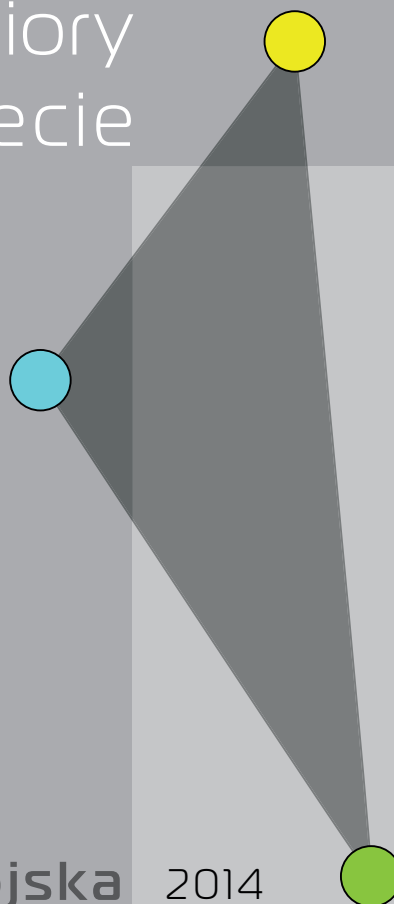


# Analiza portali i serwisów udostępniających zbiory muzealne w Internecie

**Magdalena Laine-Zamojska**

2014

Współpraca:  
**Adrian Moczulski**  
**Cezary Zamojski**



# **Analiza portali i serwisów udostępniających zbiory muzealne w Internecie**

Magdalena Laine-Zamojska

Współpraca:

Adrian Moczulski

Cezary Zamojski

## Spis treści

1. Wstęp	3
2. Metoda	4
2.1. Selekcja analizowanych serwisów i portali	4
2.2. Analiza portali	6
2.3. Ograniczenia metody	7
3. Wyniki	9
3.1. Data powstania	9
3.2. Sposoby udostępniania zbiorów	9
3.3. Użytkownicy i grupy docelowe	9
3.4. Języki interfejsu i opisu obiektu	10
3.5. Strona główna i sposoby prezentowania obiektu	11
3.6. Wystawy i ścieżki tematyczne	14
3.7. Opis obiektu – metadane	18
3.8. Funkcje obiektu	30
3.9. Wizerunek obiektu – format i rozdzielczość	31
3.10. Zasady udostępniania zbiorów	33
3.11. Wyszukiwanie	35
3.12. Personalizacja	40
3.13. Dodatkowe usługi	43
4. Podsumowanie	48
5. Ocena graficzna i techniczna oraz końcowa dyskusja wyników	49
6. Ocena informatyczna serwisów i portali	61
6.1. Analizowane strony	61
6.2. Kryteria oceny	62
6.3. Ocena poszczególnych serwisów	62
7. Ocena graficzna serwisów i portali	71
7.1. Analizowane strony	71
7.2. Kryteria oceny	72
7.3. Ocena poszczególnych serwisów	73
8. Analizowane serwisy i portale: linki	86

## 1. Wstęp

Celem ogólnym jest analiza funkcjonalności portali i serwisów internetowych udostępniających zbiory muzealne, oraz ocena graficznego interfejsu użytkownika (GUI), wraz z zastosowanymi rozwiązaniami informatycznymi wspierającymi funkcjonalność wyselekcjonowanych serwisów, w celu wskazania technologicznie i graficznie najlepszych rozwiązań w kontekście GUI.

