, żeby je udostępnić, bo wiemy, że są to ciekawe informacje dla użytkowników.

Teraz możemy obejrzeć dokładnie Gdańską Kolekcję Plakietek Pielgrzymich. Dlaczego nie wszystko jest udostępniane? Digitalizacja w Muzeum trwa od kilku lat, więc na pewno zbiorów cyfrowych jest o wiele więcej. Na samej stronie Muzeum w zakładce zbiory są również zdjęcia pojedynczych zabytków – nie ma ich niestety w archeoportalu. Dlaczego?

MS: Aktualnie udostępniamy znaczną część Gdańskiej Kolekcji Plakietek Pielgrzymich, dokładnie 717 sztuk. Do połowy 2017 roku dodamy pozostałą część około 300 plakietek. To wyjątkowy na skalę europejską zbiór. Każdy obiekt został szczegółowo przebadany i opisany. Naturalnie archeoportal będzie służył Muzeum do udostępniania coraz większej liczby zabytków, tak aby nasza kolekcja online była reprezentatywna i w pełni odzwierciedliła nasze zbiory. Do tej pory skupiliśmy się jedynie na tej jednej kolekcji. Portal działa dopiero od roku i nie ukrywamy, że trochę testujemy jego możliwości. Zależy nam na tym, aby udostępniane tam treści były dobrze opisane, tak aby użytkownik otrzymał kompletną wiedzę na temat danego obiektu. Rozwój serwisu niestety zależy również od dodatkowych dofinansowań, o które się staramy, ale oczywiste jest, że w tej sytuacji jakiekolwiek planowanie jest utrudnione.

Dzięki temu, że w Muzeum istnieje dział digitalizacji i archiwizacji, i dzięki dostępowi do własnej pracowni digitalizacji, macie stałą kontrolę nad udostępnianymi zbiorami.

MS: Tak. Mamy to szczęście, że w MAG udało się powołać Dział Cyfryzacji i Archiwizacji, który ma do dyspozycji własną pracownię digitalizacji (również mobilną). To znacznie usprawnia nam pracę – tym bardziej że MAG ma pięć oddziałów w trzech różnych miastach, dlatego też własna pracownia była niemal koniecznością.

Stały dostęp do panelu administracyjnego archeoportalu to przede wszystkim kontrola nad treścią. Tym jednak zajmują się sami opiekunowie zbiorów.

Zdjęcia zdigitalizowanych obiektów są niewielkie – czy nie można tego zmienić? Z punktu widzenia użytkownika to dość duża wada tego serwisu.

MS: Rzeczywiście tak jest. Zdajemy sobie sprawę, że jest to mankament naszego serwisu. Niestety nie możemy tego zmienić w tym momencie. Jest to głównie związane z finansami.

Co planujecie udostępnić w następnej kolejności?

MS: W kolejce czekają diapozytywy przedstawiające wykopaliska, momenty odkrywania obiektów, zabytki na miejscu wykopalisk. To bardzo ciekawy materiał dokumentujący pracę archeologów – a mamy świadomość, że to ona właśnie bardzo interesuje odbiorców. Widać to chociażby po tym, jaki dużym zainteresowaniem cieszą się nasze relacje z prowadzonych wykopalisk w mediach społecznościowych. Będzie to kolekcja 400 diapozytywów ze zbiorów Muzeum wraz z opisami ze starych inwentarzy. Chcielibyśmy w przyszłości korzystać z doświadczenia oraz zasobów NID w zakresie aktualizacji danych o stanowiskach Archeologicznych z naszego rejonu. Wymierny jest również udział naszej instytucji w zawiązanej Miedzymuzealnej grupie ds. Digitalizacji w której skład wchodzą specjaliści z 6 pomorskich muzeów.

Muzeum Historyczne Miasta Gdańska

*Wywiad z **Marcinem Kłosem**, historykiem, kierownikiem Działu Digitalizacji w Muzeum Historycznym Miasta Gdańska; od 2008 roku zaangażowanym w digitalizację dziedzictwa kulturowego; propagatorem standardu SPECTRUM, współautorem pierwszego polskiego tłumaczenia standardu na zlecenie Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów; od 2011 roku współpracujące z NIMOZ jako ekspert ds. digitalizacji, trener i przedstawiciel Instytutu podczas spotkań międzynarodowych*



Willi Birker, Pocztówka z widokiem Kuchni w Domu Uphagena w Gdańsku.

Docelowo zbiory będą prezentowane na utworzonym w tym celu serwisie internetowym, który ma z czasem przyjąć formułę portalu prezentującego zbiory lokalne (trójmiejskie) i regionalne (pomorskie).

Rok 2016 wydaje się dla Muzeum Historycznego przełomowy pod względem digitalizacji i udostępniania zbiorów. Wprowadzono wiele inicjatyw. Czy mógł Pan podsumować miniony rok?

MARCIN KŁOS: Rzeczywiście 2016 rok był bardzo intensywny, jeśli chodzi o zbiory cyfrowe, ich opracowywanie, digitalizację i udostępnianie. Właściwie zaczęliśmy już w grudniu 2015 roku, kiedy Muzeum Historyczne Miasta Gdańska (MHMG) podjęło decyzję o organizacji procesu digitalizacji zgodnie z zaleceniami Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. W 2016 roku przeprowadzono audyt stanu digitalizacji i IT, opracowano strategię cyfrową muzeum (http://www.mhmg.pl/strategiacyfrowa), utworzono Dział Digitalizacji, opracowano standard nazewnictwa plików KAPER (http://www.mhmg.pl/standardkaper), zbudowano pracownię fotografii cyfrowej i uzyskano dofinansowanie z dwóch niezależnych źródeł. Pierwsze dofinansowanie otrzymano od organizatora muzeum – Gminy Miasta Gdańsk, jego wysokość wynosiła 300 tysięcy złotych i było przeznaczone na modernizację infrastruktury IT i wyposażenie pracowni digitalizacji (wyposażenie studyjne, średnioobrazkowy aparat cyfrowy z obiektywami i akcesoriami). Drugie zaś przyznano w ramach programu Kultura Cyfrowa Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w wysokości blisko 51 tysięcy złotych na realizację w okresie wrzesień–grudzień 2016 roku zadania „Cyfrowe Dziedzictwo Pomorza – digitalizacja i udostępnianie zbiorów MHMG". Dzięki temu programowi opublikowano blisko 1500 obiektów ze zbiorów Muzeum w sieci.

Serwis dziedzictwo.pomorze.pl działa od końca 2016 roku. Jego premiera była wydarzeniem w środowisku. Zamieszczono na nim zdigitalizowane zbiory w ramach programu Kultura Cyfrowa – co możemy tam zobaczyć?

MK: Zdecydowaliśmy się na pilotażową digitalizację dwóch kluczowych kolekcji gromadzonych przez MHMG: zbiorów bursztynu (220 z blisko 2000 obiektów) i zbiorów fotografii (1243 z ponad 5800 obiektów).

Zbiory fotografii są bardzo zróżnicowane i obejmują między innymi negatywy szklane, negatywy na folii, rolki filmu, diapozytywy barwne, zespół pocztówek, odbitki i fotogramy w najróżniejszych wielkościach aż do 50 x 60 cm, zespół ręcznie wykonanych albumów ze zdjęciami. Uściślając, fotografie dokumentują

architekturę i urbanistykę Gdańska, jego dzielnic i okolic, w tym także zniszczenia wojenne. Druga z kolekcji, kolekcja bursztynu, obejmuje trzy zasadnicze tematy: przyroda, sztuka dawna i sztuka współczesna, ze szczególnym uwzględnieniem biżuterii autorskiej. Do najbardziej znanych obiektów należą inkluzje jaszczurki i solifugi oraz niezwykle rzadki sygnowany kabinet. Szczególnie ważne są wyroby gdańskich mistrzów z czasów nowożytnych, „złotego okresu Gdańska" obejmującego okres od połowy XVI do połowy XVIII wieku. Są to: kabinety, szkatułki, ołtarzyki, medaliony, sztućce, gra we flirt. W zbiorach znajdują się również obiekty archeologiczne i wytwórczość z okresu art déco – od wyrobów wykonanych według projektów uznanych i wiodących artystów, poprzez modne przedmioty artystyczne znajdujące się na wyposażeniu eleganckiego męskiego gabinetu czy damskiego buduaru do masowych produkcji, które nosiła, tzw. ulica w latach dwudziestych i trzydziestych XX wieku. W przypadku sztuki nowoczesnej mamy do czynienia z najwszechstronniejszą muzealną kolekcją współczesnej biżuterii z bursztynem w Polsce.

