

Hamlet polski

Jacek Malczewski, 1903

Muzeum Narodowe w Warszawie
domena publiczna



europeana

JAK UDOSTĘPNIĄĆ ON-LINE ZBIORY INSTYTUCJI KULTURY?

Raport z warsztatów zrealizowanych
w ramach projektu Tu Europeana

Opracowanie:

Marcin Werla | mwerla@man.poznan.pl

Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe

Projekt graficzny i skład:

Jakub Kozik | Kolash.pl

Zdjęcia z warsztatu Tu Europeana:


Maciej Rutkowski, PCSS, CC BY-SA

Narodowy Instytut Audiowizualny we współpracy
z Poznańskim Centrum Superkomputerowo-Sieciowym

Poznań, Warszawa 2016

Publikacja jest dostępna na licencji Uznanie autorstwa
Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe.

Publikacja jest dostępna w sieci pod adresem:
<http://tueuropeana.pl>

NARODOWY
INSTYTUT
AUDIOWIZUALNY




Spis treści

- 1. Wstęp**
- 2. Udostępnianie zbiorów jako usługa**
- 3. Propozycja wartości dla odbiorców udostępnianych zbiorów**
- 4. Współpraca z Europeaną i innymi serwisami zewnętrznymi**
- 5. Monitorowanie wykorzystania i efektywności działań w usługach udostępniania zbiorów**
- 6. Podsumowanie**

Wstęp

Warsztaty „Jak udostępnić on-line zbiory instytucji kultury?” zorganizowane zostały przez Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe (PCSS) oraz Narodowy Instytut Audiowizualny (NInA) w ramach finansowanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego serii działań edukacyjno-informacyjnych „Tu Europeana” poświęconych zagadnieniom związanym z wykorzystywaniem i rozbudowywanie zbiorów portalu Europeana.eu. Portal ten jako jedna z flagowych inicjatyw Komisji Europejskiej, daje dostęp do ponad 50 milionów obiektów ze zbiorów europejskich instytucji kultury, w tym do dwóch milionów obiektów pochodzących z Polski.

Warsztaty odbyły się w Poznaniu, w dniach 26-27 października 2016 r. Ich celem było spojrzenie na proces udostępniania zbiorów przez instytucje kultury jak na usługę, którą instytucje te świadczą na rzecz społeczeństwa. Uczestnicy zastanawiali się wspólnie, co wchodzi w skład ekosystemu takiej usługi, jakie działania należy podjąć, aby ją dobrze zaprojektować i stworzyć wartość dla jej odbiorców, a także jak monitorować jej funkcjonowanie, aby mieć pewność, że jest ona realizowana w zgodzie z naszymi zamierzeniami i oczekiwaniami odbiorców. Spotkanie przeznaczone było dla przedstawicieli instytucji udostępniających online własne zbiory dziedzictwa kulturowego. Wzięło w nim udział 27 osób z bibliotek publicznych i uniwersyteckich, muzeów, archiwów, organizacji pozarządowych i narodowych instytucji kultury.

Warsztaty podzielone były na cztery bloki problemowe. Pierwsza część, zatytułowana „Udostępnianie zbiorów jako usługa” służyła wprowadzeniu pojęcia usługi w kontekście udostępniania zbiorów instytucji kultury oraz analizie ekosystemu, w jakim taka usługa funkcjonuje i próbie opracowania jej ogólnego modelu organizacyjnego z wykorzystaniem szablonu modelu biznesowego (ang. Business Model Canvas). W drugiej części warsztatów, zatytułowanej „Propozycja wartości dla odbiorców udostępnianych zbiorów” uczestnicy starali się spojrzeć na funkcjonujące w sieci usługi udostępniania zbiorów oczami użytkowników. W tym celu przedstawione i przedyskutowane były wyniki badań użytkowników polskich bibliotek cyfrowych, zrealizowanych przez PCSS. Ponadto uczestnicy warsztatów wykonali praktyczne ćwiczenie związane z przeprowadzeniem podstawowych testów użyteczności wybranych polskich serwisów z wykorzystaniem narzędzia persony i ścieżki użytkownika (ang. Customer Journey). Dyskusje wywiązujące się w czasie prezentacji przez poszczególne grupy wyników tych testów pokazały, jak ważne jest analizowanie własnego serwisu internetowego z perspektywy jego końcowych użytkowników.

Drugi dzień warsztatów zaczął się od prezentacji związanych ze współpracą z Europeaną i innymi zewnętrznymi serwisami, które mogą być istotnymi kanałami udostępniania cyfrowych wizerunków zbiorów i/lub opisujących je metadanych. Poza samą Europeaną przedstawione również zostały doświadczenia NInA ze współpracy z portalem EUscreen

www.euscreen.eu oraz doświadczenia Muzeum Narodowego w Warszawie ze współpracy z Wikipedią. Następnie uczestnicy warsztatów dyskutowali szanse i zagrożenia, jakie płyną z tego typu współpracy z punktu widzenia ich instytucji. Ostatni blok warsztatów poświęcony był problematyce monitorowania wykorzystania i efektywności usług udostępniających zbiory on-line. Uczestnicy warsztatów mieli okazję zapoznać się z podstawowymi zasadami konstruowania mierników oraz z narzędziami służącymi do gromadzenia danych na temat sposobu korzystania z serwisów on-line przez użytkowników końcowych. Warsztaty zostały zamknięte blokiem podsumowującym.

Celem niniejszego raportu jest przedstawienie ogólnego przebiegu poszczególnych sesji warsztatów (w czterech kolejnych rozdziałach) oraz omówienie najistotniejszych wniosków płynących z efektów wypracowanych przez uczestników."

Udostępnianie zbiorów jako usługa

Projekt czy usługa?

Punktem wyjścia dla pierwszej części warsztatów były obserwacje dotyczące długoterminowej stabilności efektów projektów digitalizacyjnych realizowanych przez instytucje kultury. Natura projektowego czy grantowego finansowania działań digitalizacyjnych, powszechna w Polsce w przypadku większych (w skali danej instytucji) przedsięwzięć cyfryzacji zbiorów, niestety często powoduje, że formułowane są w czasie projektu założenia odnośnie tego, w jaki sposób zbiory powinny być udostępniane, nie są w praktyce weryfikowane i aktualizowane po projekcie. Impuls do działania i możliwości jakie daje jednorazowy grant ułatwiają instytucjom rozpoczęcie udostępniania zbiorów on-line. Powstają biblioteki, muzea, archiwa czy repozytoria cyfrowe, oparte o konkretne rozwiązania techniczne w zakresie udostępniania on-line i wybrane formaty danych. Później, gdy projekt się kończy, brak dedykowanego finansowania lub skupienie się organizacji na innych projektach, powoduje że powstała ścieżka digitalizacyjna oraz serwis i formaty służące udostępnianiu zbiorów często pozostają bez zmian przez lata i są utrzymywane na zasadzie „Działa? Nie ruszaj!”. Technologie udostępniania informacji w sieci oraz trendy w projektowaniu interfejsów idą jednak nieustannie do przodu. Kilkuletni brak modernizacji serwisu od strony funkcjonalnej, technologicznej czy estetycznej, nawet przy unikalnych zbiorach, może prowadzić do stopniowego odpływu użytkowników. W skrajnym przypadku może się

zakończyć nawet niedostępnością zasobów czy całej usługi¹.

¹ Taki los spotkał Polską Bibliotekę Internetową (kiedyś dostępną pod adresem <http://www.pbi.edu.pl>), która po zakończeniu rządowego finansowania w latach 2000. nie była dalej technologicznie rozwijana i została w końcu wyłączona przez Bibliotekę Narodową. Jej rolę z perspektywy BN przejęła CBN Polona.

