

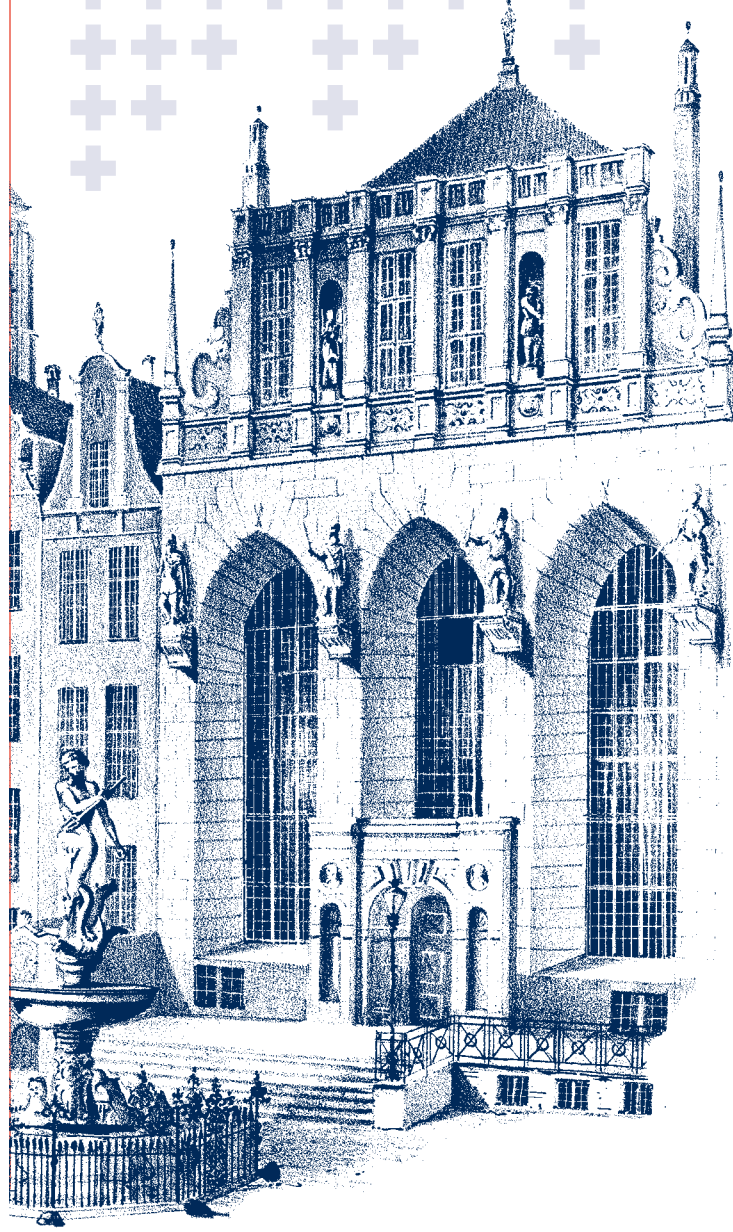


MUZEUM HISTORYCZNE MIASTA GDAŃSKA

CYFROWA STRATEGIA MUZEUM HISTORYCZNEGO MIASTA GDAŃSKA NA LATA 2016-2018

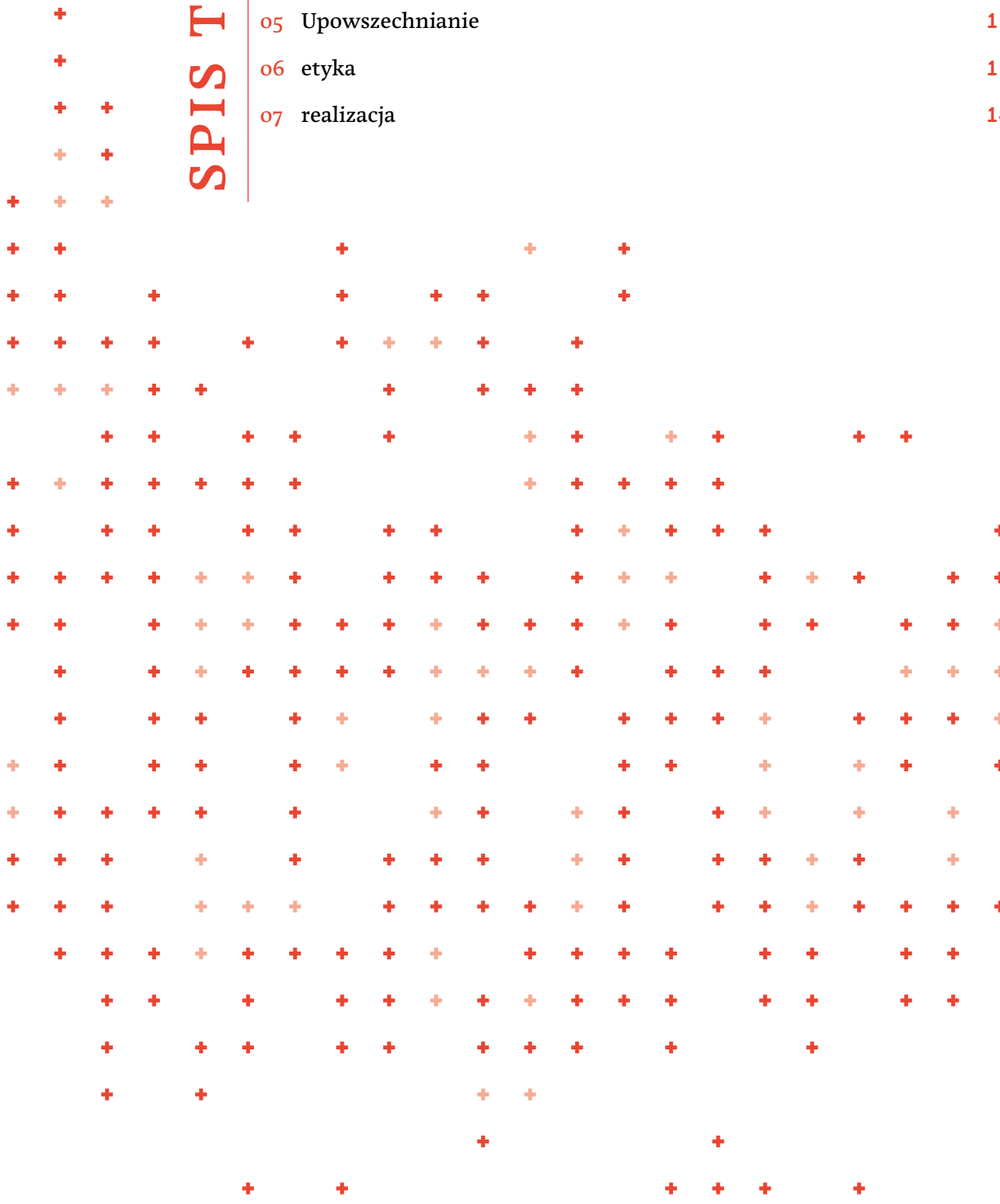
Cyfrowa strategia Muzeum Historycznego
Miasta Gdańska określa kierunki rozwoju
muzeum w obszarze cyfrowych technologii
i usług na lata 2016-2018.

GDAŃSK 2017



SPIS TREŚCI

01	Muzeum	4
02	Analiza stanu	6
03	Kierunek	9
04	Różnorodność	11
05	Upowszechnianie	12
06	etyka	13
07	realizacja	14



01

MUZEUM

ORGANIZATOR

Muzeum Historyczne Miasta Gdańska jest samorządową instytucją kultury prowadzoną przez Gminę Miasto Gdańsk.

Muzeum wpisane jest do Rejestru Instytucji Kultury pod numerem 3/92.

RADA

Rada Muzeum jest organem sprawującym nadzór nad wypełnianiem przez muzeum jego powinności wobec zbiorów i społeczeństwa określonych w art. 1 ustawy o muzeach, a także ocenia, na podstawie przedłożonego przez dyrektora muzeum sprawozdania rocznego z działalności, działalność muzeum oraz opiniuje przedłożony przez dyrektora roczny plan działalności.

Prezydent Miasta Gdańska Zarządzeniem Nr 404/13 z dnia 29 marca 2013 powołał Radę Muzeum Historycznego Miasta Gdańska na lata 2013-2017.