Już brzmi obiecująco, a skoro to pilotaż – rozumiem, że projekt będzie kontynuowany i wzbogacany o nowe zbiory, a serwis dziedzictwo.pomorze.pl będzie się rozrastał?

MK: Docelowo w ramach kolejnego dofinansowania zbiory będą prezentowane na utworzonym w tym celu serwisie internetowym, który ma z czasem przyjąć formułę portalu prezentującego zbiory lokalne (trójmiejskie) i regionalne (pomorskie). W ramach obecnie realizowanego zadania zostanie wykonany projekt zorientowany na użytkownika usług portalu. Sam serwis przeznaczony będzie do udostępniania cyfrowych odwzorowań i metadanych zbiorów na zasadach określonych w normie PN-EN ISO 9241-210 „Ergonomia Interakcji człowieka i systemu – Część 210: Projektowanie ukierunkowane na człowieka w przypadku systemów interaktywnych".

Czy Muzeum w związku z generacją tak obszernej zawartości nowych zbiorów cyfrowych planuje na ich podstawie jakieś nowe działania oprócz ich udostępniania w internecie?

MK: W obecnie obowiązującej strategii cyfrowej obejmującej lata 2016–2018 realizowane jest głównie wytwarzanie i udostępnianie odwzorowań cyfrowych (fotografii obiektów) wraz z danymi opisowymi (metadane) w ramach dedykowanego portalu. Inne metody dokumentacji i upowszechniania, jak choćby modele 3D, Wirtualna Rzeczywistość czy Rozszerzona Rzeczywistość, są traktowane jako działania pilotażowe. Intensyfikacja prac we wspomnianych obszarach w okresie realizacji obecnej strategii wiąże się z rozbudową infrastruktury i kadry, co może być osiągnięte w krótkim czasie jedynie przez wydatkowanie dodatkowych środków w ramach dotacji celowych bądź

dofinansowania projektów. Muzeum przewiduje też wdrożenie zaawansowanych narzędzi do udostępniania zasobów cyfrowych, takich jak aplikacje i gry w ramach kolejnej strategii. Obecnie przewidywane są głównie działania pilotażowe polegające na testowaniu rozwiązań, określaniu wymogów technicznych etc.

Muzeum wzbogaciło się w ostatnim roku o własną pracownię digitalizacji. Proszę powiedzieć, z jakich technologii korzystacie na co dzień?

MK: Najważniejszą metodą dokumentacji jest obecnie fotografia cyfrowa, realizowana aparatem średnioobrazkowym o matrycy 50 mln pikseli. Dokumentacja prowadzona jest w najwyższej dostępnej jakości oferowanej przez aparat. Fotografie wykonywane są z wykorzystaniem profili barwnych. W ramach działań pilotażowych w 2016 roku za pomocą trzech metod (fotogrametrii, skanowania metodą przesunięcia fazowego, skanowania metodą światła strukturalnego) przeprowadzono dokumentację rekonstrukcji herbów Gdańska na potrzeby pracy licencjackiej na Politechnice Gdańskiej, podejmującej analizę porównawczą metod dokumentacji cyfrowej. Długofalowo Muzeum planuje między innymi rekonstrukcję i wizualizację dawnej zabudowy historycznej Gdańska.

Muzeum Historyczne Miasta Gdańska

Wywiad z Moniką Kryger, kierowniczką Działu Edukacji, Promocji i PR-u w Muzeum Historycznym Miasta Gdańska



Statuetka króla Zygmunta Augusta (wierne odwzorowanie figury z wieży Ratusza Głównego Miasta) wraz z opisem rzeźby w alfabecie Braille'a, fragment wystawy „Prosimy dotykać eksponatów".

Często wydaje nam się, że napotykamy ograniczenia, których nie da się pokonać. Czy nie są to jednak ograniczenia tylko w naszych głowach? Otwarty przekaz zaczyna się na początku, kształtuje się wraz z ideą, koncepcją, scenariuszem nowej wystawy czy innej aktywności muzealnej. To nieustanne stawianie sobie pytania, jak dotrzeć ze swoim przekazem do... wszystkich?

Muzeum Historyczne Miasta Gdańsk jest liderem w kwestii aranżacji swoich ekspozycji pod kątem również osób niepełnosprawnych, w szczególności osób niewidomych i niedowidzących. Takie podejście czyni z was otwartą instytucję kultury? Co to dla was oznacza?

Monika Kryger: Udostępnianie zbiorów jest statutowym obowiązkiem każdego muzeum. W Gdańsku mieszka prawie 6 tysięcy osób niewidomych i niedowidzących. W skali województwa pomorskiego liczba ta jest znacznie większa. Do Gdańska przyjeżdżają również niepełnosprawni turyści z całej Polski oraz z zagranicy? Do grona osób z dysfunkcją wzroku należy doliczyć również seniorów, którzy cierpią na takie schorzenia, jak jaskra czy zaćma. Otwartość jest więc zarazem obowiązkiem i koniecznością. W poszukiwaniu sposobu dotarcia do odbiorcy wykorzystujemy różne metody przekazu, posiłkujemy się nowymi technologiami, wzbogacamy narrację, by spełniała gusty i potrzeby. Otwartość oznacza więc stawianie sobie pytań już na etapie budowania przekazu, tak by minimalizować możliwość wyeliminowania kogokolwiek z grupy potencjalnych adresatów. Można więc mówić nie o instytucji otwartej (ta ma swoje rozmaite ograniczenia, wynikające choćby z architektury), ale o przekazie otwartym, czyli narracji wykorzystującej wszystkie możliwe sposoby komunikowania. Wydaje się to proste, kiedy chodzi na przykład o turystów obcojęzycznych. Niestety inaczej się dzieje, gdy myślimy o osobach niepełnosprawnych. Często wydaje nam się, że napotykamy ograniczenia, których nie da się pokonać. Czy nie są to jednak ograniczenia tylko w naszych głowach? Otwarty przekaz zaczyna się na początku, kształtuje się wraz z ideą, koncepcją, scenariuszem nowej wystawy czy innej aktywności muzealnej.

To nieustanne stawianie sobie pytania, jak dotrzeć ze swoim przekazem do... wszystkich.

Muzeum Historyczne Miasta Gdańska w sposób autorski i innowacyjny dostosowało swoje ekspozycje do potrzeb osób niepełnosprawnych. Proszę opisać realizację tego przedsięwzięcia.

MK: Działania, które obecnie podejmuje nasze Muzeum mają za zadanie stworzenie ekspozycji pozwalającej na pokazanie historii za pomocą innych zmysłów niż wzrok. W ramach podnoszenia

kompetencji pracownicy Działu Edukacji, Promocji i PR MHMG przechodzili kursy i szkolenie w zakresie: obsługi osób poruszających na wózkach inwalidzkich, niewidomych i niedowidzących (dorosłych i dzieci), systemu języka migowego, tworzenia audiodeskrypcji itp.
Wprowadzono zajęcia edukacyjne dla dzieci niewidomych i niedowidzących. Stworzono specjalną salę edukacyjną w Dworze Artusa o nazwie Sala Rycerska. Jest to pomieszczenie, w którym można dotykać wszystkich sprzętów. Dlatego też w wyposażeniu wykorzystano rozmaite faktury, materiały i tworzywa, również organiczne.

Kluczowym wydarzeniem była wystawa „Prosimy dotykać eksponatów", prezentowana w Dworze Artusa od 20 grudnia 2013 do 30 czerwca 2016 roku. Zorganizowanie wystawy oglądanej dzięki zmysłom dotyku, słuchu oraz węchu jest przedsięwzięciem szczególnie ważnym w przestrzeni Dworu Artusa, gdyż oddział ten w 2010 roku otrzymał wyróżnienie jako „Miejsce przyjazne osobom niepełnosprawnym".
Grupą docelową były zarówno osoby z dysfunkcjami wzroku, jak i osoby widzące. W ten sposób ci, którzy nie mają problemów ze wzrokiem, mogli doświadczyć, jak odbierają świat niewidomi i niedowidzący. Patronat Honorowy nad wystawą objął Okręg Pomorski Polskiego Związku Niewidomych.