Przykładem takiej sytuacji jest masowe wykorzystanie formatu DjVu przez polskie biblioteki do udostępniania zbiorów. Format ten jest otwartym formatem zapisywania zbiorów cyfrowych, powstał w roku 1998 w laboratoriach AT&T. Ostatnia wersja specyfikacji tego formatu została wydana w roku 2006. Format ten swój okres rozkwitu przeżywał w pierwszej połowie lat dwutysięcznych. W roku 2002 amerykańskie Internet Archive wybrało DjVu jako jeden z trzech podstawowych formatów (obok TIFF i PDF) do udostępniania zbiorów w swoim projekcie Million Book Project, i stosuje tam ten format do chwili obecnej. Główną zaletą formatu DjVu w tamtym okresie, a właściwie przewagą nad formatem PDF była lepsza kompresja plików graficznych (to nadal wyróżnik DjVu) oraz możliwość pobierania zbiorów w czasie przeglądania on-line strona po stronie. W tym okresie format PDF nie wspierał jeszcze optymalizacji pozwalającej na strumieniowanie treści dowolnego fragmentu pliku bez konieczności pobrania całego dokumentu. Stąd też, w przypadku kilkuset stronicowych skanów książek i dostępu do internetu przez modem telefoniczny, format ten był bardzo dobrym rozwiązaniem. Na polski grunt format ten

został przeniesiony w 2003 roku przez zespół zaangażowany w digitalizację i udostępnianie zbiorów w Bibliotece Kórnickiej PAN². Przez kolejnych kilka lat format był z powodzeniem wykorzystywany w Wielkopolskiej Bibliotece Cyfrowej i przyjmowany przez inne powstające w tym okresie serwisy regionalne i instytucjonalne. W międzyczasie biblioteki cyfrowe stawały się serwisami coraz bardziej powszechnymi i rosły oczekiwania użytkowników związane z łatwością dostępu do zasobów. Przeprowadzone w 2009 roku przez PCSS badania wzorców zachowania użytkowników bibliotek cyfrowych³ jasno pokazały, że system prezentacji oparty o DjVu i wtyczki do przeglądarek WWW powoduje u znaczącej grupy użytkowników problemy technologiczne tak duże, że rezygnują oni z próby dostępu do zbiorów. Sytuacja pogorszyła się jeszcze z początkiem roku 2014, kiedy twórcy przeglądarki Chrome rozpoczęli blokowanie zewnętrznych wtyczek (opartych o NPAPI) w tej przeglądarce WWW⁴. Mimo to, wiele polskich instytucji nadal przy udostępnianiu zbiorów on-line decyduje się na wykorzystanie formatu DjVu, znacznie ograniczając mniej zaawansowanym czy po prostu nowym użytkownikom dostęp do digitalizowanych treści.

2 Ślady tych działań można odnaleźć w internecie w materiałach z 2. edycji konferencji „Internet w bibliotekach”(23-26 września 2003 r.). Materiały te są dostępne on-line pod adresem <http://www.ebib.pl/publikacje/matkonf/iwb2/index.php> – patrz wystąpienie Rafała T. Prinke pt. „Standardy danych w bibliotekach cyfrowych”.

3 <http://dl.psnc.pl/biblioteka/dlibra/publication/265/content>

4 Twórcy przeglądarki Firefox planują zakończenie wsparcia dla tego typu wtyczek wraz z końcem 2016 roku.

Nawet czysto definicyjne porównanie projektu i usługi pokazuje potencjalną pułapkę, jaka czeka na tych, którzy będą traktować udostępnianie zbiorów on-line wyłącznie projektowo.

Projekt	Usługa
Zorganizowany ciąg działań ludzkich, zmierzający do osiągnięcia założonego wyniku, zawarte w skończonym przedziale czasu z wyróżnionym początkiem i końcem, realizowany najczęściej zespołowo, z wykorzystaniem skończonej ilości zasobów. ⁵	Działanie, oparte o wiedzę, umiejętności i narzędzia, podejmowane przez jednych, w celu dostarczania konkretnych korzyści innym. ⁶

W obydwóch definicjach jest mowa o działaniu pewnego zespołu ludzi, obydwie definicje wspominają też o konieczności wykorzystania zasobów (w przypadku usługi określonych jako wiedza, umiejętności i narzędzia). Różnica występuje w dwóch obszarach: po pierwsze, definicja projektu mówi

5 [https://pl.wikipedia.org/wiki/Projekt_\(zarzadzanie\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Projekt_(zarzadzanie))

6 Rafał Kołodziej, Greenhat. Strategy & Service Design

o skończonym przedziale czasu, natomiast definicja usługi wskazuje na jej ciągły charakter; po drugie, definicyjny cel projektu jest bardziej ogólny (założony wynik), podczas gdy celem usługi jest wprost „dostarczanie konkretnych korzyści” odbiorcom tej usługi. Różnice te dobrze widać na przykładach przedstawionych poniżej.

Pokazują one również, że projekty i usługi realizowane w danym obszarze mogą być ze sobą ściśle powiązane. Usługa digitalizacji zbiorów może być kluczowa dla powodzenia realizacji projektu digitalizacyjnego. Z kolei projekt uruchomienia biblioteki cyfrowej powinien być podstawą do utworzenia nowej usługi biblioteki cyfrowej, która będzie

Projekt digitalizacji zbiorów	Usługa digitalizacji zbiorów
Projekt digitalizacji zbiorów muzeum, którego wynikiem jest zdigitalizowanie 50 000 obiektów z kolekcji muzeum, w terminie do końca 2016 r.	Ciągła działalność pracowni digitalizacyjnej, polegająca na wytwarzaniu cyfrowych wizerunków zbiorów muzealnych, na potrzeby dokumentacyjne i udostępniania.
Projekt (uruchomienia) biblioteki cyfrowej	Usługa biblioteki cyfrowej
Projekt udostępnienia zbiorów biblioteki, którego wynikiem jest uruchomiony w terminie do końca 2016 r. serwis internetowy dający dostęp do cyfrowych wersji 50 000 obiektów ze zbiorów biblioteki.	Serwis internetowy, dający użytkownikom końcowym ciągły dostęp on-line do zbiorów biblioteki w postaci cyfrowej.


funkcjonowała w sposób ciągły już po zakończeniu projektu i będzie dawała wartość (dostęp do zasobów on-line) swoim odbiorcom, mimo kolejnych zmian technologicznych zachodzących w internecie. Tak więc celem świadczenia usługi nie jest jednorazowe osiągnięcie założonego wyniku, tylko ciągłe dostarczanie korzyści odbiorcom tej usługi.

Model funkcjonowania usługi udostępniania zbiorów


W celu świadczenia usługi, która będzie w trwały sposób dostarczała korzyści odbiorcom należy odpowiedzieć sobie na kilka podstawowych pytań, takich jak m.in.: do kogo skierowana jest usługa, jaką wartość ma zapewnić, kto ją będzie świadczył, jakie musi wykonać działania i o co są one oparte. Dobrym sposobem na zebranie i uporządkowanie tego typu informacji jest szablon modelu biznesowego (ang. Business Model Canvas)⁷, z którym pracowali również uczestnicy warsztatów.

⁷ Szablon ten został opracowany przez firmę Strategyzer AG ze Szwajcarii. Więcej informacji można znaleźć pod adresem <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas> oraz w książce „Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera” autorstwa Alexandra Osterwaldera i Yvesa Pigneura.

Szablon modelu biznesowego dla _____

Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe
<http://www.pscs.pl/> 

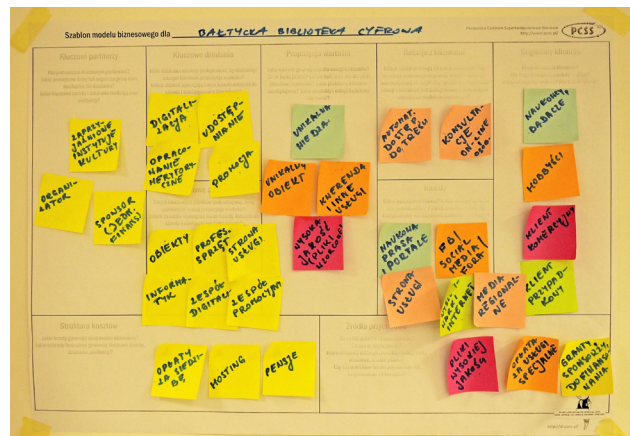
<p>Kluczowi partnerzy</p> <p>Kto jest naszym kluczowym partnerem? Jakie zewnętrzne firmy lub organizacje są nam niezbędne do działania? Jakie kluczowe zasoby i działania realizują nasi partnerzy?</p>	<p>Kluczowe działania</p> <p>Jakie działania musimy podejmować, by dostarczyć naszym klientom propozycję wartości? Jakich działań wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?</p>	<p>Propozycja wartości</p> <p>Jaką wartość generujemy dla naszych klientów? Za co będą płacić? Co ich boli, a co ma dla nich kluczowe znaczenie? Jakie problemy klientów rozwiązujemy? Jakie produkty i usługi będziemy oferować?</p>	<p>Relacje z klientami</p> <p>Jakich relacji oczekują od nas nasi klienci? Czy oczekują osobistego wsparcia, a może szybkiej i automatycznej obsługi? Czy sposób nawiązywania relacji z klientami jest zintegrowany z pozostałymi obszarami modelu biznesowego?</p>	<p>Segmenty klientów</p> <p>Kto jest naszym klientem? Dla kogo budujemy produkt/ usługę? Komu oferujemy wartość? Kto będzie płacił?</p>
<p>Kluczowe zasoby</p> <p>Jakich kluczowych zasobów potrzebujemy, żeby zaoferować naszą propozycję wartości? Jakich zasobów wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?</p>		<p>Kanały</p> <p>Gdzie bywają nasi klienci? Gdzie chcemy spotkać naszych klientów? Z jakich kanałów będziemy korzystać przy nawiązywaniu kontaktu z klientem?</p>		
<p>Struktura kosztów</p> <p>Jakie koszty generuje nasz model biznesowy? Jakie nakłady finansowe generują kluczowe zasoby, działania, partnerzy?</p>		<p>Źródła przychodów</p> <p>Za co klienci są w stanie zapłacić? Za co i ile będą płacić? Które elementy naszego produktu/ usługi będą darmowe, a które płatne? Czy są jakieś inne źródła przychodów niż bezpośrednio od klientów?</p>		