ODDZIAŁY

Siedzibą muzeum jest Ratusz Głównego Miasta. Ponadto muzeum prowadzi oddziały Dwór Artusa, Dom Uphagena, Muzeum Bursztynu, Muzeum Nauki Gdańskiej, Muzeum Poczty Polskiej w Gdańsku, Twierdza Wisłoujście, Wątownia Nr 1 na Westerplatte.

Muzeum sprawuje również opiekę nad Basztą Na Zamurzu i historycznymi murami miasta.

Niestety, ze względu na historyczny charakter oddziałów muzeum dostęp do nich jest bardzo ograniczony dla osób z niepełnosprawnością ruchową, w tym w szczególności na wózkach inwalidzkich. Wobec tego cyfrowe udostępnianie zasobów muzeum jest tym ważniejsze.

ZBIORY (W TYM LICZBA)

Zbiory muzeum liczą ponad 23800 muzealiów, a liczne kolekcje obejmują między innymi numizmaty, grafikę, zabytki etnograficzne i archeologiczne, wytwory rzemiosła artystycznego, militaria, przedmioty użytkowe, fotografie, zbiory historyczne i przyrodnicze.

KADRA

Muzeum zatrudnia blisko 120 pracowników, z czego 34 to pracownicy merytoryczni sprawujący opiekę nad zbiorami w działach i oddziałach.

FREKWENCJA

W latach 2011-2015 muzeum odwiedziło blisko 1,6 miliona gości. W tym okresie stronę internetową muzeum oraz strony projektów prowadzonych przez muzeum odwiedziło ponad 860 tysięcy użytkowników, z czego blisko 70 procent stanowili unikalni goście.

FINANSOWANIE

Gmina Miasta Gdańsk przekazuje Muzeum Historycznemu Miasta Gdańska środki finansowe w formie dotacji: podmiotowej na dofinansowanie działalności bieżącej w zakresie realizowanych zadań statutowych, w tym utrzymanie i remonty obiektów; celowej na finansowanie lub dofinansowanie kosztów realizacji inwestycji; celowej na realizację wskazanych zadań i programów.

Przychodami Muzeum Historycznego Miasta Gdańska są: przychody z prowadzonej działalności, w tym sprzedaży składników majątku ruchomego; przychody z najmu i dzierżawy składników majątkowych; dotacje z budżetu państwa; środki otrzymane od osób fizycznych i prawnych; środki otrzymane z innych źródeł.

Przychody uzyskane z działalności gospodarczej mogą być wykorzystane wyłącznie w celu finansowania działalności statutowej Muzeum.

02

ANALIZA
STANU

Zestawione poniżej analizy SWOT i PESTLE wskazują podstawę podejmowanych działań cyfrowych i korzyści z nich wynikające.

ANALIZA SWOT

MOCNE STRONY

Zbiory o znaczeniu krajowym i europejskim

Kadra muzeum zmotywowana do zmian i wzmocnienia marki instytucji

Doświadczenie w zakresie prowadzenia kanałów społecznościowych i kanałów wideo

Wiedza i kompetencje kadry w zakresie opracowania zbiorów

Wsparcie dla digitalizacji ze strony dyrekcji muzeum

Działalność w ramach Międzymuzealnej Grupy do spraw Digitalizacji DigiMuz

SŁABE STRONY

Brak środków na finansowanie specjalistów z branży IT i stały rozwój kompetencji kadry oraz rozbudowę infrastruktury

Niewystarczające wykorzystanie potencjału Internetu w działalności muzeum, szczególnie w zakresie upowszechniania zbiorów

Brak wdrożonych przepisów i procedur organizujących i regulujących proces digitalizacji w muzeum

Niewystarczająca aktywność w krajowym i międzynarodowym sektorze muzealnym w obszarze digitalizacji

SZANSE

Model upowszechniania zbiorów wykorzystujący zasoby filmowe i dynamicznie rozwijające się technologie wizualizacji

Wykorzystanie możliwości marketingu online

Odbiorcy nastawieni na dostęp online do zasobów muzeum

Przyczynienie się do zwiększenia ponownego wykorzystania zasobów kultury przez użytkowników poprzez udostępnienie wysokiej jakości zasobów na portalach zewnętrznych typu Europeana

ZAGROŻENIA

Brak wystarczających środków finansowych na realizację podjętych celów

Brak wystarczających zasobów kadrowych, brak na rynku pracy specjalistów w zakresie digitalizacji dziedzictwa kulturowego w muzeach