Zwieńczeniem wydarzenia była konferencja o tym samym tytule, która odbyła się 18 kwietnia 2016 roku. I Ogólnopolska Konferencja „Prosimy dotykać eksponatów" dotyczyła problemów dostosowania instytucji kultury o charakterze wystawienniczym do potrzeb osób z dysfunkcjami poznawczymi. Podczas spotkania wspólnie z muzealnikami z całej Polski, pracownikami naukowymi uczelni i instytutów badawczych oraz przedstawicielami rozmaitych fundacji zastanawialiśmy się, jak można skonstruować ofertę kulturalną, skierowaną szczególnie do osób niewidomych i słabowidzących, którzy są grupą, stanowiącą największe wyzwanie w przestrzeni muzealnej spośród wszystkich występujących niepełnosprawności.

Nadal pragniemy rozwijać nasze działania w obszarze wyrównywania szans dostępu do kultury, częściowo przez modernizację już istniejących rozwiązań, częściowo wprowadzając zupełnie nowe techniki i instrumenty. Mamy poczucie, że znajdujemy się dopiero na początku drogi.

Z jakich technologii korzystaliście przy przygotowywaniu wystawy?
MK: W tworzeniu wystawy wykorzystano audiodeskrypcje bezcennych eksponatów (czyli słowne opisy obrazów i treści wizualnych, umożliwiające osobom niewidomym i słabo widzącym zrozumienie i korzystanie z informacji, które z różnych względów

mogą być dla nich niedostępne). Zwiedzający otrzymywali do swojej dyspozycji sprzęt multimedialny, dzięki któremu każdy mógł wysłuchać opisów fasady Dworu Artusa, rzeźb św. Jakuba, św. Krzysztofa, św. Rajnolda, św. Jerzego walczącego ze smokiem oraz Wielkiego Pieca, zwanego „królem wszystkich pieców". Ciekawostką jest, że do audiodeskrypcji użyczyli swoich głosów: Krzysztof Skiba, Romuald Wicza-Pokojski i Dariusz Wójcik. Na naszej stronie internetowej w zakładce Dostępność umieściliśmy audiodeskrypcje, których można wysłuchać online, a także można je bezpłatnie pobrać na własne urządzenie multimedialne.

Wykorzystano także tyflografiki wielkich i znanych dzieł: *Sądu Ostatecznego* Antoniego Möllera czy *Orfeusza wśród zwierząt* Hansa Vredemanna de Vries. Jest to metoda graficznego odwzorowania i przedstawienia rzeczywistości przy zastosowaniu skali i proporcji w sposób dostępny dotykowo. Pozwala niewidomemu poznać, zrozumieć oraz odwzorować rzeczywistość. Osobno zwiedzający mogli poznać dotykiem między innymi monument Saturna, elementy broni i zbroi rycerskiej, kopie kafli Wielkiego Pieca.
Uzupełnieniem narracji były opisy w piśmie Braille'a. Ukazał się także przewodnik z wielkodrukową nakładką, napisany w piśmie Braille'a, wydany przez Fundację Szansa dla Niewidomych, współfinansowany z przekazanych przez Miasto Gdańsk środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych. Jego tytuł brzmi *Bez Barier – Dwór Artusa.*

●●●

We wrześniu 2016 roku muzeum zostało wyróżnione w konkursie Lodołamacze za wystawę oraz konferencję „Prosimy dotykać eksponatów". Wyróżnienie przyznano za przełamywanie stereotypów i uprzedzeń związanych z zatrudnianiem osób niepełnosprawnych, a także integrację osób niepełnosprawnych przez tworzenie im szansy na pełne uczestnictwo w życiu społecznym.

Muzeum Narodowe w Gdańsku

*Wywiad z **Mirosławem Szwabowiczem**, etnologiem, Głównym Inwentaryzatorem Zbiorów MNG; członkiem Polskiego Towarzystwa Ludoznawczego oraz Polskiego Stowarzyszenia Inwentaryzatorów Muzealnych; od 2011 roku stałym współpracownikiem „Zeszytów Komiksowych”; członek Międzymuzealnej Grupy ds. Digitalizacji „DigiMuz”.*



5 talerzy malowanych barwnie z motywem papugi siedzącej na pierścieniu, Delft XVIII w., autor nieokreślony, Gdańsk, około 1942, fotografia czarno-biała, http://szklanenegatywy-mng.pl.

Katalog online znacząco poszerza krąg odbiorców dziedzictwa kulturowego. Dokumentacja wizualna i opisy obiektów pozwalają użytkownikom na samodzielne wykorzystywanie muzealiów na wielu polach, między innymi naukowym, edukacyjnym czy w sektorze turystyki.

Muzeum Narodowe w Gdańsku (MNG) ma kilka oddziałów w samym Gdańsku oraz w Będominie i Waplewie Wielkim. Kolekcja obejmuje najróżniejsze zbiory: od sztuki dawnej po nowoczesną, reprezentuje wszelkie jej przejawy i rodzaje. Organizujecie wystawy stałe, kilkanaście wystaw czasowych rocznie i udostępniacie zbiory online. Dla kogo i w jakim celu Muzeum je przygotowuje?

Mirosław Szwabowicz: Dla Muzeum ważne jest powszechne udostępnienie szerokiej publiczności jak największej liczby zbiorów. Nie posiadamy wystarczającej powierzchni wystawienniczej, aby zaprezentować wszystkie dzieła, a wiele niezwykle cennych prac niestety nie może być pokazywana na ekspozycjach stałych ze względów konserwatorskich. Z tego powodu część zbiorów w ogóle nie funkcjonuje w świadomości zwiedzających. Za pośrednictwem internetu staramy się udostępniać zarówno najbardziej rozpoznawalne muzealia, jak i te, które bardzo rzadko opuszczają magazyny. Zależy nam, aby każdy, kto skorzysta z naszego katalogu online, znalazł w nim coś, co go zainteresuje – w końcu zbiory MNG są bardzo różnorodne, bo obejmują dzieła sztuki, obiekty historyczne, etnograficzne czy teatralne. Katalog online znacząco poszerza krąg odbiorców dziedzictwa kulturowego. Dokumentacja wizualna i opisy obiektów pozwalają użytkownikom na samodzielne wykorzystywanie muzealiów na wielu polach, między innymi naukowym, edukacyjnym czy w sektorze turystyki.

Wśród zdigitalizowanych zbiorów na uwagę zasługują szklane negatywy, dokumentujące przedwojenny Gdańsk oraz samo Muzeum.

MS: Muzeum prowadziło w ostatnich latach kilka projektów digitalizacyjnych dofinansowywanych ze środków Programu Wieloletniego Kultura+. Ostatni z nich, zrealizowany w 2015 roku, zakładał digitalizację 1000 szklanych negatywów i ich bezpłatne udostępnienie w internetowym katalogu zbiorów Muzeum. Powstała również specjalna strona dedykowana projektowi: http://szklanenegatywy-mng.pl/. Negatywy – powstałe w latach czterdziestych XX wieku, jeszcze w ramach działalności Stadtmuseum w Gdańsku – wyselekcjonowano ze zbioru liczącego 2777 obiektów. Unikatowa technika ich wykonania, czyniąca je

niezwykle podatnymi na zniszczenia, jak również tematyka odnosząca się do historii kultury materialnej Gdańska przesądzają o wartości badawczej tych obiektów (zwłaszcza w kontekście badań proweniencyjnych) i potrzebie ich utrwalenia oraz udostępnienia szerszemu odbiorcy. Poszczególne etapy projektu obejmowały: zinwentaryzowanie i zewidencjonowanie wyselekcjonowanych obiektów, przygotowanie negatywów pod względem konserwatorskim, wykonanie odwzorowań obiektów i przystosowanie ich do prezentacji w katalogu online, sporządzenie opisów i poszerzenie ich o słowa kluczowe, zapewniające jednolity standard udostępnienia w elektronicznym katalogu, udostępnienie zasobu w internetowym katalogu zbiorów Muzeum (http://www.zbiory.mng.gda.pl). Muzeum planuje w najbliższych latach zdigitalizować pozostałe szklane negatywy i udostępnić je wraz z tymi już zamieszczonymi na stronie. Równolegle do tych działań w MNG na bieżąco digitalizowane są kolejne obiekty, które oczekują na publikację w katalogu online.

Wersje cyfrowe szklanych negatywów są dostępne w internecie. Jak użytkownik może z nich skorzystać? Na jakich zasadach są udostępnione?