<http://dl.pscs.pl/>

Szablon ten podzielony jest na dziewięć sekcji, w których należy umieścić odpowiednio:

- Segmenty klientów, czyli listę grup docelowych, którym ma być zaoferowana pewna wartość, dzięki której będą chcieli korzystać z usługi.
- Propozycję wartości, czyli to, co ma być główną korzyścią dla poszczególnych segmentów klientów przy korzystaniu z usługi.
- Kanały, czyli określenie sposobów, w jakie można nawiązywać pierwszy kontakt z użytkownikami należącymi do poszczególnych segmentów.
- Relacje z klientami, czyli określenie sposobów, w jaki użytkownicy będą korzystać z usługi i w jaki będą budowane relacje pomiędzy usługodawcą, a odbiorcami.
- Źródła przychodów, czyli określenie sposobu pozyskiwania finansowania na utrzymywanie działalności i rozwój usługi.
- Kluczowe zasoby, czyli to, czego możliwość wykorzystania jest niezbędna do świadczenia usługi w zakładany sposób.
- Kluczowe działania, czyli te czynności, które należy podejmować, aby usługa funkcjonowała i przynosiła założoną wartość odbiorcom.
- Kluczowych partnerów, czyli zewnętrzne podmioty, które są niezbędne do świadczenia usługi.
- Strukturę kosztów, czyli informacje o kosztach generowanych w czasie świadczenia usługi, które powinny być docelowo pokryte przez źródła przychodów.

Przy pracy z tym szablonem, niektórzy uczestnicy warsztatów (przedstawiciele instytucji kultury) mieli początkowo pewne obawy co do posługiwania się terminologią biznesową opisaną powyżej przy analizowaniu funkcjonowania usługi, którą postrzegają jako działalność misyjną, zdecydowanie daleką od działań komercyjnych. Ostatecznie jednak zaakceptowali to narzędzie i wypracowali w zespołach przykładowe modele dla swoich serwisów udostępniania zbiorów on-line.



Grafika: Przykładowo wypełniony szablon modelu biznesowego

W poszczególnych segmentach szablonów znalazły się elementy zebrane w tabeli poniżej, przy czym plansze opracowane przez poszczególne grupy różniły się znacznie i bardzo dobrze wzajemnie się uzupełniały. Wiele aspektów ujętych przez jedną grupę było pomijanych przez pozostałe.

Segmenty klientów	naukowcy, studenci, inne biblioteki, hobbyści, kolekcjonerzy, nauczyciele, uczniowie, historycy, badacze regionu, mieszkańcy regionu, rodziny, genealodzy, parafie, muzea, archiwa, media
Propozycja wartości	dostęp do unikalnych zasobów, dostęp do materiałów źródłowych, dostęp do materiałów edukacyjnych, dostęp do dokumentacji archiwalnej, dostęp do informacji o kontekście zbiorów, całodobowy dostęp do wiedzy i dziedzictwa, dostęp do otwartych zasobów i możliwość przetworzenia ich, dostęp do kolekcji tematycznych, wiarygodność informacji, wysoka jakość materiałów cyfrowych, możliwość przeszukiwania tekstu publikacji, kwerendy, możliwość publikacji prac naukowych
Kanały	targi tematyczne, konferencje, media społecznościowe, newsletter, kościół, lokalna gazeta, radio, media lokalne/regionalne i ogólnokrajowe, marketing szeptany, serwisy agregujące dane, prasa i portale naukowe, komunikacja miejska
Relacje z klientami	dobrze zaprojektowana platforma oferująca szybki i automatyczny dostęp, responsywność interfejsu, profilowany dostęp, usługi web 2.0/3.0, cykliczne spotkania tematyczne, konsultacje on-line,
Źródła przychodów	budżet państwa, finansowanie UE, dotacje miejskie, granty, sponsoring, odpłatna digitalizacja na żądanie, sprzedaż plików wysokiej jakości, reklama, odpłatny dostęp do narzędzi, sprzedaż treści, sprzedaż gadżetów, opłaty za usługi specjalne, opłata za publikowanie prac naukowych
Kluczowe zasoby	pracownicy digitalizujący zbiory, administrator IT, koordynator usługi, serwisant, redaktor zasobów cyfrowych, administrator portalu, prawnik, grafik, zespół promocyjny, biuro, pracownia digitalizacji, sprzęt do digitalizacji, obiekty/zbiory, strona WWW usługi
Kluczowe działania	digitalizacja, opracowanie metadanych/redagowanie treści, udostępnianie, archiwizacja, poszukiwanie świadków historii, obsługa serwisu WWW, promocja, pozyskiwanie środków
Kluczowi partnerzy	zewnętrzni dawcy zasobów, właściciele praw, zaprzyjaźnione instytucje kultury, organizacje lokalne, prawnik, statystyk/analitik, dostawca internetu, projektanci i programiści serwisu/platformy, media (w tym lokalne), placówki edukacyjne, grantodawcy, MKiDN, organizator instytucji, urząd miasta, Wikipedia, Europeana, Federacja Bibliotek Cyfrowych
Struktura kosztów	etaty, hosting, sprzęt, promocja, biuro/opłaty za siedzibę

Uzyskane segmenty klientów (a właściwie odbiorców usługi), można podzielić na trzy grupy: odbiorców instytucjonalnych (np. parafie czy media), odbiorców indywidualnych – profesjonalnych (np. naukowców, studentów, nauczycieli) i odbiorców indywidualnych – amatorów/hobbystów (uczniów, mieszkańców regionu). Propozycja wartości skupia się przede wszystkim po prostu na ciągłym dostępie do cennych unikalnych zbiorów i informacji związanych z tymi zbiorami. Jako wartościowa dla użytkownika podkreślana była też wiarygodność informacji oraz wysoka jakość materiałów cyfrowych. Poza tym dodatkową wartością mogą być usługi dodane pozwalające na sprawne przeszukiwanie treści oraz wykonywanie kwerend.

Zaproponowane przez uczestników warsztatów kanały dotarcia do potencjalnych użytkowników były bardzo różnorodne, zarówno cyfrowe (np. media społecznościowe, portale naukowe), jak i osadzone w świecie rzeczywistym (np. targi, konferencje, czy komunikacja miejska). Co ciekawe, wśród kanałów cyfrowych nie pojawiła się wyszukiwarka Google, która jest obecnie podstawowym narzędziem praktycznie każdego internaty i generuje zazwyczaj największą grupę użytkowników serwisów internetowych. Dlatego też dobre zaindeksowanie udostępnianych on-line zasobów kultury przez Google jest kluczowe i wsparcie tego procesu powinno być jednym z podstawowych wymogów stawianych systemom służącym do udostępniania zbiorów.



Sekcja źródła przychodów wzbudziła wśród uczestników warsztatów spore kontrowersje (podobnie jak wspomniane wcześniej „biznesowe” spojrzenie na usługę publicznego sektora kultury). Jako podstawowe źródło trwałego finansowania działań uczestnicy wskazywali jednoznacznie budżet własnej instytucji macierzystej, wspierany ewentualnie przez dotacje i granty publiczne (miejskie, ministerialne, UE). Inną opcją był też sponsoring. Dodatkowa grupa przychodów, wynikająca z praktyk stosowanych w niektórych instytucjach to digitalizacja konkretnych zbiorów na żądanie i dostęp do plików wzor-

Praca nad modelem
biznesowym w trakcie
warsztatów

cowych wysokiej jakości. Te działania jednak mogą podlegać ograniczeniom ze względu na regulacje dotyczące dostępu do informacji publicznej w sektorze instytucji kultury. Tak czy inaczej jednak, zdaniem uczestników warsztatów uzyskiwane w ten sposób przychody nie są w stanie zapewnić trwałego finansowania usługi udostępniania zbiorów. Trzecia grupa potencjalnych źródeł przychodu obejmowała sprzedaż możliwości reklamowania się na stronach WWW, sprzedaż treści (poza domeną publiczną), dostępu do narzędzi czy innych usług specjalnych, jednak były to działania traktowane jako poboczne lub nawet niewykonalne w praktyce.