Ograniczona dostępność i zakres kształcenia w obszarze digitalizacji dziedzictwa kulturowego w muzeach

Szybka zmiana technologii powodująca utratę zasadności realizowanych zadań



ANALIZA PESTLE

POLITYCZNE

Gdańsk 2030 Plus Strategia Rozwoju Miasta, Urząd Miejski w Gdańsku, Gdańsk 2014, obszar Kultura

Strategia Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020, (458/XXII/12) Sejmik Województwa Pomorskiego, m.in. Cel operacyjny 1.3. Unikatowa oferta turystyczna i kulturalna

Polska 2030, Trzecia Fala Nowoczesności, Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju 2030 (DSRK), Rada Ministrów 2013, cel 5 – Stworzenie Polski Cyfrowej

Strategia Rozwoju Kraju 2020, Rada Ministrów 2012, Cel II.5. Zwiększenie wykorzystania technologii cyfrowych, w tym II.5.3. Zapewnienie odpowiedniej jakości treści i usług cyfrowych

Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2020, Rada Ministrów, Priorytet 3.1.1. – Zwiększenie dostępności treści edukacyjnych, naukowych i kulturowych w domenie publicznej, 4.1.1.

Tworzenie warunków wzmacniania tożsamości i uczestnictwa w kulturze na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2013/37/UE z dnia 26 czerwca 2013 r. zmieniająca dyrektywę 2003/98/UE w sprawie ponownego wykorzystania informacji sektora publicznego

Konkluzje Rady z dnia 10 maja 2012 r. w sprawie digitalizacji dorobku kulturowego i udostępniania go w Internecie oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych (2012/C 169/02)

Komunikat Komisji Europa 2020, Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu (KOM(2010) 2020)

Konkluzje Rady w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych (2006/C 297/01). Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, T. 49 (7 grudnia 2007)

EKONOMICZNE

Tworzenie marki kulturalnej oraz produktów kulturalnych przez muzeum

Wzmocnienie rozpoznawalności muzeum w krajowym sektorze kultury

Wzmocnienie rozpoznawalności muzeum w europejskim sektorze kultury

Wzmocnienie rozpoznawalności muzeum wśród obywateli polskich

Przyczynienie się do budowania międzynarodowej pozycji gdańskiej kultury i wzmocnienia atrakcyjności turystycznej Gdańska

Przyczynienie się do zwiększenia znaczenia i oferty gdańskich instytucji kultury do publiczności ponadlokalnej i międzynarodowej

Wzrost frekwencji w muzeum

Ponowne wykorzystanie zasobów zgodnie z dyrektywą Parlamentu Europejskiego, przyczyniające się do rozwoju gospodarczego

Zasadność ekonomiczna budowy własnej infrastruktury digitalizacji w związku z ciągłością procesu digitalizacji (nabywane nowe zbiory, ponowna digitalizacja związana m.in. z powtórnią konserwacją)

SOCJOKULTUROWE

Muzeum gwarantuje wiarygodność publikowanych informacji dzięki wysokim kompetencjom pracowników merytorycznych

Sprostanie oczekiwaniom obywateli w zakresie dostępu do wysokiej jakości zasobów cyfrowych

Tworzenie społeczeństwa informacyjnego w Europie

Wymiana doświadczeń i dobrych praktyk w ramach Międzemuzealnej Grupy do spraw Digitalizacji DigiMuz

Brak specjalistów z zakresu digitalizacji dziedzictwa kulturowego w muzeach na rynku pracy

Brak oferty kształcenia w obszarze digitalizacji dziedzictwa kulturowego w muzealnictwie

TECHNOLOGICZNE

Rosnący dostęp obywateli polskich do Internetu

Wzrost dostępności do zasobów online muzeum

Zapewnienie platformy online o dużej efektywności wyszukiwania

Zapewnienie wysokiej jakości zasobów cyfrowych dostępnych online poprzez wykorzystanie odpowiednio wyposażonego studia fotograficznego i stanowisk do obróbki graficznej

Utworzenie repozytorium cyfrowego oraz implementacja narzędzi do monitorowania workflow

PRAWNE

Problemy z interpretacją zagadnień prawa autorskiego dla niektórych typów zbiorów

Problemy z rozstrzygnięciem kwestii praw autorskich w tym rozwiązania kwestii dzieł osieroconych