MS: Informacje na temat szklanych negatywów w zbiorach MNG można znaleźć na stronie internetowej projektu: http://www.szklanenegatywy-mng.pl. Tam też możliwe jest przeglądanie uproszczonej galerii zdigitalizowanych negatywów. Ich dokładniejszy opis dostępny jest w muzealnym katalogu zbiorów online: http://www.zbiory.mng.gda.pl. Negatywy udostępnione w internecie mają wielkość, która pozwala na wykorzystanie dokumentacji do celów edukacyjnych czy naukowych. W wypadku potrzeby skorzystania z większych plików czy chęci użycia konkretnych odwzorowań w celach komercyjnych prosimy o wypełnienie i przysłanie odpowiedniego formularza, dostępnego na stronie internetowej MNG: http://www.mng.gda.pl/udostepnianie-zdjec.

Proces digitalizacji wymaga wielu czynności. Te umiejętności to nowe kompetencje pożądane wśród pracowników pracowni konserwatorskich. Standardem staje się prowadzenie w ramach muzeum pracowni digitalizacji. To rodzi zapotrzebowanie na nowych pracowników o konkretnych umiejętnościach. Z jakich technologii korzystaliście przy digitalizacji negatywów?

MS: Rzeczywiście praca w Muzeum od jakiegoś czasu wiąże się również z koniecznością korzystania z najnowszych technologii. Sam proces digitalizacji można podzielić na kilka etapów. Naturalnie w zależności od rodzaju obiektu w każdym z nich wykorzystuje się inne metody i techniki. Pod względem jednak przygotowania negatywów, należy wykonać następujące działania.

▶ Przygotowanie konserwatorskie obiektów do digitalizacji obejmuje: usunięcie niewłaściwych, szkodliwych opakowań, przekładek, oczyszczenie negatywów, opakowanie w odpowiednie koperty każdego z nich i umieszczenie w pudłach zbiorczych wykonanych z materiałów właściwych do przechowywania zbiorów fotograficznych. Negatywy szklane czyszczono mechaniczne na sucho od odwrocia (strony z emulsją) oraz od strony lica, w tym wypadku z zastosowaniem dodatkowo środków chemicznych – mieszaniny alkoholu izopropylowego z wodą. Negatywy układano na stole zabezpieczonym miękką tkaniną i dodatkowo tkaniną z mikrowłókna. Do czyszczenia odwrocia używano specjalnych ściereczek z mikrowłókna niepozostawiających na czyszczonych powierzchniach żadnych włókien (producent Kodak). Szklane lica negatywów oczyszczano ściereczkami dodatkowo zwilżonymi mieszaniną izopropanolu z wodą i delikatnie polerowano suchą ściereczką. W trakcie oczyszczania usuwano mechanicznie stare taśmy klejące. W miarę potrzeb i możliwości użycia stosowano aceton do doczyszczenia lica szklanego z resztek taśm klejących. Po usunięciu starych taśm pęknięte negatywy podklejano tylko na krawędziach (tak, by cały kadr był czytelny); w przyszłości wskazane jest konserwatorskie klejenie popękanych, utłuczonych negatywów. Każdy negatyw po oczyszczeniu umieszczono w dostosowanej wielkością kopercie z bawełnianego papieru z atestem PAT i zapisywano ołówkiem numer negatywu. Kolekcję umieszczono w pudłach z przegrodami do stałego przechowywania szklanych płytek w pozycji pionowej. Wyjątek stanowią negatywy szklane o wymiarach 24 × 30 cm, które w niewielkich stosach (po kilka sztuk), ułożone poziomo są przechowywane w pudłach szczękowych wraz z przekładkami. Wszystkie pudła wykonane są z tektury zalecanej do przechowywania materiałów fotograficznych, a przegrody i przekładki wykonano z tektury muzealnej z czystej bawełny.

▶ Odwzorowania (ścieżka digitalizacyjna).
Przyjęto założenie konieczności skanowania bezdotykowego. Aby spełnić ten wymóg, użyto skanującej przystawki firmy Phase-One model PowerPhase FX+ dającej możliwość uzyskania pliku o nieinterpolowanej wielkości nawet do 400 Mb. Zarówno pliki przeznaczone do archiwizacji, jak i do prezentacji zostały przygotowane w dedykowanym oprogramowaniu do aparatu Phase-One. Na potrzeby realizacji zadania skonstruowano specjalne stanowisko do digitalizacji szklanych negatywów w oparciu na kolumnie reprodukcyjnej zaopatrzonej w reprodukcyjny aparat o wielkości 4 × 5 cali, do którego została zamontowana przystawka skanująca. W celu uzyskania wysokiej rozdzielczości obrazu zastosowano specjalnie dedykowane do takich celów obiektywy reprodukcyjne firmy Rodenstock, Apo-Rodagon (o ogniskowej 105 mm) oraz Apo-Rodagon (o ogniskowej 80 mm). Do ochrony

negatywów przed nadmierną ekspozycją na promieniowanie podczerwone zastosowano lustro dużego formatu odbijające światło, dzięki czemu ciepło emitowane przez źródło światła bezpośrednio nie ogrzewało szklanych negatywów. Natomiast by chronić negatywy przed promieniowaniem ultrafioletowym, zastosowano filtr pochłaniający promieniowanie UV zamontowany na źródle światła. Równomierność oświetlenia zapewniło użycie płyty rozpraszającej światło, wykonanej z mlecznego pleksiglasu.

▶ Udostępnianie.

W związku z brakiem odgórnie narzuconych i jednoznacznie określonych standardów udostępnienia obiektów w katalogach online (zarówno w zakresie dokumentacji wizualnej, jak i danych ewidencyjnych) Muzeum Narodowe w Gdańsku przyjęło wewnętrzny standard udostępnienia zbiorów w katalogu zbiory.mng.gda.pl. Określając minimalny zakres danych pozwalających na publikację danego obiektu w katalogu online, Muzeum opierało się przede wszystkim na katalogach muzeów brytyjskich, głównie na standardach przyjętych przez Victoria & Albert Museum. Głównym kryterium udostępnienia danego obiektu jest posiadanie przez niego wypełnionych danych w podstawowym zakresie w programie do elektronicznej ewidencji zbiorów MusnetNG (Integra). Większość danych opiera się na słownikach kontrolowanych i funkcjonuje również jako kryteria przeszukiwacze w katalogu online. Dodatkowo przeznaczone do publikacji w katalogu online są charakterystyki obiektów oraz słowa kluczowe, które chociaż nie są wymagane w momencie samego udostępnienia, planuje się ich sukcesywne uzupełnianie już po udostępnieniu obiektu w katalogu. Nadal trwają rozmowy z firmą dostarczającą Muzeum oprogramowanie do ewidencji i obsługi katalogu online (Navigart) nad umożliwieniem udostępnienia (w ramach zakładki „Więcej informacji") danych odnoszących się do wymiarów obiektów, ich rozszerzonych opisów oraz odniesień bibliograficznych. Udostępniane w katalogu online wizerunki obiektów opierają się na dokumentacji wizualnej spełniającej standardy zalecane przez Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. Podlegają kadrowaniu i kompresji do formatu JPG. Zmniejszana jest również ich rozdzielczość – została ona wstępnie określona na maksymalnie 1024 piksele na dłuższy bok. Obecnie trwają prace nad modyfikacją oprogramowania (Mediastore), które dotychczas automatycznie zmniejszało zdjęcia do innych rozmiarów.

Narodowe Muzeum Morskie

Wywiad z Tomaszem Bednarzem, autorem i pomysłodawcą projektu Wirtualny Skansen Wraków Zatoki Gdańskiej



August Lasczky, *Portret kapitański barku Leopold II*, 1871, https://kolekcje.nmm.pl.

Prezentowane modele wraków są wiernym odwzorowaniem rzeczywistego wyglądu tych obiektów zalegających na dnie Zatoki Gdańskiej. Tak właśnie widzą je podwodni archeologowie podczas swojej pracy – z tą różnicą, że najczęściej mała przejrzystość wody nie pozwala widzieć dalej niż 2–3 metry, a na stronie Wirtualny Skansen Wraków można objąć wzrokiem cały wrak.