Kluczowe działania, definiujące również pośrednio kluczowe zasoby i strukturę kosztów, objęły podstawowy proces „digitalizacja – opracowanie – archiwizacja – udostępnianie” oraz działania pomocnicze takie jak obsługę serwisu WWW, promocję czy pozyskiwanie środków. Wśród instytucji udostępniającej obiekty spoza własnych kolekcji pojawiła się również potrzeba działań polegających na poszukiwaniu świadków historii (w kontekście historii mówionej), którą można uogólnić do poszukiwania cennych zasobów do zdigitalizowania i udostępnianie poza murami własnej instytucji. To też przełożyło się częściowo na kluczowych partnerów, wśród których na pierwszym miejscu znaleźć można było zaprzyjaźnione instytucje kultury czy też wprost zewnętrznych dawców zasobów. Odpowiada to popularnemu w Polsce modelowi budowy platform regionalnych (regionalnych bibliotek cyfrowych) i łączenia

się instytucji w konsorcja udostępniające zbiory. Poza tym kluczowych partnerów można by podzielić na następujące grupy:

- podmioty/osoby posiadające kompetencje niezbędne do prowadzenia usługi udostępniania zbiorów, które mogłyby być również w kategorii kluczowych zasobów, ale są w niektórych przypadkach zewnętrznymi podwykonawcami (np. prawnik, programista);
- podmioty ułatwiające dotarcie do odbiorców lokalnych (lokalne media, placówki edukacyjne);
- potencjalne źródła finansowania (np. grantodawcy, urząd miasta);
- zewnętrzne platformy dalszej dystrybucji udostępnianych zasobów cyfrowych (FBC, Wikipedia, Europeana).

Pierwsza część warsztatów pozwoliła uczestnikom na przemyślenie tego, jak funkcjonują i jak mogłyby funkcjonować ich biblioteki, muzea czy archiwa cyfrowe. Dzięki wykorzystaniu szablonu modelu biznesowego, mogli oni spojrzeć na realizowane działania bardziej kompleksowo i przedyskutować pewne aspekty, które na co dzień są zbyt oczywiste i ulegają zapomnieniu lub też nie są powszechnie stosowane, a mogłyby się stać szerzej znaną dobrą praktyką.

Następna część warsztatów poświęcona była spojrzeniu na usługę udostępniania zbiorów oczami użytkownika – odbiorcy końcowego.

Propozycja wartości dla odbiorców udostępnianych zbiorów

W drugiej części warsztatów uczestnicy analizowali usługi udostępniania zbiorów instytucji kultury z perspektywy użytkowników. Celem tej sesji było zweryfikowanie, na ile wartość, którą starają się zaoferować swoim użytkownikom te serwisy (patrz tabela w poprzednim rozdziale), jest faktycznie dostarczana, a także przedstawienie prostych w użyciu narzędzi, które pozwolą instytucjom kultury przeprowadzać taką weryfikację w podstawowym zakresie samodzielnie. Narzędziem wykorzystanym w czasie warsztatów były proste zadaniowe testy użyteczności, których wyniki uczestnicy nanosili na szablon ścieżki użytkownika (ang. Customer Journey Canvas).

Uczestnicy zostali podzieleni na grupy badawcze, z których każda dostała konkretne zadanie do wykonania w określonym serwisie. Ponieważ członkami poszczególnych grup byli wyłącznie pracownicy instytucji kultury (których traktować można jako użytkowników profesjonalnych), w celu ułatwienia wejścia w rolę użytkowników niezawansowanych, przygotowane zostały arkusze person. Persony, w uproszczeniu, są narzędziem służącym do zaprezentowania profilu reprezentującego pewną grupę użytkowników, w taki sposób aby łatwo było się „wczuć” w rolę osoby z danej grupy. Stąd też zamiast prezentować cechy danej grupy w sposób bardziej uogólniony (np. wiek 35-45 lat, mężczyzna, mieszkaniec miasta od 300 do 700 tys. mieszkańców), tworzy się fikcyjną osobę (personę) definiując jej cechy tak, aby pasowała do

profilu grupy (np. Karol, wiek 42 lata, mieszkaniec Poznania). Persony zawierają też zazwyczaj krótki tekst opisujący taką fikcyjną postać, ułatwiający zrozumienie jej potrzeb, motywacji, sposobu myślenia i zachowania. Dwa przykładowe arkusze person wraz z zadaniami realizowanymi w czasie warsztatów przedstawiono poniżej.

W ramach realizowanych testów użyteczności, każda z grup miała wyznaczyć spośród jej członków jedną osobę, która będzie pełniła rolę testera (zgodnie z personą i zadaniem), a pozostałe osoby z zespołu notowały obserwacje wynikające z testów. Osoba testująca miała również opowiadać na głos, co myśli, co robi i co czuje, tak żeby osoby notujące wyniki miały jak najwięcej informacji poza tym, co mogą zaobserwować na ekranie. Informacje te były zbierane w poszczególnych sekcjach szablonu ścieżki użytkownika.

Wyniki prac poszczególnych grup pokazały, że tego typu podejście do samodzielnego testowania serwisów instytucji kultury daje wartościowe wyniki, które mogą stać się podstawą do dyskusji na temat konieczności zmian w sposobie udostępniania zbiorów czy zainicjować prace działania w kierunku modernizacji lub zmiany funkcjonalności serwisu cyfrowej biblioteki czy muzeum. Oczywiście wyniki te nie są tak wyczerpujące jak audyty użyteczności realizowane przez profesjonalne agencje czy ośrodki badawcze, jednak w (fi-

nansowych) realiach funkcjonowania instytucji kultury mogą być doskonałym punktem startowym.

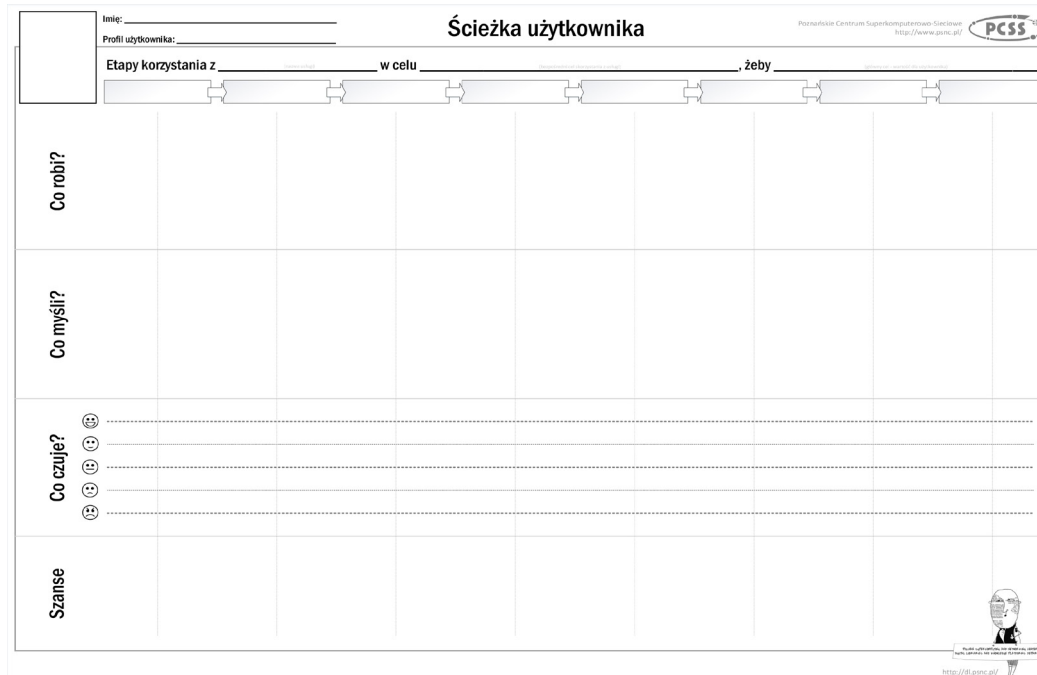
W dalszej części drugiej sesji warsztatów wyniki uproszczonych badań przeprowadzonych przez uczestników zostały zestawione z wynikami badań ankietowych realizowanych przez PCSS w ramach działań Federacji Bibliotek Cyfrowych. 4 marca 2016 roku, na portalu FBC (<http://fbc.pionier.net.pl>) została opublikowana ankieta internetowa, za pośrednictwem której użytkownicy portalu zostali poproszeni o podzielenie się swoimi doświadczeniami związanymi z korzystaniem z bibliotek cyfrowych.

Ankieta zawierała 16 pytań podzielonych na 3 części:

- Część I:** Sposób korzystania z bibliotek cyfrowych,
- Część II:** Doświadczenia z korzystania z bibliotek cyfrowych,
- Część III:** Informacje ogólne

Większość pytań umożliwiała wskazanie kilku wariantów odpowiedzi lub uściślenie swojej odpowiedzi poprzez dopisanie dodatkowej uwagi czy spostrzeżenia. W siedmiu pytaniach użytkownicy zostali poproszeni o swobodną wypowiedź i podzielenie się własną refleksją w odniesieniu do tematu pytania.