Posiadane prawa autorskie w wielu przypadkach nie umożliwiają udostępnienia zasobów dla ponownego wykorzystania, m.in. przez brak sprecyzowanego obszaru eksploatacji utworów w ramach ponownego wykorzystania (bardzo ogólne pojęcie) podczas gdy umowy najczęściej posiadają konkretnie zdefiniowany obszar eksploatacji

Nastawienie na jak najszersze udostępnienie na zasadach Creative Commons oraz w miarę możliwości Linked Open Data zgodnie z zasadami Wolnych Dóbr Kultury <http://freedomdefined.org/Definition/Pl>

ŚRODOWISKOWE

Optymalizacja procedur oraz wprowadzenie nowych procedur opartych na systemach informatycznych, co przyczyni się do ograniczenia zużycia materiałów eksploatacyjnych jak papier i tusze

Nabywanie wyposażenia posiadającego znak Energy Star lub analogiczny, w celu ograniczenia zużycia energii elektrycznej

Tam gdzie możliwe, optymalizacja urządzeń w celu oszczędności energii, m.in. przecho-dzenie komputerowych stanowisk roboczych w stan uśpienia po kilku minutach bezczynności

Utylizacja zużytego sprzętu elektronicznego zgodnie z obowiązującym prawem w zakresie ochrony środowiska (Dz.U. 2015 poz. 1688 USTAWA z dnia 11 września 2015 r. o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym)

03

KIERUNEK

Na okres objęty strategią, muzeum przyjmuje jako zasadę działania udostępnienie wybranej części zbiorów w możliwie wysokiej jakości. Tym samym przyjęto kryterium jakości a nie ilości. Poniżej zestawiono cele zgodnie z metodyką SMART.

CELE:

1. Wysoka jakość udostępnionych zasobów cyfrowych online, skutkująca zwiększonym zainteresowaniem użytkowników Internetu.
2. Rozwój w obszarze digitalizacji mający zapewnić muzeum miejsce wśród wiodących instytucji w kraju w zakresie dokumentacji cyfrowej i udostępniania.

Osiągnięcie celu ma przyczynić się do zwiększenia roli muzeum w sektorze kultury, poprzez zapewnienie wysokiej jakości udostępnianych zasobów i uwzględnienie potrzeb użytkowników. Dzięki nabytemu doświadczeniu i kompetencjom kadry, muzeum powinno zaangażować się w prace sektora w zakresie opracowania najlepszych praktyk czy wytycznych dla digitalizacji i udostępniania zasobów cyfrowych.

3. Znaczący wzrost rozpoznawalności muzeum w regionie i kraju.

Osiągnięcie celu ma przyczynić się do wzrostu rozpoznawalności muzeum przez obywateli w kraju, jak również specjalistów sektora kultury, w tym zwłaszcza muzeów. Pośrednią korzyść ma stanowić zwiększenie zaangażowania w projekty krajowe i europejskie z zakresu digitalizacji.

EFEKTY:

1. Udostępnione zasoby online (co najmniej 2000 obiektów)
2. Rozbudowana infrastruktura (studio fotografii cyfrowej, repozytorium cyfrowe, strona do publikowania zbiorów muzeum)
3. Nabyte umiejętności i zbudowane kompetencje kadry (szkolenia, warsztaty, stosowanie dobrych praktyk)
4. Zapewniona efektywność i jakość wytwarzanych zasobów cyfrowych (procedury digitalizacji i monitoring workflow, ewaluacja wyników)

ZADANIA:

1. Inwestycje (przeprowadzenie zaplanowanych inwestycji)
2. Szkolenia (przeprowadzenie szkoleń)
3. Procedury (stworzenie i wdrożenie procedur)
4. Digitalizacja (selekcja zbiorów i przeprowadzenie digitalizacji)
5. Udostępnienie (udostępnienie cyfrowych zasobów online)

POTRZEBY:

1. Środki (finansowanie zadań)
2. Regulacje wewnętrzne (organizacja pracy i rozpoczęcie procesu digitalizacji)

Realizacja: do końca 2018 roku.