Narodowe Muzeum Morskie bardzo dużo inwestuje. Powstają nowe oddziały w Tczewie, planowany jest Łebie, niedawno zmodernizowano Ośrodek Kultury Morskiej w Gdańsku. Jeden z nowych oddziałów – Wirtualny Skansen Wraków (WSW) – jest w całości dostępny tylko online. Skąd pomysł na takie działanie? Dlaczego ważne jest wykorzystywanie nowych technologii i mechanizmów w instytucji kultury?

Tomasz Bednarz: Wirtualny skansen wraków jest oddziałem Muzeum, możemy w nim prezentować niedostępne szerszej publiczności wraki statków, których wydobycie byłoby bardzo kosztowne. Wirtualne muzeum daje możliwość przedstawienia w równym stopniu i na tych samych zasadach efektów naszej pracy szerokiej publiczności na całym świecie. Dążymy do tego, aby modele wraków były jak najprecyzyjniej opisane, dzięki czemu wiedza tam zawarta może służyć badaczom i pasjonatom z różnych dziedzin nauki.

Czy mógłby Pan krótko przedstawić historię tego projektu?

TB: Od 2013 roku tworzymy trójwymiarowe fotogrametryczne modele wraków. Przedtem do wizualizacji wykorzystywano rysunek i/lub budowano makiety. Zaczęliśmy stosować tę metodę dokumentacji jako jedni z pierwszych w świecie (w tym samym roku zaczęli ją wykorzystywać amerykańscy badacze z uniwersytetu w Teksasie – w ten sposób dokumentowali jeden z wraków u wybrzeży Chorwacji). Do przygotowania jednego modelu wraku potrzebnych jest 6–8 tysięcy zdjęć. W latach 2015–2016 prowadzono realizację projektu badawczo-naukowego Wirtualny Skansen Wraków Zatoki Gdańskiej, dofinansowanego z środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Narodowego Muzeum Morskiego w Gdańsku. W 2016 roku uruchomiliśmy serwis www.wsw.nmm.pl – do końca 2016 roku planowane jest zamieszczenie w nim 13 wraków z Zatoki Gdańskiej. W następnych latach wirtualny skansen zostanie wzbogacony o kolejne modele 3D. W najbliższych latach w ramach Wirtualnego Skansenu Wraków Zatoki Gdańskiej powstanie dokumentacja archeologiczna wszystkich dotychczas rozpoznanych wraków, zarówno drewnianych, jak i metalowych, znajdujących się na dnie Zatoki.

W przygotowaniu jest także rozszerzenie serwisu o dział Zabytki z wraków. Trójwymiarowe modele zabytków wydobytych z wraków zostaną dołączone do modeli wraków. Planujemy realizację tego ostatniego pomysłu na 2017 rok.

Cały oddział WSW jest z natury naszpikowany technologiami. Użytkownicy mogą obejrzeć podwodne wraki, tak jak widzą je badający je archeolodzy. Jakich technologii i narzędzi użyliście do odzwierciedlenia tego obrazu?

TB: Z punktu widzenia użytkownika ciekawą opcją jest Google VR typu Cardboard – funkcja, która umożliwia oglądanie modeli wraków w technologii 3D za pośrednictwem smartfonów. Wystarczy oglądać stronę WSW za pomocą odpowiednich Google Cardboard, żeby przenieść się w trzeci wymiar i poczuć się jak naukowiec badający dna mórz.

Natomiast do samego przygotowania modeli wykorzystaliśmy oprogramowanie typu *Structure from Motion* (SfM). Modele wraków oraz zabytków są również udostępniane w serwisie Sketchfab.com (https://sketchfab.com/nmm).

Wirtualny Skansen Wraków to efekty waszych wieloletnich badań. Na jakich zasadach udostępniane są zbiory?

TB: Przygotowane modele oraz opisy wraków są udostępnione na zasadzie pełnej ochrony prawnoautorskiej. Prawa autorskie należą do Narodowego Muzeum Morskiego w Gdańsku.

Osoby zaangażowane w realizację wirtualnego skansenu wraków:

→ dr Tomasz Bednarz – autor i pomysłodawca projektu Wirtualny Skansen Wraków Zatoki Gdańskiej

→ Janusz Różycki – archeolog i fotograf podwodny, nurek II klasy

→ Wojciech Joński – kustosz Działu Oceanografii i kierownik prac podwodnych

→ Zbigniew Jarocki – zawodowy nurek; od 1970 roku pracował na wszystkich stanowiskach archeologicznych badanych przez Narodowe Muzeum Morskie w Gdańsku.

Ekipa Narodowego Muzeum Morskiego w Gdańsku tworząca projekt została nominowana do przyznawanej przez „National Geographic" prestiżowej nagrody TRAVELERY 2015 w kategorii Naukowe Odkrycie Roku za „Opracowanie i wdrożenie nowatorskiej metody podwodnego dokumentowania wraków w 3D".

Doktor Tomasz Bednarz jako kierownik badań został uhonorowany Nagrodą Marszałka Województwa Pomorskiego w konkursie Pomorska Nagroda Muzealna 2015 za pomysł i realizację projektu „Badania archeologiczne wraków z Zatoki Gdańskiej z zastosowaniem fotogrametrycznej dokumentacji 3D".

Narodowe Muzeum Morskie

*Wywiad z **Przemysławem Węgrzynem**, zastępcą kierownika Działu Edukacji Narodowego Muzeum Morskiego w Gdańsku; odpowiada za realizację stanowisk interaktywnych w Ośrodku Kultury Morskiej w Gdańsku i Centrum Konserwacji Wraków Statków w Tczewie.*



Muszla ślimaka z gatunku Murex pecten Solander, 1983–1993, https://kolekcje.nmm.pl.

CKWS bardzo nowoczesna instytucja. Od początku zakładaliśmy możliwie szerokie wykorzystanie nowoczesnych technologii i rozwój zasobów cyfrowych. Digitalizacja, która odbywa się w naszym muzeum już od kilku lat, zrodziła potrzebę zaprezentowania w internecie zbiorów cyfrowych. Wirtualne Muzeum Morskie jest odpowiedzią na tę potrzebę.

W rozmowie z Pana kolegą Tomaszem Bednarzem wspominałam o wielu inwestycjach Muzeum – budowa nowego oddziału w Tczewie – Centrum Konserwacji Wraków Statków (CKWS) jest jedną z nich. To ogromne przedsięwzięcie realizowane w partnerstwie z wieloma organizacjami. Proszę w skrócie opisać ideę powstania Centrum.

Przemysław Węgrzyn: Centrum Konserwacji Wraków Statków to pracownia konserwatorska z magazynem studyjnym, w którym gromadzimy zbiory Narodowego Muzeum Morskiego – w szczególności oryginalne łodzie, kajaki, jachty oraz elementy konstrukcyjne wraków statków bałtyckich, które dokumentują historię rozwoju tej dziedziny nauki – ta funkcja muzealna jest tym, czym CKWS się wyróżnia. Stwarzamy unikatową w skali kraju możliwość podejrzenia pracy konserwatorów, archeologów, badaczy i muzealników.

To bardzo nowoczesna instytucja. Od początku zakładaliśmy możliwie szerokie wykorzystanie nowoczesnych technologii i rozwój zasobów cyfrowych. Zwiedzający mogą skorzystać między innymi z opcji dostępu do rozszerzonej rzeczywistości i przez własne urządzenia mobilne dzięki specjalnej aplikacji „Jachty i wraki" uzyskać dodatkowe informacje na temat najciekawszych obiektów prezentowanych w CKWS. To rozwiązanie jest szczególnie atrakcyjne dla młodych osób, daje wiele możliwości na przyszłość.

Do dyspozycji zwiedzających oddajemy również stanowiska interaktywne, w tym między innymi ogromne akwaria z wodą, a w nich podwodne, zdalnie sterowane roboty – takie same, jakich używa się w badaniach archeologicznych. Wszystko po to, by odwiedzający nas goście jak najlepiej mogli poznać pracę podwodnego archeologa i muzealnika dokumentującego zabytki marynistyczne.

Narodowe Muzeum Morskie bardzo się rozwija i to nie tylko jeśli chodzi o infrastrukturę. Dużym krokiem naprzód jest realizacja wirtualnego oddziału Muzeum, a mianowicie Wirtualnego Skansenu Wraków. Powstaniu Centrum również towarzyszą działania z wykorzystaniem nowych mediów i technologii?