Badanie zostało zakończone 26 lipca 2016 roku. W sumie wypełniono 271 ankiet. Pomimo, że badanie było anonimowe, część respondentów zdecydowała się na podanie danych



kontaktowych aby otrzymać wnioski z ankiety. Świadczy to o poważnym podejściu do tematu, chęci współpracy i rozumieniu celu tego typu badań. Nie było również ani jednej odpowiedzi, która wskazywałaby na to, że respondent wypełniał przypadkowymi odpowiedziami. W okresie prowadzenia ankiety, wg statystyk Google Analytics, portal FBC odwiedziło co najmniej 170 000 użytkowników, z czego około 140 000 pochodziło z Polski. Liczba 271 odpowiedzi, przy takim poziomie

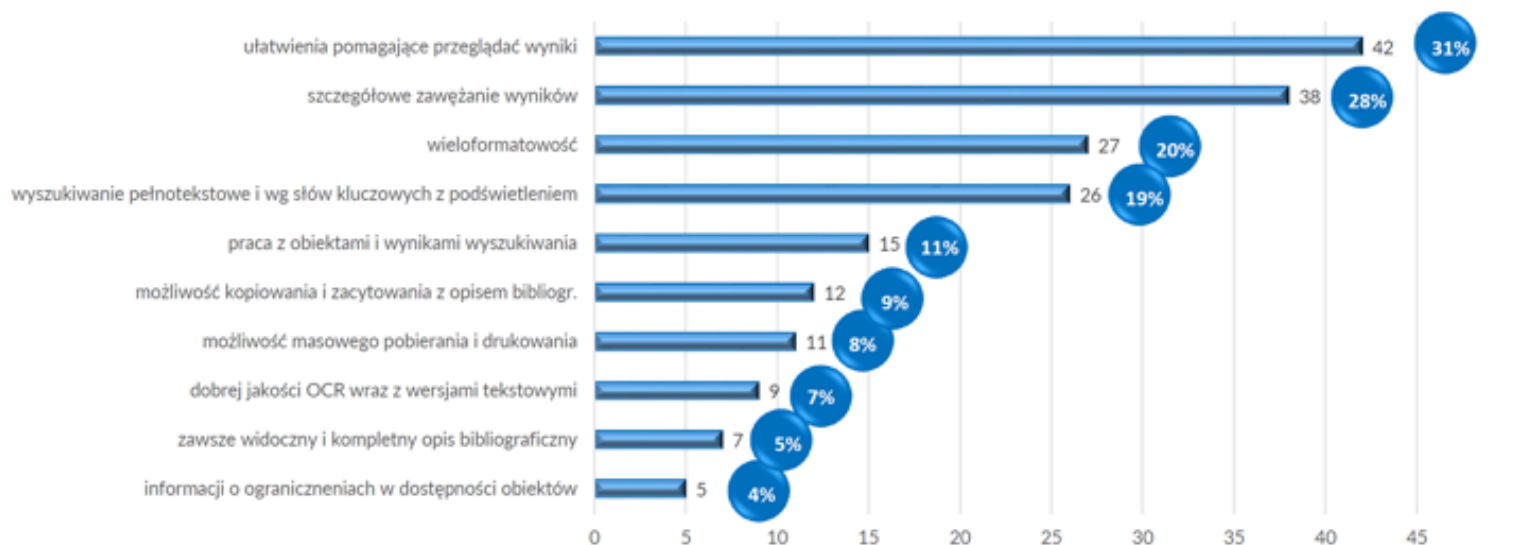
Grafika: Ścieżka użytkownika
– formularz

Podsumowanie ankiety dotyczącej korzystania ze zbiorów bibliotek cyfrowych przez użytkowników FBC

Trudności w korzystaniu z bibliotek cyfrowych

NAJBARDZIEJ PRZYDATNE FUNKCJONALNOŚCI, KTÓRYCH BRAKUJE RESPONDENTOM

Funkcjonalności (do 2% powtórzeń odpowiedzi respondentów)



Ilość osób: 271

Poznań, 26-27.10.2016 r. - "Jak udostępnić on-line zbiory instytucji kultury?"

32

Grafika: Wyniki ankiety PCSS

odwiedzających FBC daje wyniki z błędem maksymalnym 5% przy poziomie ufności 90%. Nie jest to bardzo wysoki poziom dokładności, ale biorąc pod uwagę cel prowadzonych badań przyjęto, że odpowiedzi są wystarczająco reprezentatywne dla określenia potrzeb użytkowników FBC. Raport podsumowujący wyniki ankiety, który został zaprezentowany na warsztatach, znaleźć można w Repozytorium Instytucjonalnym PCSS pod adresem <http://lib.psnec.pl/publication/965/content>.

Dodatkowych informacji dotyczących użytkowników bibliotek cyfrowych można zasięgnąć z poniższych publikacji:

1. Mazurek Jolanta. Czytelnik, użytkownik, klient, odbiorca w bibliotece cyfrowej... czyli kto?, Polskie Biblioteki Cyfrowe 2009 Poznań, dn. 09.12.2009, str. 35-44 <http://lib.psnec.pl/Content/363/04-Mazurek-ER.pdf>
2. Mazurek Jolanta. Bibliotekarskim okiem: Jak nie ulec magii liczb, czyli co nam mówią statystyki biblioteki cyfrowej, Polskie Biblioteki Cyfrowe 2010, Poznań, 20-21.10.2010, str. 89-99 <http://lib.psnec.pl/Content/313/BC-17-Mazurek.pdf>
3. Mazurek Jolanta. Drogi czytelniku, jak korzystasz z biblioteki cyfrowej? W: Biuletyn EBIB [online] / red. naczelny Bożena Bednarek-Michalska - Nr 5/2009 (105) czerwiec/lipiec. - Czasopismo elektroniczne. - [Warszawa] : Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich KWE, 2010. - Tryb dostępu: <http://www.ebib.info/2010/105/a.php?mazurek>. ISSN 1507-7187
4. Mazurek Jolanta. Potrzeby informacyjne kluczowych grup użytkowników polskich bibliotek cyfrowych. Raport z badania. W: Biuletyn EBIB [online] 2011, nr 7 (125), Otwarta nauka i edukacja [Dostęp: 15.10.2011] Dostępny w World Wide Web: http://nowyebib.info/images/stories/numery/125/125_mazurek.pdf
5. Górny Mirosław, Mazurek Jolanta. Key users of Polish digital libraries, The Electronic Library, Vol. 30 Iss: 4, pp. 543-556 <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02640471211252238>
6. Mazurek Jolanta. Użytkownicy polskich bibliotek cyfrowych, Monografia Biblioteki cyfrowe, Praca zbiorowa / pod red. Małgorzaty Janiak, Moniki Krakowskiej i Marii Próchnickiej,, Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2012 - (Nauka, Dydaktyka, Praktyka; 135), str. 297-308 <http://jbc.bj.uj.edu.pl/Content/305026/NDIGDRUK015082.pdf>

Współpraca z Europeaną i innymi serwisami zewnętrznymi

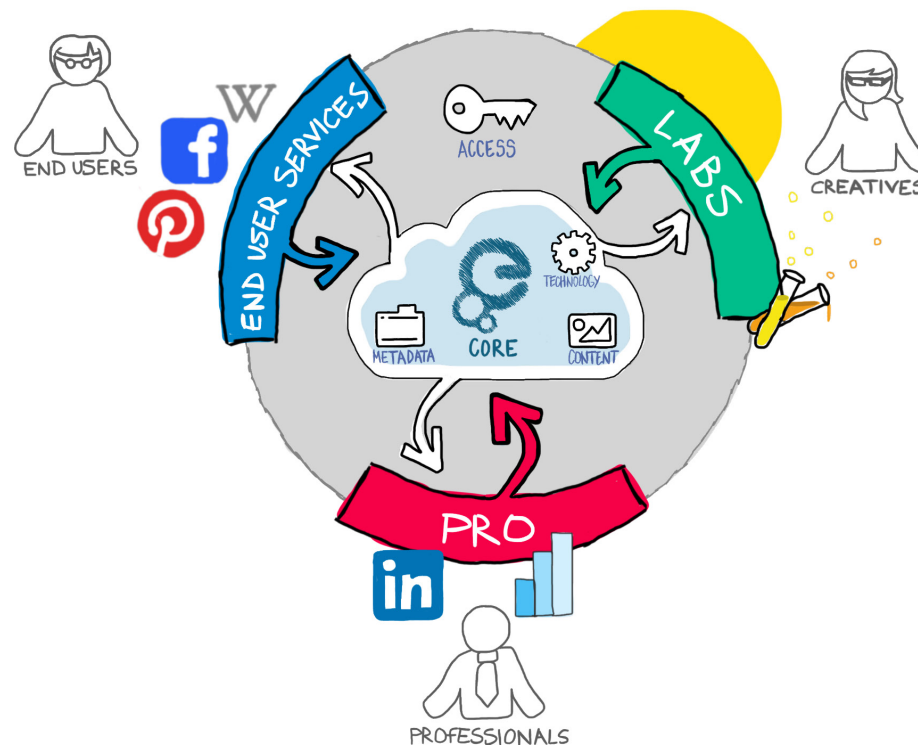
Punktem wyjścia do dyskusji w trzeciej sesji warsztatów był opracowany przez Fundację Europeana zbiór wytycznych zebrany w dokumencie Europeana Publishing Framework⁸, określający różne sposoby przekazywania danych do Europeany oraz płynące z tego korzyści dla instytucji kultury.