Cele szczegółowe:

- identyfikacja zawartości cyfrowego serwisu
- identyfikacja użytkowników i grup docelowych
- identyfikacja zakresu danych katalogów zbiorów
- wskazanie dostępnych funkcjonalności systemu
- określenie systemów personalizacji treści
- identyfikacja dodatkowych aplikacji (np. kody QR, geolokalizacja)
- cena graficznego interfejsu użytkownika
- ocena graficznego interfejsu użytkownika (GUI) wraz z zastosowanymi rozwiązaniami informatycznymi
- ocena funkcjonalności serwisów

Jak zostało przedstawione w opracowaniu przygotowanym na zlecenie Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów *Analiza determinantów popytu na usługi projektu E-muzea. Trendy i pozycja strategiczna przedsięwzięcia*<sup>1</sup>, kluczowymi dla powodzenia przedsięwzięcia jest stworzenie portalu, który jako produkt będzie stanowił kreatywne połączenie cyfrowych artefaktów, elementów tekstualnych, graficznych, audio, czy animacyjnych przygotowanych na potrzeby portalu, jak też kodu programistycznego (Możdżeń & Strycharz 2014: 15). Doświadczenie zaoferowane użytkownikowi będzie wpływało na jego satysfakcję i ocenę serwisu.

W tym kontekście ważna jest nie tylko jakość cyfrowych obiektów, metadanych, ale także funkcjonalność systemu. Dodatkowo wypracowanie odpowiedniego języka graficznego i zaprojektowanie interakcji są także kluczowymi elementami przyszłego portalu. Współpraca z kreatywną branżą na poziomie przygotowań do projektu może zasugerować dalsze ścieżki współpracy z sektorem i wskazać możliwości rozwoju portalu.

---

<sup>1</sup> Możdżeń, M. & Strycharz, J. (2014) *Analiza determinantów popytu na usługi projektu e-muzea. Trendy i pozycja strategiczna przedsięwzięcia*. Kraków: Fundacja Gap.

## 2. Metoda

### 2.1. Selekcja analizowanych serwisów i portali

W celu wyselekcjonowania serwisów i portali udostępniających zbiory muzealne przeglądowni poddane zostały źródła internetowe. Przede wszystkim ocenie poddane zostały zasoby udostępnione na stronie *Euromusnet – the exhibition portal for Europe* <<http://www.euromuse.net/en/home/>>. Publiczny portal, którego partnerem jest *NEMO the Network of European Museum Organisations* oferuje dostęp do aktualnych informacji o dostępnych w Internecie zasobach muzealnych. Na liście są 93 pozycje, które zawierają krótki opis danego serwisu lub strony oraz link <<http://www.euromuse.net/en/resources/>>. Dodatkowo informacje o dostępnych online zasobach muzealnych można znaleźć także na krajowych stronach związków muzealnych i organizacji zajmujących się wspieraniem rozwoju muzeów. Inny źródłem są strony konferencji, np. *Museums and the Web*, *Museum Next* czy *NODEM*, podczas których najnowsze projekty są często prezentowane.

Wstępny przegląd obejmował ponad setkę pozycji. Wiele z zasobów związanych jest tylko z jednym tematem. Strony zazwyczaj prezentują jakieś zjawisko lub artystę i zostały przygotowane przez indywidualną instytucję, np. *Treasury of the World: Jeweled Arts of India in the Age of the Mughals* <[http://mini-site.louvre.fr/moghols/index\\_en.html](http://mini-site.louvre.fr/moghols/index_en.html)>. Przygotowana przez Louvre strona tematyczna jest swego rodzaju prezentacją promującą wystawę. Prezentacja zawiera kilkadziesiąt wysokiej jakości cyfrowych wizerunków obiektów. Tego typu zasoby zostały generalnie odrzucone, jako że ich główną rolą jest promowanie i informowanie o wystawie, a nie udostępnianie dużej ilości reprezentacji wraz z metadanymi. Do grupy zostały jednak zaakceptowane strony prezentujące także niewielkie kolekcje, np. kilkaset lub kilka tysięcy obiektów, jeżeli zawierały tego typu funkcjonalności co największe portale, czyli: cyfrowy wizerunek, określony zakres metadanych, umożliwiały przeglądanie oraz proste i zaawansowane wyszukiwanie. Niektóre z nich mają ciekawe rozwiązania, np. dotyczące proveniencji obiektu.