PW: Niemal równolegle z otwarciem CKWS uruchomiliśmy nową stronę internetową – Wirtualne Muzeum Morskie (www.wmm.nmm.pl) wraz z podstroną kolekcje.nmm.pl. Umożliwiliśmy tym samym zobaczenie nie tylko wszystkich oddziałów w formie wirtualnych spacerów (panoram 360°), ale także zbiorów online. Digitalizacja, która odbywa się w naszym Muzeum już od kilku lat, zrodziła potrzebę zaprezentowania w internecie zbiorów cyfrowych. Wirtualne Muzeum Morskie jest odpowiedzią na tę potrzebę. Oprócz udostępnionej tam kolekcji online (obrazy o tematyce marynistycznej, zabytki archeologiczne z wraków statków, przedmioty związane z historią związków Polski i Gdańska z morzem) Wirtualne Muzeum Morskie oferuje też gry edukacyjne na urządzenia mobilne, narzędzia do tworzenia własnych prezentacji o tematyce morskiej na bazie zbiorów cyfrowych Muzeum czy kalendarium historyczne ważnych wydarzeń morskich. Nie ukrywam, że przygotowaliśmy tę stronę głównie z myślą o dzieciach i młodzieży oraz jako narzędzie pomocne nauczycielom. Zapraszamy ich zresztą do współpracy i liczymy na ich zaangażowanie.

Współpraca z nauczycielami to ważny element pracy każdego muzeum. Wszystkim zależy na jak największej obecności dzieci i młodziezy w instytucjach kultury, ale też na korzystaniu z jego zbiorów. Posiadanie zbiorów cyfrowych daje możliwości innowacyjnych pomysłów na edukację kulturalną w porównaniu z dotychczasowymi metodami. Jakie możliwości współpracy z nauczycielami możecie zaproponować?

PW: Oprócz tak oczywistej jak zachęta do korzystania z naszych zbiorów cyfrowych w swojej pracy, chcielibyśmy również zaproponować współtworzenie testów wiedzy o tematyce morskiej. Na stronie Wirtualnego Muzeum Morskiego znajdują się gotowe pytania do wykorzystania przez nauczycieli, ale istnieje też możliwość dodania własnych, które mogą zasilić wspólną bazę. Razem możemy stworzyć w ten sposób ciekawy otwarty zasób edukacyjny. Będzie też możliwość zlecenia przygotowania całego testu sprawdzającego wiedzę. Pracownik Muzeum przygotuje go dla nauczyciela na specjalne zamówienie.

Czego mogłyby dotyczyć takie pytania?

PW: Wbrew pozorom zakres pytań może być bardzo szeroki. Mam na myśli pytania z historii, matematyki, fizyki czy chemii, które mogą dotyczyć morza i statków.

Zbiory cyfrowe to promocja Muzeum. W ten sposób otwieracie się na użytkowników z najodleglejszych zakątków świata. Narodowe Muzeum Morskie wyrasta zresztą na lidera otwartości wśród gdańskich instytucji kultury. Należy pamiętać o Wirtualnym Skansenie Wraków. Musicie liczyć się

z tym, że użytkownicy będą w różny sposób korzystać z waszych zbiorów.

PW: Większość zbiorów należy do domeny publicznej, co oznacza, że każdy może z nich swobodnie korzystać – również przerabiać, kopiować i wykorzystywać do celów komercyjnych. W tych wypadkach, w których będą występować jakiekolwiek ograniczenia natury prawnoautorskiej, będziemy to jasno komunikować w opisie danego zabytku. Tak aby każdy użytkownik wiedział, jak może wykorzystać dany zbiór. Z reguły jednak udostępniamy te zbiory, które możemy, na otwartej licencji CC-BY. Otwiera to możliwości wykorzystania również komercyjnego.

Narodowe Muzeum Morskie

*Wywiad z **Pawłem Monkiewiczem**, asystentem w Dziale Digitalizacji Narodowego Muzeum Morskiego w Gdańsku, absolwentem Historii na Uniwersytecie Gdańskim. Zajmuje się organizacją procesów digitalizacji w Muzeum*



Maszyna do pisania Olympia Progress (walizkowa), 1. połowa XX wieku, https://kolekcje.nmm.pl.

Chciałbym podkreślić, że doceniamy walory popularnonaukowe Wikipedii i liczymy na rozpowszechnienie tematyki archeologii podwodnej, która jest obecna u nas od lat, ale nadal jest dużo mniej znana i popularna niż np. w krajach skandynawskich.

Dopełniając wizerunek nowoczesnej i otwartej instytucji, w 2016 roku zdecydowaliście się udostępnić część zdigitalizowanych zbiorów w Wikipedii. Czy mógłby Pan opisać, jak przebiegała współpraca i jakie zbiory uzupełnią zasoby Wikimedia Commons?

Paweł Monkiewicz: Inicjatywa wyszła od Wikimedii, a nam pomysł się spodobał, gdyż wpisuje się w nasz plan upubliczniania zbiorów w internecie. Na początku będą to przede wszystkim obiekty znajdujące się w Centrum Konserwacji Wraków Statków w Tczewie, a także w Muzeum Wisły w Tczewie oraz muzealia z wystaw w Spichlerzach na Ołowiance, które zostały wydobyte w ramach archeologicznych badań podwodnych. Chciałabym podkreślić, że doceniamy walory popularnonaukowe Wikipedii i liczymy na rozpowszechnienie tematyki archeologii podwodnej, która jest obecna u nas od lat, ale nadal jest dużo mniej znana i popularna niż na przykład w krajach skandynawskich.

Jak praktycznie przebiega taka współpraca? Czy pracujecie z Wikipedystą rezydentem?

PM: Dopiero rozpoczęliśmy współpracę z Wikimedia, ale już mamy sporo planów. Jakie będą tego rezultaty, przekonamy się zapewne się za kilka miesięcy. Obecnie nie mamy ustanowionego rezydenta, ale możliwe, że w perspektywie czasu pojawi się taka potrzeba. Na pewno będziemy chcieli stworzyć stronę projektową, na której zamieszona byłaby duża liczba haseł związanych z archeologią podwodną. Liczymy również, że uda nam się zaktywizować dzieci, młodzież i seniorów, zarówno w charakterze współtwórców publikowanych artykułów, jak i odbiorców.

Polska Akademia Nauk Biblioteka Gdańska

Wywiad z Martą Pawlik-Flisikowską, historykiem, w PAN Bibliotece Gdańskiej prowadzi Pracownię Fotografii; gromadzi, opracowuje i udostępnia dawne zdjęcia Trójmiasta



Ulica Długa w Gdańsku, pocztówka, zbiory PAN BG.

Taki feedback podziałał na nas niczym kubeł zimnej wody – patrząc z perspektywy – dziękujemy za niego, szczególnie że otrzymałyśmy go na tak wczesnym etapie realizacji. To też pokazuje, jak ważne są testy, prototypowanie produktów i konsultacje z szerokim gronem odbiorców.

W 2016 roku Polska Akademia Nauk (PAN) Biblioteka Gdańska współpracowała z Instytutem Kultury Miejskiej, realizując materiały edukacyjne inspirowane jej zbiorami cyfrowymi. Proces opracowywania tych materiałów i sama realizacja dostarczyły wielu doświadczeń i satysfakcji – była to bardzo efektywna współpraca. O rocznym miniprojekcie w ramach Pracowni Nowych Mediów opowiem wspólnie z Martą Pawlik-Flisikowską z PAN Biblioteki Gdańskiej.

Karina Rojek: W drugim roku projektu postanowiliśmy skupić się na wybranej gdańskiej instytucji kultury, aby wspólnie z nią przygotować materiały edukacyjne. Ze względu na bogatą kolekcję udostępnioną w dużej mierze w internecie i aktywność pracowników PAN Biblioteki Gdańskiej to właśnie ich zaprosiliśmy do współpracy. Duży potencjał zbiorów Biblioteki, który czekał na wykorzystywanie, był dodatkowym motywatorem. Zaproponowałam udział w projekcie Marcie Pawlik-Flisikowskiej – pracującej w Dziale Fotografii, która jest również odpowiedzialna za promocję instytucji. Zgodziła się, tak naprawdę nie znając szczegółów, ponieważ konkretne pomysły miały zostać dopiero opracowane – takie były warunki projektu. Jestem jej wdzięczna za zaufanie.