Europeana (<http://europeana.eu>) to inicjatywa silnie wspierana przez Komisję Europejską, której celem jest ułatwienie jak najszerszego dostępu on-line do cyfrowego dziedzictwa kulturowego Europy. Jednym z podstawowych działań Europeany jest utrzymywanie platformy⁹, która służy do gromadzenia (agregowania) danych dotyczących zbiorów udostępnianych on-line przez europejskie instytucje kultury, porządkowania i wzbogacania tych danych, a następnie ich szerokiego udostępniania. Odbiorcami docelowymi danych są w szczególności naukowcy, twórcy (tzw. branża kreatywna), edukatorzy oraz oczywiście zwyczajni użytkownicy interesujący się dziedzictwem kulturowym Europy.

Lata doświadczeń związanych z funkcjonowaniem Europea-

⁸ Dokument dostępny jest pod adresem <http://pro.europeana.eu/publication/publishing-framework>, również w języku polskim (polską wersję opracował Narodowy Instytut Audiowizualny, we współpracy z PCSS).

⁹ Więcej informacji na temat filozofii funkcjonowania Europeany można znaleźć w Strategii Europeany na lata 2015-2020, dostępnej w języku polskim pod adresem: <http://strategy2020.europeana.eu/pl/>



Grafika: Europeana jako platforma, źródło: Strategia Europeany na lata 2015-2020

ny, prowadzone w tym okresie badania potrzeb użytkowników oraz dokonujący się postęp technologiczny, doprowadziły do konieczności rozszerzenia początkowych założeń co do różnych aspektów przekazywanych danych. Pierwsza istotna zmiana związana była z modelem prawnym udostępniania metadanych opisujących zbiory i zaszła w roku 2011. Zmiana ta była związana z koniecznością ujednolicenia licencji, na jakiej metadane są dostępne i została wprowadzona poprzez umowę Data Exchange Agreement („Umowa o wymianie danych”), którą każdy dostawca danych do Europeany musi podpisać, zanim może rozpocząć współpracę z tym portalem. Umowa ta wprowadza obowiązkowe udostępnianie metadanych na podstawie licencji CC0¹⁰.

Samo ujednolicenie kwestii prawnych było jednak tylko pierwszym krokiem Fundacji, mającym na celu usunięcie barier prawnych związanych z automatycznym, masowym wykorzystywaniem zagregowanym metadanych. Dokument Europeana Publishing Framework określa wytyczne związane z jakością i szczegółowością przekazywanych danych, w kontekście bezpośredniego dostępu do plików będących cyfrowymi reprezentacjami zbiorów instytucji kultury. Dokument ten definiuje cztery poziomy współpracy instytucji kultury (jako dostawcy danych) z Europeaną.

¹⁰ Szczegółowe informacje na ten temat, w tym analizę w kontekście polskiego systemu prawnego, można znaleźć na stronie <http://fbc.pionier.net.pl/pro/wspolpraca-dla-dostawcow-danych/wspolpraca-z-zewnetrznymi-serwisami/wspolpraca-z-europeana/>, w sekcji „Wymagania formalne”.

Europeana Publishing Framework

Here you see how the different tiers of the Publishing Framework work. In this example we use images. For video, audio, text and 3D, please see the Europeana Publishing Framework Appendix.

TIER	DIRECT LINK TO OBJECT PROVIDED	RIGHTS STATEMENTS	EUROPEANA API DISPLAYS	BENEFITS (CUMULATIVE)
1 Europeana as a search engine. <i>'I want people to find my collections'</i>	No	Any from the Europeana licensing Framework	Metadata, no direct link to object	Findability - indexed by search engines, linked data technology Web traffic - click-throughs to your site Analytics - from our statistics dashboard
2 Europeana as a showcase. <i>'I want people to find and view my collections on Europeana'</i>	Yes. Minimum of 800+ pixels wide	Any from the Europeana licensing Framework	Metadata plus direct link to object	Use in thematic collections - providing context and relation to other collections on Europeana More marketing through Europeana
3 Europeana as a distribution platform for non-commercial re-use. <i>'I want people to find, view and use my collections - but not for commercial gain'</i>	Yes. Minimum of 1,200+ pixels wide recommended	Any from the Europeana licensing framework that allow for some re-use	Metadata plus direct link to object and can filter to show only re-usable objects	Impressions - collections viewed on platforms outside of Europeana Use in Europeana's existing partnerships and projects in e.g. education and research Use in apps and services by third parties
4 Europeana as a free re-use platform. <i>'I want people to find, view and use my content - however they want'</i>	Yes. Minimum of 1,200+ pixels wide recommended	Any from the Europeana licensing framework that allow free and open access	Metadata plus direct link to object and can filter to show only re-usable objects	Use on open platforms like Wikimedia Use by creative industry and tourism sectors Use in commercial apps and services

Poszczególne poziomy przedstawiono pokrótce poniżej, każdy z nich zaczyna się od hasłowego określenia korzyści (czy też oczekiwań) instytucji dostarczającej dane do Europeany:

Poziom 1.

„Chcę, by ktoś mógł znaleźć moje zbiory” – udostępniane są:

- metadane na licencji CC0, w nich link do Twojej strony, na której jest obiekt.

Obiekt jest na dowolnej licencji spośród akceptowanych przez Europeanę (możliwy również wariant z zastrzeżonymi prawami).

Poziom 2.

„Chcę, by ktoś mógł znaleźć i przejrzeć moje zbiory przez Europeanę” – udostępniane są:

- metadane na licencji CC0, w nich link do Twojej strony, na której jest obiekt,
- link bezpośrednio do obiektu (min. 800 px dla plików graficznych).

Obiekt jest na dowolnej licencji spośród akceptowanych przez Europeanę (możliwy również wariant z zastrzeżonymi prawami).

Poziom 3.

„Chcę, by ktoś mógł znaleźć, przejrzeć i wykorzystać moje zbiory, ale tylko w celach niekomercyjnych” – udostępniane są:

- metadane na licencji CC0, w nich link do Twojej strony, na której jest obiekt,
- link do obiektu (min. 1200 px dla plików graficznych).

Obiekt jest na licencji pozwalającej na ponowne wykorzystanie w celach niekomercyjnych np.: CC BY NC.

Poziom 4.

„Chcę, by ktoś mógł znaleźć, przejrzeć i wykorzystać moje zbiory w dowolny sposób” – udostępniane są:

- metadane na licencji CC0, w nich link do Twojej strony, na której jest obiekt,
- link do obiektu (min. 1200 px dla plików graficznych).

Obiekt jest na wolnej licencji pozwalającej na ponowne wykorzystanie: CC BY, CC BY-SA, CC0, PDM



Wystąpienie przedstawiciela Europeany, Jorisa Pekela

W ramach warsztatów przedstawiciel Fundacji Europeana, odpowiedzialny za koordynację współpracy z instytucjami kultury, zaprezentował opisany powyżej model czterech poziomów współpracy. Dodatkowo model ten został też opatrzony komentarzem prawnym ze strony przedstawicielki Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Następnie przedstawicielki Narodowego Instytutu Audiowizualnego (NInA) oraz Muzeum Narodowego w Warszawie (MNW) przedstawiły doświadczenia związane ze współpracą z innymi zewnętrznymi platformami do udostępniania zbiorów instytucji kultury. NInA udostępniając swoje kolekcje audiowizualne nie ogranicza się wyłącznie do własnego portalu Ninateka.pl, ale przekazuje też nagrania do portalu EUscreen¹¹ oraz poprzez niego do Europeany. Portal EUscreen oraz stojące za nim konsorcjum instytucji z całej Europy, dają NInA możliwość zaprezentowania instytucji i jej zbiorów w międzynarodowym kontekście oraz dostęp do nowych kanałów komunikacji. Współpracą z partnerami z całej Europy daje możliwość angażowania się pracownikom NInA w działania mające wpływ na kształt sektora audiowizualnego i owocuje nowymi projektami, zarówno w wymiarze krajowym, jak i międzynarodowym.