Dodatkowo zaprezentowane zostaną rozwiązania, których podstawową rolą jest nie tylko udostępnianie zasobów muzealnych, ale które zostały stworzone na przykład w celu uzyskania bogatszego opisu reprezentacji poprzez tagowanie wizerunków przez użytkowników.

W poniższej tabeli znajdują się podstawowe informacje o projektach, które zostały przeanalizowane wraz z liczbą udostępnionych online obiektów.

Nazwa	Instytucja zarządzająca	Liczba obiektów	Ilość instytucji	Kraj
<i>Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency</i>	<i>Réunion des musées nationaux et du Grand Palais des Champs-Élysées</i>	600,000	Setki instytucji	Francja
<i>Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde</i>	<i>Bayerische Staatsgemäldesammlungen / The Bavarian State Picture Collections</i>	300	15	Niemcy
<i>Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie</i>	<i>Muzeum Narodowe w Warszawie</i>	14,760	1 muzeum + 4 oddziały, 28 kolekcji	Polska

<i>Digitalt Museum</i>	<i>KulturIT, współfinansowane przez Norsk kulturråd</i>	1,368,500	150	Norwegia, Szwecja
<i>eSbírky</i>	<i>Národní muzeum / The National Museum</i>	35,334	około 30	Czechy
<i>Europeana</i>	<i>Europeana</i>	30,006,395	2,300 z 36 krajów	EU, siedziba
<i>Finna / Museum Finna</i>	<i>National Digital Library</i>	605,866	Pilotaż: kilkanaście muzeów, docelowo cały sektor	Finlandia
<i>Google Art Project</i>	<i>Google</i>	63,654	Setki, 344 kolekcje, 40 krajów	Międzynarodowy USA
<i>Het Geheugen van Nederland // The Memory of the Netherlands</i>	<i>Koninklijke Bibliotheek // The National Library of the Netherlands</i>	883,928	133 kolekcje, 100 instytucji	Holandia
<i>Joconde – Portail des collections des musées de France // The national collection database Joconde</i>	<i>Ministry of Culture</i>	496,000	350 muzeów	Francja
<i>Kunstindex Danmark</i>	<i>Kulturstyrelsen / run by the Danish National Cultural Heritage Agency</i>	dane z 2004: 200,000	Wszystkie muzea sztuki posiadane lub subsydowane przez państwo	Dania
<i>LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System</i>	<i>The Lithuanian Art Museum</i>	400,549	Obecnie 71 muzeów	Litwa
<i>Nationalmuseum: Samlingara Online // The National Museum: Collections online</i>	<i>The National Museum</i>	127,000	The National Museum	Szwecja
<i>NYPL Digital Collections Beta</i>	<i>The New York Public Library</i>	800,838	The New York Public Library	USA
<i>NZMuseums</i>	<i>National Services Te Paerangi</i>	17,817	405	Nowa Zelandia
<i>Rijksmuseum Rijksstudio</i>	<i>Rijksmuseum Amsterdam</i>	275,000	Rijksmuseum	Holandia
<i>SI Collections Search Center</i>	<i>Smithsonian Institution</i>	8,600,000	SI – dziesiątki instytucji pamięci i naukowych	USA
<i>Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection</i>	<i>Staatsbetrieb Staatlichen Kunstsammlungen Dresden // State Enterprise – State Art Collections in Dresden</i>	1,200,000	Kilkanaście instytucji	Niemcy
<i>Tate Collection Online</i>	<i>Tate</i>	70,000	Tate	UK
<i>The National Gallery Collection Online</i>	<i>The National Gallery</i>	2,300	The National Gallery	UK
<i>V&amp;A Collections</i>	<i>The Victoria and Albert Museum</i>	1,132,791	V&A	UK
<i>Virtual Collection of Masterpieces (VCM)</i>	<i>Asia–Europe Museum Network</i>	2,309	Ponad 120 muzeów	Europa–Azja

---

## 2.2. Analiza portali

### I etap

Dane potrzebne do zrealizowania celów szczegółowych zostały zebrane podczas analizy portali.