04

RÓŻNORODNOŚĆ

Digitalizacja w okresie 2016–2018 realizowana będzie głównie poprzez fotografię cyfrową. W tym celu powstanie studio fotografii cyfrowej oraz przeprowadzone zostaną szkolenia dla kadry realizującej digitalizację. Jest to priorytetowy obszar działania w obecnej strategii, zgodny z przepisami krajowymi w zakresie ewidencji zbiorów muzealnych.

Druga przewidziana do implementacji metoda, służąca dokumentowaniu i upowszechnianiu wiedzy o zbiorach, to dokumentacja filmowa, mająca różnoraki charakter, od popularyzatorskiego (subiektywna narracja dotycząca poszczególnych muzealiów) przez naukowy (prezentacje realizowane przez kuratorów) i dokumentacyjny (np. dokumentacja konserwacji, dokumentacja projektu) po edukacyjny (na potrzeby e-kształcenia). Dokumentacja filmowa jest również jedną z najczęściej stosowanych metod dokumentacji niematerialnego dziedzictwa kulturowego.

Implementacja trzeciej metody dokumentacji cyfrowej jaką jest skanowanie 2D, jest uzależniona od pozyskania dodatkowych środków na inwestycje w okresie 2016–2018 jak i zasobów kadrowych muzeum. W razie niemożności realizacji w obecnej strategii, przeprowadzona zostanie co najmniej analiza rynku pod względem doboru optymalnej technologii.

Wreszcie, implementacja metod dokumentacji 3D zbiorów i obiektów architektonicznych przewidziana jest w ramach kolejnej strategii, przy czym dopuszcza się w ramach obecnej pilotażowe działania. Wykorzystanie metod dokumentacji 3D ma służyć między innymi rekonstrukcji i wizualizacji dawnej zabudowy historycznej Gdańska.

Digitalizacja realizowana będzie z uwzględnieniem następujących zasad:

- COPE - Stwórz Raz, Publikuj Wszędzie (ang. Create Once, Publish Everywhere)
- Udostępnianie metadanych zgodnie z metodą Linked Data (Dane Powiązane) oraz gdy będzie prawnie taka możliwość Linked Open Data (Otwarte Dane Powiązane)
- Tworzenia plików wzorcowych w najwyższym natywnym formacie aparatu (tzw. RAW)

05

UPOWSZECHNIANIE

Ponowne wykorzystanie informacji sektora publicznego określane angielskim terminem *re-use*, jest kluczowym elementem strategii cyfrowej MHMG. Muzeum dąży do jak najszerszego udostępniania zasobów cyfrowych w celu przyczyniania się do rozwoju społeczeństwa informacyjnego, wzrostu zadowolenia obywateli i rozwoju gospodarczego.

Upowszechnianie realizowane będzie poprzez stworzoną w ramach strony muzeum podstronę prezentującą wybrane zbiory znajdujące się w kolekcjach MHMG. Kierując się zasadą jakości a nie ilości, muzeum udostępni zbiory w wysokiej jakości na jak najszerszych licencjach i z możliwie rozbudowanymi danymi opisowymi, zgodnymi z zasadami co najmniej Linked Data.

Poza stroną główną instytucji, muzeum będzie również dążyło do publikowania zbiorów w portalach krajowych i europejskich agregujących zbiory dziedzictwa kulturowego, w tym co najmniej na portalu Europeana.

Muzeum jest zainteresowane udziałem w krajowych i międzynarodowych projektach, których celem jest upowszechniania wiedzy o dziedzictwie kulturowym, tak materialnym jak i niematerialnym.

W celu upowszechniania wiedzy o zbiorach muzeum wykorzystane zostaną również inne serwisy internetowe jak choćby media społecznościowe. Zakres i metody ich wykorzystania przez muzeum zostaną określone w odrębnej polityce muzeum.

Zasoby cyfrowe zostaną wykorzystane w ramach różnego typu publikacji muzeum, w tym katalogów zbiorów tworzonych dla poszczególnych kolekcji gromadzonych w muzeum.

Część wytworzonych zasobów wykorzystana zostanie w ramach tworzonych przez muzeum wystaw w postaci m.in. stanowisk multimedialnych.