Podstawowym kanałem udostępniania cyfrowych wizerun-

ków MNW jest portal Cyfrowe Zbiory MNW¹², na którym dostępne są zbiory wraz z metadanymi, pogrupowane w tematyczne pokazy i kolekcje. Metadane tych zbiorów są agregowane w portalu FBC¹³ i w ten sposób przekazywane do Europeany. Cyfrowe zbiory MNW są też wykorzystywane w innych inicjatywach, takich jak Wolne Lektury czy portal Culture.pl. MNW podjęło też decyzję o zintensyfikowaniu działań mających na celu udostępnianie cyfrowych wizerun-



Dyskusja na temat
Europeana Publishing
Framework

11 <http://euscreen.eu>

12 <http://cyfrowe.mnw.art.pl>

13 <http://fbc.pionier.net.pl>

ków zbiorów MNW (wraz z metadanymi) w zewnętrznych serwisach gromadzących użytkowników. W pierwszej kolejności intensyfikacja ta objęła współpracę z serwisem Wikimedia Commons, który gromadzi zasoby dla wielu serwisów Fundacji Wikimedia, takich jak Wikipedia. Uzasadnieniem tego kierunku działań był nie tylko duży ruch użytkowników w serwisie Wikipedia, ale też m.in. to że Wikipedia jest dla większości internautów podstawowym źródłem informacji, jest też bardzo wysoko pozycjonowana w Google. Przedstawicielka MNW w swoim wystąpieniu opisywała sposoby współpracy Fundacją Wikimedia i środowiskiem wikipedystów, a także efekty tej współpracy. W szczególności jest to bardzo duża liczba wyświetleń powstających w różnych językach artykułów, w których wykorzystywane są wizerunki zbiorów MNW.

Po wystąpieniach zaproszonych gości, uczestnicy warsztatów dyskutowali na temat tego, w jaki sposób ich macierzyste instytucje mogłyby podejść do udostępniania zbiorów on-line poza własnym serwisem WWW. Opinie uczestników były podzielone. Z jednej strony szeroki dostęp do odbiorców jest bardzo istotny z punktu widzenia instytucji kultury i wydaje się być główną korzyścią płynącą z takich działań – zarówno w sposób bezpośredni, jak i poprzez możliwość wywołania w przyszłości korzyści, które wynikną pośrednio ze zwiększonej widoczności instytucji poprzez promocję jej zbiorów. Z drugiej strony uczestnicy warsztatów obawiali się potencjalnych problemów licencyjnych (które są związane z szerokim udostępnianiem zbiorów spoza domeny publicznej) oraz

spadku liczby odwiedzin we własnych serwisach internetowych. W kontekście tej drugiej kwestii, istotna jest możliwość monitorowania poziomu wyświetleń zbiorów danej instytucji w zewnętrznych serwisach oraz możliwość raportowania liczb wyświetleń zbiorów do instytucji takich jak GUS, MKiDN czy organy założycielskie poszczególnych instytucji kultury. Większość oficjalnych formularzy raportowania działalności obecnie nie daje takiej możliwości i wg uczestników warsztatów powinno to zostać zmienione, aby zachęcić instytucje kultury do udostępniania zbiorów poza własnymi serwisami.

Temat wskaźników związanych z udostępnianiem zbiorów okazał się być szczególnie interesujący dla uczestników, co dobrze korespondowało z czwartą sesją warsztatów poświęconą wykorzystaniu wskaźników do monitorowania efektywności działań.

Monitorowanie wykorzystania i efektywności działań w usługach udostępniania zbiorów

W pierwszej części warsztatów jedną z istotnych kwestii była zmiana podejścia do działań związanych z digitalizacją i udostępnianiem zbiorów, z projektowego na usługowe, z jednorazowego na ciągłe. Była również mowa o tym, że pewne założenia przyjmowane przy realizacji takich działań należy okresowo weryfikować, aby uniknąć działań w sposób nieprzystający już do bieżącej sytuacji. Bardzo istotnym narzędziem w tym kontekście są różnego rodzaju wskaźniki, które można wykorzystać do monitorowania działań w usługach udostępniania zbiorów – w szczególności do określania efektywności tych działań i stopnia wykorzystania udostępnianych zasobów.

Wskaźniki przede wszystkim ułatwiają operacjonalizację założeń, czyli inaczej mówiąc, pozwalają zamienić ogólne hasła na konkretne oczekiwania. Odpowiednio zdefiniowane wskaźniki są ściśle powiązane z tym, jak usługa ma działać, mogą wręcz to doprecyzowywać. Oczywiście wskaźniki w większym stopniu służą do zarządzania usługą, niż do jej projektowania, ale dzięki temu że pozwalają weryfikować na ile działająca usługa jest zgodna z założeniami, mogą owocować realnymi zmianami w projekcie usługi lub w samych założeniach (jeżeli te okażą się w praktyce nierealne).

Wskaźniki mogą też służyć do porównywania szeregu usług między sobą czy analizy tego, jak dana usługa plasuje się na tle innych (tzw. benchmarking).

W trakcie warsztatów uczestnicy zapoznali się z wybranymi narzędziami służącymi do monitorowania świadczenia usług. Pierwszym z nich była miara Net Promoter Score¹⁴, służąca w biznesie do miary lojalności klientów, będąca jednym ze sposobów pomiaru satysfakcji klienta. W praktyce miara ta definiuje w jaki sposób określić, jaka część klientów jest zadowolona z usługi w stopniu skłaniającym ich do polecenia tej usługi dalej. Wskaźnik ten, w praktyce zbierany np. poprzez ankietę na stronach biblioteki cyfrowej, może być rozszerzony o pytanie pozwalające użytkownikom odpowiedzieć, dlaczego są (bądź nie są) skłonni daną usługę polecać dalej. Zastosowanie tego wskaźnika, jaki wielu innych, może być zarówno jednorazowe (żeby określić poziom satysfakcji użytkowników w okresie czasu prowadzenia badania), ale też może być podstawą do działań okresowych, zwłaszcza gdy pierwsze badanie pokaże, że wynik jest niski i zostaną podjęte działania naprawcze w określonych obszarach. Wte-

14 Więcej informacji: <https://www.netpromoter.com/know/>

dy powtórzenie działania za jakiś czas pozwala na ponowne zweryfikowanie poziomu satysfakcji użytkowników i określenia, czy podjęte działania przyniosły oczekiwany skutek.

Następnie uczestnicy zapoznali się pokrótce z narzędziami do analityki webowej (bezpłatna usługa Google Analytics¹⁵ oraz otwarte oprogramowanie PIWIK¹⁶). Wykorzystanie tego typu pakietów, umożliwia zarówno monitorowanie podstawowych wskaźników, takich jak liczba odwiedzin serwisu internetowego, czas spędzany na stronie przez użytkowników, źródła odwiedzin serwisu, jak też prowadzenie bardziej zaawansowanych pomiarów dotyczących pewnej sekwencji działań użytkowników (np. ilu użytkowników dotarło do obiektu cyfrowego poprzez wykorzystanie wyszukiwania zaawansowanego) lub też interakcji podejmowanych przez użytkowników w obrębie pojedynczej strony (np. jakich filtrów użytkownicy używają najczęściej do zawężania wyników wyszukiwania). Pełne poznanie możliwości zaprezentowanych pakietów wykraczało poza ramy czasowe i programowe warsztatów, jednak w internecie dostępnych jest wiele kursów umożliwiających samodzielne rozpoczęcie korzystania z tych narzędzi¹⁷.

Ostatnim elementem czwartej sesji warsztatów było przedstawienie uczestnikom podstawowych zasad projektowania

¹⁵ <https://www.google.com/analytics>

¹⁶ <https://piwik.org/>

¹⁷ M. in. <https://analyticsacademy.withgoogle.com/> oraz <https://piwik.org/docs/>

własnych mierników. Zasady te sprowadzają się do odpowiedzi na serię pytań:

- Po co konstruujemy dany miernik? Co ma on nam pomóc weryfikować?
- Jak często będziemy prowadzić pomiar?
- Jak będziemy mierzyć to, co jest przedmiotem opomiarowania? Jak będziemy obliczać wartość miernika (o ile są potrzebne dodatkowe obliczenia)?
- Skąd będziemy uzyskiwać dane niezbędne do określenia wartości miernika?
- Kto będzie odpowiedzialny za określanie wartości miernika?
- Jaka jest pożądana wartość docelowa miernika? W jakim okresie ma być osiągnięta?