Pierwszy etap procesu analizy przebiegał w następujący sposób:

- wejście na stronę główną
- identyfikacja sposobu dostępu do kolekcji
- Przełączenie wersji językowej na angielski (w przypadku portali, których język nie był zrozumiały dla analizującego). Strony nie posiadające wersji anglojęzycznej tłumaczone były za pomocą Google Translator
- zebranie podstawowych informacji o projekcie i jego odbiorcach
- identyfikacja funkcjonalności systemu
- przejście do obiektu
- analiza opisu obiektu
- analiza funkcji przypisanych obiektowi
- identyfikacja zasad udostępniania odwzorowań
- zapisanie informacji o obiekcie w pdf wykorzystując funkcję „drukuj” bezpośrednio z portalu lub poprzez funkcję przeglądarki
- identyfikacja sposobów personalizacji treści. Założenie konta użytkownika i zapoznanie się z dostępnymi funkcjami
- identyfikacja dodatkowych funkcji przypisanych obiektowi
- ściągnięcie wizerunku cyfrowego
- sprawdzenie formatu, wielkości i rozdzielczości wizerunku

### II etap

W kolejnym etapie zebrane dane zostały zaprezentowane informatykowi i grafikowi. Ich zadaniem było zapoznanie się z technologicznymi i graficznymi aspektami projektów w celu oceny funkcjonalności systemu i graficznego interfejsu użytkownika. Informatyk i grafik skupili się na identyfikacji rozwiązań, które z perspektywy ich dyscypliny i doświadczenia mogą określić jako najbardziej prawidłowe oraz przyjazne użytkownikowi. Dodatkowo przedstawiono im:

- założenia i cele projektu E-muzea,
- specyfikę zbiorów w muzeach narodowych odwiedzonych w ramach przygotowań do obiektów,

- zalecenia europejskie dotyczące zwiększania dostępu do dziedzictwa kulturowego oraz dyrektywy o ponownym wykorzystaniu informacji sektora publicznego,
- projekty przełomowe: (1) *Rijksstudio* jako projekt wspierający ponowne wykorzystanie materiałów i promujący nowe inicjatywy biznesowe; (2) *Europeana* jako realizacja polityki europejskiej i największa inicjatywa w Europie; (3) *V&A Collections* jako przykład prezentowania dużej ilości informacji o zbiorach, oraz jako serwis udostępniający cyfrowe wizerunki obiektów pochodzące z różnych lat i reprezentujących różną jakość odwzorowania.

Grafik i informatyk mieli zbierać dane pozwalające na zaprezentowanie potencjalnie najlepszych rozwiązań w kontekście projektu E-muzea. Opis metody wykorzystanej do przeglądu 22 serwisów oraz wyniki oceny graficznej i technicznej są zamieszczone na końcu tego dokumentu jako osobne części.

### III etap

Następnie dane z etapu I zostały poddane analizie i syntezie. Wyniki są zaprezentowane i omówione w kolejnych częściach tego opracowania.

### IV etap

W tym etapie cały zespół wspólnie omówił wyniki poszczególnych ocen: oceny technicznej, oceny graficznej i analizy muzeologicznej. Jest to etap podsumowujący i zamykający opracowanie. Wyselekcjonowane zostały kategorie pozwalające na wspólną analizę wyników otrzymanych z poszczególnych części. Pierwsza kategoria (oś OY) to poprawność wykonania, czyli w jakim stopniu zaproponowane rozwiązania zostały prawidłowo zrealizowane. Druga kategoria (oś OX) określa oryginalność danego rozwiązania oraz na ile dany projekt realizuje najnowsze trendy. Zostały przygotowane trzy wykresy, na których umieszczone zostały 22 projekty. W następnym etapie wybrane zostały projekty znajdujące się w II ćwiartce wykresu, które jednocześnie charakteryzują się najwyższym poziomem poprawności i wykorzystaniem najnowszych rozwiązań. Wnioski omówione są w tym opracowaniu w części „Ocena graficzna i techniczna oraz końcowa dyskusja wyników”.