06

ETYKA

Muzeum przyjmuje następujące zasady postępowania:

1. Digitalizacja zbiorów realizowana będzie z myślą o tym, by możliwe było korzystanie z wytworzonych zasobów w przyszłości, zarówno w ramach prac muzeum jak i ponownego wykorzystania zasobów publicznych.
2. Publikacja zweryfikowanych informacji o zbiorach zgodnie z najlepszą posiadaną wiedzą. W przypadku wątpliwości, zawarta zostanie informacja o niepewności informacji lub o potrzebie dalszej weryfikacji. Jednocześnie brak kluczowej informacji nie może być przeszkodą w udostępnieniu innych informacji o zbiorach (chyba, że uniemożliwiają to względy prawne).
3. Produkcja odwzorowań cyfrowych w najwyższej dostępnej w danym okresie jakości (uwzględniając ograniczenia wynikające z posiadanej infrastruktury), w oparciu o najlepszą posiadaną w danym momencie wiedzę.
4. Proces digitalizacji realizowany będzie w taki sposób, by nie było możliwe ingerowanie w wytworzone pliki wzorcowe bez zarejestrowania informacji o takiej ingerencji. W przypadku decyzji o modyfikacji pliku, np. w celach wizualizacji, użytkownik musi zostać poinformowany o takiej modyfikacji analogicznie do zasad obowiązujących dla digitalizacji 3D wyrażonych w Karcie Londyńskiej.
5. Muzeum w ramach procesu digitalizacji zapewni jednoznaczny podział kompetencji i odpowiedzialności, aby zapewnić weryfikowalności i rozliczalność pracy i jej wyników.
6. Każdy obiekt musi posiadać rzeczywiste odwzorowanie. Nie dopuszcza się możliwości wykonywania odwzorowania dla jednego wybranego obiektu z zespołu obiektów produkowanych seryjnie i wykorzystania tego odwzorowania dla wszystkich obiektów w zespole.
7. Nie dopuszcza się zmiany formatu z niższego (o wyższej kompresji) na wyższy (o niższej kompresji).



07

REALIZACJA

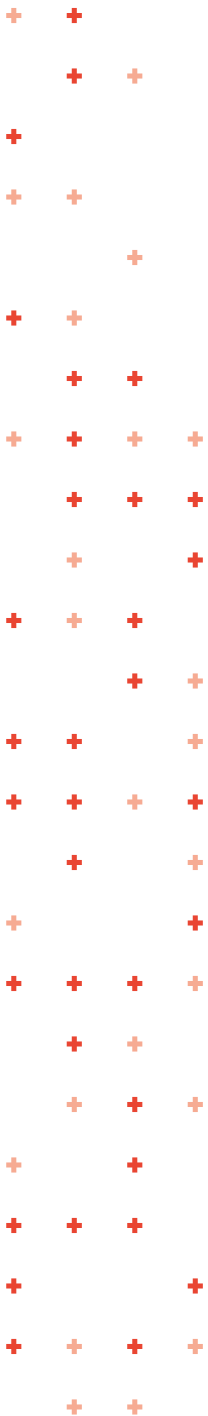
Muzeum będzie dążyło do wykorzystania metodyki Prince 2 w jak najszerszym zakresie przy realizacji niniejszej strategii.