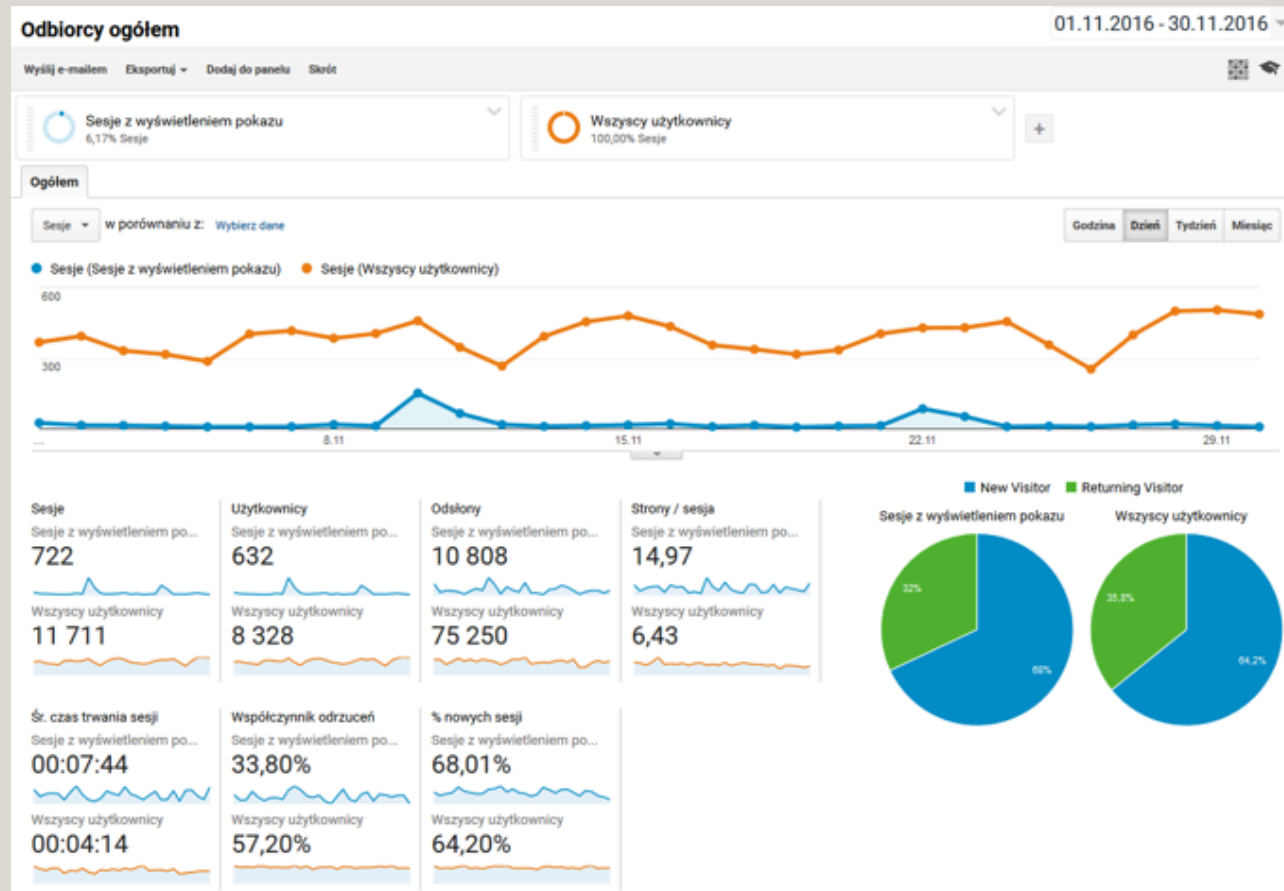
W przypadku ostatniego pytania warto zastanowić się nad kilkoma kwestiami, urealnającymi zakładaną pożądaną wartość. Po pierwsze, czy wiadomo jaki jest obecny poziom wartości miernika? Czy były już prowadzone takie pomiary? Jeżeli zakłada się, że nowy serwis internetowy biblioteki ma dać dwukrotny wzrost liczby nowych użytkowników, to pytanie, czy wiadomo jaka była liczba użytkowników starego serwisu? Może okazać się, że zajęcie się metrykami dopiero po (albo tuż przed) uruchomieniem nowego serwisu spowoduje, że nie da się już uzyskać wiarygodnej wartości referencyjnej ze starej wersji witryny. Kolejna kwestia to realistyczny poziom miernika i czas osiągnięcia tego poziomu. Czy realistyczne jest zakładać, że zmiana strony internetowej podwoi liczbę

odwiedzin? Czy jest silna podstawa do takiego założenia? Jaką liczbę odwiedzin odnotowują inne, podobne serwisy? Jeżeli odpowiedź na te pytania jest trudna, warto przynajmniej mieć na względzie, że wartość docelowa jest wtedy obarczona większym ryzykiem błędu i może warto wartość bieżącą danego wskaźnika weryfikować.

Tabela poniżej zawiera przykładowe informacje na temat miernika, który mógłby być opracowany dla nowo powstającego muzeum cyfrowego, w oparciu o dane pozyskane z innego muzeum.

Po co konstruujemy dany miernik? Co ma on nam pomóc weryfikować?	Celem miernika jest określenie popularności korzystania ze zbiorów cyfrowego muzeum udostępnianych poprzez pokazy tematycznych. Miernik ma pomóc zweryfikować, na ile taka dość pracochłonna metoda udostępniania spotyka się z zainteresowaniem użytkowników końcowych.
Jak często będziemy prowadzić pomiar?	Pomiar będzie realizowany raz w miesiącu, pierwszego roboczego dnia miesiąca.
Jak będziemy mierzyć to, co jest przedmiotem opomiarowania? Jak będziemy obliczać wartość miernika (o ile są potrzebne dodatkowe obliczenia)?	Popularność korzystania z pokazów tematycznych będzie określana poprzez zliczanie liczby takich odwiedzin w pełnym miesiącu (minionym), w ramach których został wyświetlony chociaż jeden pokaz tematyczny. Wartość wskaźnika będzie analizowana na dwa sposoby: jako bezwzględna liczba odwiedzin oraz jako udział procentowy liczby odwiedzin z wyświetleniem pokazu do łącznej liczby odwiedzin.

Skąd będziemy uzyskiwać dane niezbędne do określenia wartości miernika?	Dane do określenia wartości miernika będziemy uzyskiwać z systemu Google Analytics zainstalowanego na naszej stronie. Sposób określania niezbędnych wartości liczbowych w tym narzędziu zdefiniuje administrator IT.
Kto będzie odpowiedzialny za określanie wartości miernika?	Za określanie wartości miernika odpowiedzialny będzie kierownik działu udostępniania zbiorów muzeum.
Jaka jest pożądana wartość docelowa miernika? W jakim okresie ma być osiągnięta?	<p>Z zaprzyjaźnionego muzeum uzyskaliśmy informacje, że w ich przypadku, przy poziomie ok. 11 700 odwiedzin w miesiącu, około 700 odwiedzin zawiera w sobie również wyświetlenie pokazów tematycznych. Jest to około 6% łącznej liczby wyświetleń. To muzeum ma już około 100 pokazów tematycznych, które obejmują około 10 000 spośród około 30 000 udostępnianych cyfrowo obiektów.</p> <p>Nasze muzeum będzie udostępnione publicznie on-line z 5 000 obiektów i 10 pokazami. Nowe pokazy będą udostępniane raz w miesiącu i intensywnie promowane w mediach społecznościowych i na stronie głównej serwisu. Wstępnie zakładamy osiągnięcie w perspektywie 6 miesięcy od uruchomienia muzeum liczby odwiedzin na poziomie 5 000 miesięcznie, z czego około 10% odwiedzin (500) będzie zawierało w sobie wyświetlenie przynajmniej jednego pokazu tematycznego.</p>



Grafika: przykładowy zrzut ekranu z Google Analytics

Podsumowanie

Opisane w niniejszym raporcie warsztaty objęły szereg kwestii związanych z funkcjonowaniem usług udostępniania zbiorów instytucji kultury. Omówione i przedyskutowane było otoczenie takich usług – najważniejsze segmenty odbiorców, partnerów i innych podmiotów zewnętrznych potencjalnie zainteresowanych funkcjonowaniem tych usług (w szczególności instytucji je finansujących). Uczestnicy pracowali również nad modelem organizacyjnym działania tych usług, starając się uwzględnić nie tylko to, co usługi te mają dać użytkownikom, ale też kwestie związane z dotarciem do nowych użytkowników czy samym sposobem korzystania z usług. W tym celu wprowadzone było narzędzie ścieżki użytkownika, które uczestnicy wykorzystywali w praktyce w czasie testów zadaniowych do identyfikowania potencjalnych problemów związanych z użytecznością usług. Wreszcie dyskutowane były możliwości i konsekwencje (pozytywne i potencjalnie negatywne) udostępniania zbiorów on-line poza macierzystym serwisem instytucji, w szczególności na platformie Europeana. Na koniec uczestnicy warsztatów mieli okazję zapoznać się ze sposobami bieżącego monitorowania sposobu działania usługi cyfrowej i zasadami wykorzystania tych sposobów do określania założeń co do funkcjonowania usługi czy też do podejmowania strategicznych decyzji odnośnie kierunków jej rozwoju.