Rezultaty zaprezentowane są także w formie prezentacji, która demonstruje wyniki tego przeglądu oraz wskazuje jakie elementy należy wziąć pod uwagę.

---

## 2.3. Ograniczenia metody

Zastosowana metoda pozwala na zebranie tylko ograniczonych danych. Nie wszystkie projekty dostarczają na swoich stronach informacji, których zdobycie było celem tej analizy. Np. w przypadku odbiorców serwisów można oprzeć się tylko na informacjach przedstawionych przez twórców. Można założyć, że są to odbiorcy, do których twórcy chcieliby dotrzeć, natomiast nie mamy wiarygodnych danych pozwalających na stwierdzenie kim są faktyczni użytkownicy. Wiarygodność danych zostanie szczegółowo omówiona przy konkretnych punktach prezentujących wyniki. Również dane dotyczące liczby obiektów nie są w pełni wiarygodne. Opierają się one na informacjach podanych na stronach projektów, które niekoniecznie są aktualne. Jako że są to projekty nadal realizowane, można założyć, że faktyczna liczba obiektów w chwili obecnej jest wyższa.



W przypadku oceny technicznej i graficznej sytuacja jest taka sama. Zastosowana metoda pozwoliła na ocenę jedynie tej części projektu, która jest dostępna użytkownikowi. Nie pozwala ona na kompleksową ocenę rozwiązań technicznych zaimplementowanych w projekcie. Ocena graficzna jest także tylko ogólną oceną zastosowanych rozwiązań graficznych. W tym przypadku nie wiadomo jakie były założenia projektu, a zatem nie można do końca ocenić na ile wykorzystane środki graficzne są odpowiednio dobrane do realizacji celów projektu.

Przedstawienie kompleksowych danych wymagałoby uzyskania tych informacji od twórców serwisów i instytucji nimi zarządzających. W przypadku tego opracowania i jego celów na potrzeby przygotowań do projektu Polska Cyfrowa, uzyskanie takich informacji wymagałoby nakładu zasobów niewspółmiernych do możliwie uzyskanych rezultatów.

### 3. Wyniki

---

#### 3.1. Data powstania

Nie wszystkie projekty umieszczają informacje o dacie powstania. Najstarszymi projektami są francuski serwis *Joconde* (1975) i *Kunstindex Danmark* (1985). Większość projektów powstała w ostatnich kilkunastu latach. Najnowsze, jak np. *Rijksmuseum* i *LIMIS*, zostały opublikowane w ostatnich kilku latach.

---

#### 3.2. Sposoby udostępniania zbiorów

W ostatnich kilkunastu latach nastąpił przełom w dostępie do zdigitalizowanych kolekcji muzealnych. Muzea udostępniają swoje kolekcje na wiele sposobów:

- za pomocą online katalogu zbiorów dostępnego na stronie internetowej muzeum lub innej instytucji pamięci (*Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie, V&A Collections, The National Gallery Collection Online, Tate Collection Online, Rijksmuseum Rijksstudio, NYPL Digital Collections Beta*),
  - na portalach i stronach udostępniających zasoby z wielu instytucji, przygotowanych np. w ramach wspólnego projektu (*Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde, Virtual Collection of Masterpieces*),
  - na ogólnokrajowych serwisach, agregatorach, udostępniających zbiory i pozwalające na dostęp do metadanych z sektora pamięci (*Joconde – Portail des collections des musées de France // The national collection database Joconde, eSbírky, NZMuseums, Digitalt Museum, LIMIS, Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency, Het Geheugen van Nederland // The Memory of the Netherlands, Kunstindex Danmark, Finna, SI Search Collections Center*)
  - na międzynarodowych portalach, serwisach i agregatorach materiału z sektora GLAM (*Europeana, Google Art Project*),
  - za pomocą API (*Europeana* oraz muzea udostępniające swoje kolekcje poprzez *Europeana, Rijksmuseum*).
- 