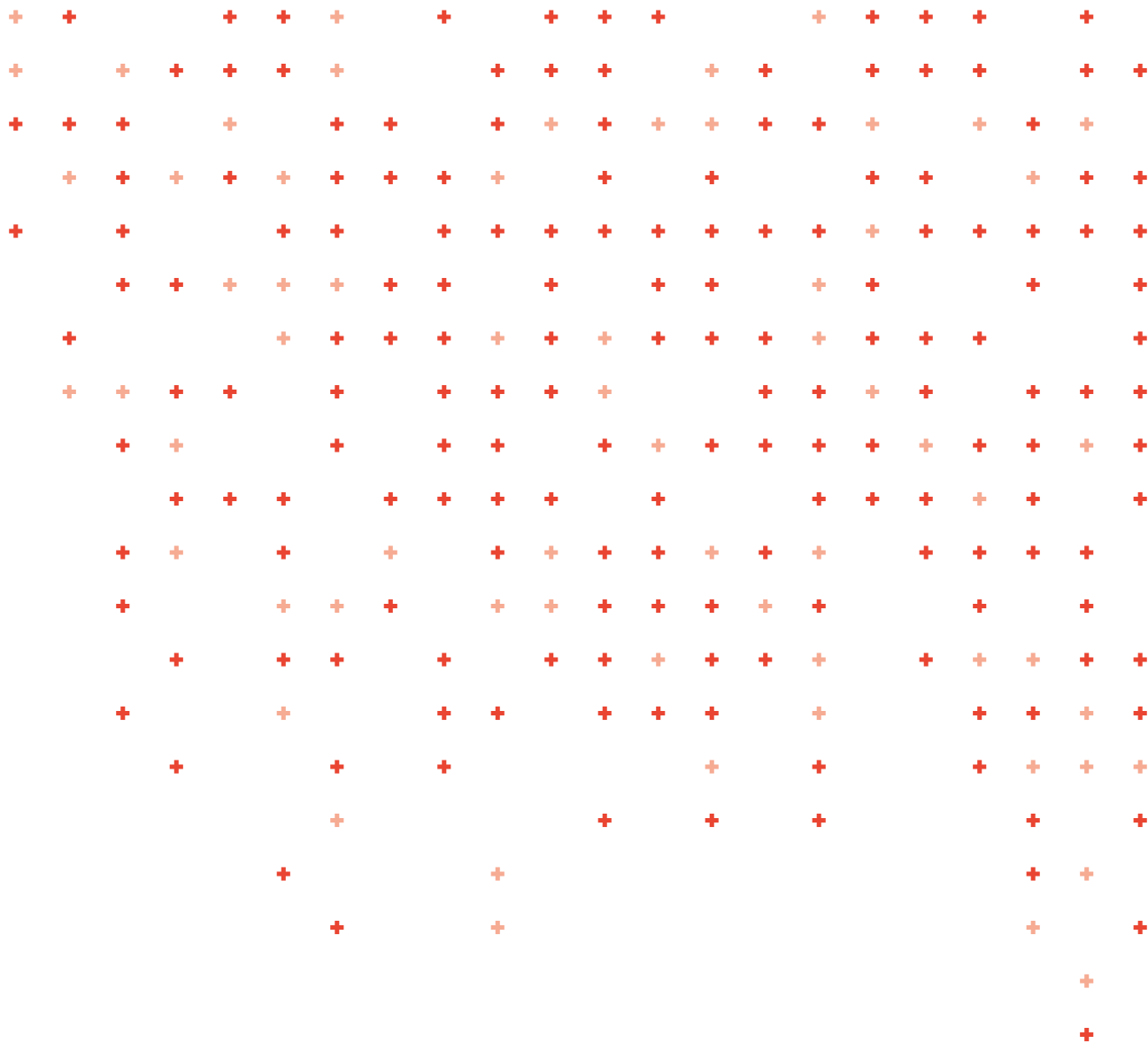
Digitalizacja będzie realizowana według podzielonego na etapy planu. Poszczególne działania będą miały na celu dostawę produktów jak zdigitalizowane obiekty, narzędzie do publikacji zbiorów, ustrukturyzowane słownictwo kontrolowane czy wyprodukowane materiały filmowe.

Chcąc dostosować produkty do potrzeb odbiorców, muzeum zaprosi do współpracy specjalistów zewnętrznych, którzy będą opiniowali i nadzorowali tworzone produkty. W ramach tych działań planowane są również warsztaty z użytkownikami (docelowymi odbiorcami).

Muzeum wdroży system monitorowania przepływu pracy dla zapewnienia efektywnej i terminowej realizacji planu. Takie działanie pozwoli na ewaluację prac w trakcie trwania etapu i ewentualne korekty poprawiające przepływ pracy.

Selekcja obiektów i określenie kolejności ich digitalizacji powiązane zostanie ściśle z planem wydawniczym i wystawienniczym muzeum.





Muzeum Historyczne Miasta Gdańska

ul. Długa 46/47
80-831 Gdańsk
www.mhmg.pl/strategiacyfrowa

OPRACOWANIE: Dział Digitalizacji MHMG

PROJEKT GRAFICZNY, SKŁAD: Eurydyka Kata i Rafał Szczawiński | re:design studio

Gdańsk 2016

Publikacja powstała w postaci cyfrowej.

Wersja dokumentu: v.05

CYTOWANIE: *Cyfrowa strategia Muzeum Historycznego Miasta Gdańska*, Muzeum Historyczne Miasta Gdańska, Gdańsk 2016, [dostęp: RRRR-MM-DD] www.mhmg.pl/strategiacyfrowa.