Marta Pawlik-Flisikowska: To prawda. Zgodziłam się, choć znałam tylko główny cel: przygotowanie materiałów edukacyjnych dla użytkowników internetu na bazie zbiorów cyfrowych Biblioteki, które spopularyzują twórcze z nich korzystanie. Oczywiście od razu pomyślałam o dodatkowej korzyści, jaką takie materiały będą niosły dla samej Biblioteki – chodzi o promocję Biblioteki jako instytucji nowoczesnej i popularyzowanie naszych zbiorów – jednych z najciekawszych w kraju.

KR: Efekty promocyjne są nieuniknione, ale i pożądane. Na każdym etapie podkreślaliśmy to, że realizacja projektu z Biblioteką ma też na celu zmianę postrzegania jej jako instytucji skostniałej, zamkniętej i przeznaczonej dla naukowców. Ten efekt promocyjny pojawi się zresztą za każdym razem, gdy nasze pomysły wykorzysta inna instytucja – do czego zachęcamy. Wracając do projektu – zaplanowaliśmy warsztaty, na które zaprosiliśmy bibliotekarzy, polonistów, programistów, ekspertów od prawa autorskiego i otwartych zasobów. Poprowadziła je specjalistka

od *design thinking*. Skupiliśmy się na użytkownikach – stworzyliśmy grupę docelową, do której chcielibyśmy dotrzeć w pierwszej kolejności. Zastanawialiśmy się nad korzyściami, jakie możemy im zaoferować. Po trzech dniach spotkań wyłoniła się koncepcja serwisu internetowego, który umożliwiałby samodzielne przygotowywanie GIF-ów na bazie udostępnionych grafik. Zbiory w serwisie byłyby wyselekcjonowanym zbiorem atrakcyjnych wizualnie ilustracji: grafik, zdjęć, map, rycin itp. Dodalibyśmy również merytoryczne opisy i linki odwołujące do źródeł. Serwis nazwaliśmy roboczo – Ożywiacz.

MP-F: Koncepcja była dobrze opracowana, ale pojawiła się możliwość konsultacji pomysłu z programistami ze społeczności Koduj dla Polski/Trójmiasto i zdecydowałyśmy się z niej skorzystać. Na szczęście – innaczej nasze działania najprawdopodobniej skończyłyby się fiaskiem. Nasze wyobrażenia o możliwościach użytkowników sieci okazały się wyolbrzymione. Sam pomysł oceniono jako dobry, ale realizacja i późniejsze użytkowanie jednoznacznie zostały uznane za wątpliwe, ponieważ robienie dobrych GIF-ów to umiejętność godna najlepszych grafików, a podstawowe animacje na niskim poziomie nie są dla potencjalnych użytkowników satysfakcjonujące – nie będą więc chcieli ich robić. Taki feedback podziałał na nas niczym kubeł zimnej wody – patrząc z perspektywy – dziękujemy za niego, szczególnie że otrzymałyśmy go na tak wczesnym etapie realizacji. To też pokazuje, jak ważne są testy, prototypowanie produktów i konsultacje z szerokim gronem odbiorców.

KR: Mimo wszystko, a może właśnie z wdzięczności za szczerość przy jednoczesnych deklaracjach pomocy i wspierania samego pomysłu wykorzystania zbiorów cyfrowych zdecydowałyśmy się kontynuować współpracę ze społecznością Koduj dla Polski i odtąd regularnie uczestniczyłyśmy w spotkaniach. Wśród innych uczestników znalazłyśmy osoby, które dołączyły do zespołu i dalej z nami realizowały projekt. Do współpracy zaprosiłyśmy graficzkę Joannę Michniewską – późniejszą autorkę wszystkich rewelacyjnych GIF-ów, fotografa i montażystę Sebastiana Ruczyńskiego – autora filmów i zdjęć dokumentujących projekt, oraz programistę Barnabę Pawełczaka – który przygotował serwis. Zreformowałyśmy koncepcję i uprościłyśmy ją – projekt otrzymał też nową nazwę PANkreator. W nowej formule był to również serwis internetowy, z tą różnicą, że oferował gotowe GIF-y przygotowane na bazie zbiorów Biblioteki, które użytkownicy mogli swobodnie wykorzystywać w mediach społecznościowych, prezentacjach lub jako ilustracje własnych treści. Wątek opisów i linków do źródeł pozostał bez zmian i przybrał formę bloga eksperckiego. Padł pomysł dodania możliwości dogrywania do GIF-ów treści przetwarzanych przez syntezator mowy i przygotowywania w ten sposób spersonalizowanych wiadomości, ze względów finansowych musieliśmy to rozwiązanie ograniczyć do minimum – co oczywiście nie oznacza, że nie będzie można do niego wrócić.

MP-F: Udało nam się też uzyskać coś ekstra, co z jednej strony fantastycznie uzupełnia serwis internetowy, a z drugiej jest też samodzielnym bytem... a raczej botem. Dzięki udziale w hakatonie kulturalnym w Warszawie w październiku 2016 roku nasze zbiory z Pomorskiej Biblioteki Cyfrowej są losowo i automatycznie codziennie publikowane na Twitterze i Facebooku przez bota PANkreator, którego w ciągu dwóch dni przygotowali dla nas programiści Piotr Gołąb i Weronika Sikorska. Praca z nimi była czystą przyjemnością. Poświęcili swój czas i dali nam coś, co realnie promuje nasze zbiory w internecie. Zasady hakatonu warunkowały publikowanie przygotowanych narzędzi na otwartych licencjach. Kod bota jest publicznie dostępny w sieci: https://github.com/vevurka/pbc. PANkreator publikuje automatycznie i jest w zasadzie bezobsługowy, natomiast jeśli moderujemy jego posty, eksperymentujemy z jego „osobowością", widzimy, że to skutkuje większym zaangażowaniem ze strony odbiorców i nowymi polubieniami. Pozostawiamy więc formułę tych profili do ustalenia. Na pewno jednak będziemy z nich korzystać, tym bardziej że Biblioteka planuje, aby w jeszcze większym stopniu udostępniać swoje zbiory ikonograficzne przez specjalnie dedykowaną temu stronę. W związku z tym też serwis pankreator.org będzie idealnie pasował do nowej strategii. Biblioteka naprawdę wiele zyskała dzięki tej współpracy. Samo przygotowywanie takich narzędzi było odbierane w środowisku jako innowacyjne. Liczę na to, że to dopiero początek. Będziemy starali się też już samodzielnie rozwijać serwis – dodawać nowe GIF-y i nowe treści na blogu. Chcemy, żeby stał się stałym punktem naszej oferty i strategii komunikacji.

Serwis pankreator.org to największy z naszych materiałów edukacyjnych. Jesteśmy z niego bardzo dumni. Wypracowana formuła współpracy z instytucją kultury, doświadczenie, jakie zdobyliśmy przy projektowaniu serwisu, a także partnerstwo i współpraca z trójmiejskim Hackerspace'em są dla nas bezcenne. Naturalnie zachęcamy inne biblioteki i inne instytucje do wykorzystywania tego pomysłu. A użytkowników do korzystania z GIF-ów i informacji ze strony. Mamy nadzieję, że GIF-y będą w stałym użyciu i zaczną żyć swoim życiem. Liczę na to, że kiedyś w najmniej oczekiwanym miejscu natknę się na GIF z pankreator.org. A nade wszystko mam nadzieję, że znajdą się zachęcone nimi osoby, które same odkryją coś dla siebie w zbiorach Biblioteki.

Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada-Korzeniowskiego w Gdańsku

*Wywiad z **Alicją Wiczling**, specjalistką ds. promocji w Wojewódzkiej i Miejskiej Bibliotece Publicznej w Gdańsku*



Warsztaty z druku 3 D. BIBLIOCAMP 2015, fot.A.Matusewicz.

Nikogo nie dziwi, że drukarka 3D znajduje się w bibliotecznej czytelni, a młodzi przychodzą do biblioteki pograć na konsoli czy skorzystać z iPada. BIBLIOCAMP pokazuje, jak mądrze i w przemyślany sposób wykorzystywać do własnych celów nowoczesne technologie.

Co dla Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku oznacza określenie „nowoczesna instytucja kultury"? Czy to wiąże się prosto z wykorzystywaniem nowych mediów i technologii?

Alicja Wiczling: Nowoczesna instytucja to taka, która reaguje na zmiany, czyli ciągle dostosowuje ofertę do potrzeb swoich czytelników. Oczywiście, wiąże się to również z wykorzystaniem nowych mediów i technologii, które przeniknęły do naszej codzienności.

W takim razie zapewne dlatego, oprócz tradycyjnie pojmowanej działalności związanej z wypożyczaniem książek, zajmujecie się także między innymi edukacją medialną i cyfrową. Jednym z ważniejszych aspektów tej aktywności jest projekt BIBLIOCAMP. Proszę powiedzieć coś więcej o tym projekcie.

AW: Coraz częściej biblioteki w swych usługach, oprócz tradycyjnych funkcji – udostępniania książek, oferują dodatkowe działania, takie jak dostęp do nowych technologii oraz warsztatów rozwijających kompetencje medialne. Nikogo już nie dziwi, że w bibliotece można nauczyć się programowania, projektowania 3D, czy też za darmo skorzystać ze sprzętów multimedialnych. Nie wystarczy dać do ręki nowe multimedialne narzędzie. To zdecydowanie za mało. Nie chodzi o to, aby sprzęt sam w sobie był wartością, tylko by z niego korzystać w wartościowy sposób. Dlatego ważnym aspektem w działalności Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku jest projekt BIBLIOCAMP. Jest on realizowany w bibliotece już od 5 lat, kiedy edukacja medialna i informacyjna zaczęła dopiero raczkować w instytucjach kultury. Teraz te działania są już bardzo powszechne i absolutnie nikogo nie dziwi, że drukarka 3D znajduje się w bibliotecznej czytelni, a młodzi przychodzą do biblioteki pograć na konsoli czy skorzystać z iPada. BIBLIOCAMP pokazuje, jak mądrze i w przemyślany sposób wykorzystywać do własnych celów nowoczesne technologie. Przeprowadziliśmy już ponad 100 warsztatów, na których osoby w różnym wieku uczyły się, jak w wartościowy sposób sięgać po nowe media, tak by służyły użytkownikom, a nie odwrotnie. Zachęcam wszystkie instytucje, które chcą rozpocząć swoją przygodę z prowadzeniem elementów edukacji medialnej i cyfrowej w swojej instytucji, do lektury naszej publikacji

– przewodnika o tym, jak wprowadzić elementy edukacji medialnej w bibliotece, zatytułowanego *Biblioteka – tu można więcej! Jak budować centra edukacji medialnej i cyfrowej* (https://issuu.com/bibliocamp/docs/biblioteka_issuu).

Biblioteka nie stroni od nowych mediów i technologii. Stara się być z nimi na bieżąco i korzystać z nich w różny sposób. Edycję Europejskiej Nocy Muzeów 2016 uatrakcyjniła na przykład gra miejska w formie aplikacji mobilnej. Mimo ogromnej konkurencji w tym dniu ta propozycja cieszyła się bardzo dużym powodzeniem. Czy sukces tego przedsięwzięcia przełoży się na kolejne podobne realizacje?

AW: Stworzyliśmy grę opartą na podstawie opowiadań kryminalnych sir Arthura Conan Doyle'a, autora słynnych książek o Sherlocku Holmesie. Gdańsk Śródmieście na potrzeby gry zamienił się w dziewiętnastowieczny Londyn. Każdy zainteresowany rozwikłaniem tajemnicy może bezpłatnie pobrać aplikację ActionTrack z internetowych sklepów AppStore lub Google Play oraz zeskanować kod, który znajduje się na stronie Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku. Gdy gracze pojawią się na Targu Węglowym w Gdańsku z uruchomioną aplikacją, ta automatycznie przekieruje ich w kolejne punkty gry. Z dostępu do gry korzystają również uczniowie gdańskich szkół, którzy w ten sposób odbywają nietypową lekcję literatury.

Swego rodzaju kontynuacją tej formy angażowania czytelników była akcja – „Książka GO". W ramach akcji ukryliśmy 30 nowości wydawniczych w różnych lokalizacjach miasta, a na naszej stronie internetowej zamieściliśmy wskazówki w formie zagadek, które wskazywały, gdzie można odnaleźć książkę. Do odnalezienie poszczególnych książek należało wykorzystać również odpowiednią aplikację do gry wykorzystującą między innymi geolokalizację.

Sądząc po dużej popularności obu akcji – będą one powtarzane. Pomówmy teraz o czymś co jest stale dostępne. Biblioteka oferuje bezpłatne wypożyczenia e-booków z kolekcji serwisu Legimi. Proszę powiedzieć, czy czytelnicy chętnie korzystają z tej możliwości i jakie mają z niej konkretne korzyści?

AW: Wakacje oraz urlop, niezależnie od pory roku, to idealny czas na nadrobienie lekturowych zaległości. Darmowy dostęp do e-booków umożliwia czytanie książek, gdziekolwiek jesteś, wystarczy, że posiadasz przy sobie urządzenie mobilne. Jeśli tylko znajdzie się chwila na czytanie, wystarczy sięgnąć po smartfon, tablet bądź czytnik do książek. Nic nie zastąpi książki w papierowy wydaniu, ale e-booki to dobre rozwiązanie dla osób czytających bardzo dużo oraz tych, którzy na lekturę nie mają zbyt wiele czasu, ale starają się go sobie wygospodarować w podróży czy w chwilach wolnych od codziennych obowiązków. Czytelnicy

bardzo chwalą sobie naszą nową usługę. Z darmowego dostępu do e-booków mogą korzystać wszyscy posiadacze Karty do kultury, czyli czytelnicy Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku. W dowolnej filii bibliotecznej otrzymają kod, który po rejestracji na stronie daje dostęp do 15 000 e-booków, w tym wielu nowości. Znaczna część książek to tytuły, które niedawno trafiły na regały w księgarniach i bibliotekach. Czytelnicy korzystają z platformy przez 30 dni. Po miesiącu użytkowania mogą otrzymać dostęp na kolejny miesiąc, wystarczy, że udadzą się do jednej z naszych bibliotek po kolejny kod.

Biblioteka posiada własną pracownię digitalizacji i współpracuje z Bałtycką Biblioteką Cyfrową – jakie zbiory możemy tam znaleźć? Czy uważacie digitalizację zbiorów za konieczność?

AW: W Bałtyckiej Bibliotece Cyfrowej i Gdańskiej Bibliotece Cyfrowej udostępniane są zbiory opracowane przez Dział Regionalny Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gdańsku. Digitalizujemy wiele czasopism regionalnych, jak „Dziennik Bałtycki", „Wieczór Wybrzeża", „Litery", „30 Dni", „Jantarowe Szlaki", „Nasze Morze". W zdigitalizowanych zbiorach odszukać można też starodruki w języku plattdeutsch i łacinie o Gdańsku przed wiekami, przedwojenną literaturę, mapy dawnego Gdańska i Pomorza, historyczne przewodniki po naszym regionie oraz stare pocztówki i fotografie. Digitalizacja, a następnie udostępnianie w internetowych bibliotekach zasobów umożliwia szybki i łatwy dostęp do interesujących nas materiałów. Większość zbiorów, ze względu na ich stan , nie byłaby tak łatwo dostępna, gdyby nie ich cyfryzacja. Do tego wyszukiwanie interesujących materiałów w bibliotekach cyfrowych jest o wiele prostsze. Obecnie, w ramach przedsięwzięcia „Wi@tr od morza", do Bałtyckiej Biblioteki Cyfrowej trafią zdigitalizowane przedwojenne i powojenne czasopisma o tematyce morskiej i pomorskiej (wymienione wyżej i inne, np. „Tygodnik Gdański", „Norda"), wydawnictwa ciągłe (np. „Roczniki Statystyczne Gdyni", „Roczniki Rady Interesantów Portu w Gdyni"), fotografie przedstawiające przedwojenną Gdynię, przedwojenne gdyńskie dokumenty urzędowe, a także literatura marynistyczna. Godne polecenia są już widoczne w bibliotece cyfrowej publikacja *Kogo szukasz? Informator dla handlu i przemysłu. Spis mieszkańców. Gdynia Gdańsk Pomorze Wybrzeże* z 1937 roku oraz księgi adresowe Gdyni z lat trzydziestych. XX wieku, które trafią na internetowe „łamy" lada dzień. Wszystkie te publikacje pochodzą nie tylko ze zbiorów WiMBP w Gdańsku, ale również od naszych partnerów: Narodowego Muzeum Morskiego i Muzeum Miasta Gdyni.
Adres Bałtyckiej Biblioteki Cyfrowej: www.bibliotekacyfrowa.eu

GDAŃSK, 2016