#### 3.3. Użytkownicy i grupy docelowe

Informacje o użytkownikach i grupach docelowych uzyskano z informacji zamieszczonych na portalach w zakładkach „o projekcie”, „często zadawane pytania”, itd. Jeżeli informacje nie były zamieszczone w tych zakładkach lub innych głównych kategoriach opisujących projekt w tabeli zapisywane było „brak danych” (prawie 1/3 projektów). Pozostałe projekty opisują odbiorców jako publiczność, indywidualni odbiorcy lub po prostu użytkownicy. W projekcie *Virtual Collection of Masterpieces (VCM)* zdefiniowane są następujące grupy docelowe: (1) studenci i uczący się, bez względu do jakiej grupy wiekowej należą; (2) nauczyciele i wszelkiego rodzaju instruktorzy, oraz (3)

publiczność, z uwzględnieniem grup nie mających wcześniejszego doświadczenia z muzeami i ich kolekcjami. *Kunstindex Danmark* jest skierowany także do specjalistów. Litewski *LIMIS* kategoryzuje swoich odbiorców w ten sposób:

1. *Information for external users that is public and open-access;*
2. *Extensive information for registered users (researchers, etc.), i.e. more detailed meta-data and digital images of higher quality;*
3. *Even more extensive information for the museums and state institutions specialists.*  
(*About the Portal, LIMIS <<http://www.limis.lt/apie-portala>>*)

Sposób budowy portali oraz dostępne na nim funkcje sugerują, że są skierowane do podobnych grup docelowych. Można założyć, że wszystkie portale starają się być interesujące dla jak najliczniejszego grona odbiorców.

W przypadku analizowanych portali nie wiadomo kim są faktyczni odbiorcy. Nie wiadomo jaki zakres danych zbierają instytucje zarządzające portalami. Z publikacji i prezentacji dotyczących różnych projektów wiadomo, że zbierane są przynajmniej dane statystyczne i mierzona jest liczba wejść oraz użytkowników. Zbieranie bardziej szczegółowych danych może wymagać w niektórych krajach poinformowania użytkowników o zbieraniu takich informacji. Nie wiadomo także jakie metody są stosowane do analizy danych dotyczących użytkowników. W przypadku cyfrowych projektów zbierane dane statystyczne pozwalają tylko na uzyskanie dosyć ogólnego obrazu odbiorców. Bardziej zaawansowane techniki wymagają większego nakładu pracy i konkretnych metod w celu analizy zebranych danych. Dodatkowo wiadomo, że największe, narodowe portale mają ogromną liczbę odwiedzin i użytkowników.

W tym kontekście istotne wydaje się, aby na poziomie planowania projektu uwzględnione zostały metody wykorzystywane do ciągłego monitorowania zachowania użytkowników i badania jakości ich doświadczenia. Projektowanie serwisu jest także projektowaniem doświadczenia. Serwis może być zaplanowany i skonstruowany jako ciągle rozwijany produkt, który jest aktywnie modyfikowany zgodnie z uzyskiwanymi danymi i wynikami badań.

---

### 3.4. Języki interfejsu i opisu obiektu

Spora grupa analizowanych projektów jest dostępna w języku angielskim, a ilość analizowanych projektów relatywnie niska, więc brakuje podstaw do wyciągania wniosków dotyczących użycia różnych języków. Strony anglojęzyczne zazwyczaj nie oferują innych wersji językowych. Strony, których główny język jest mniej popularny oferują przede wszystkim anglojęzyczną wersję strony. Fiński projekt pozwala na dostęp w językach urzędowych kraju i języku angielskim. Oferowanie zmiany języka interfejsu niekoniecznie pociąga za sobą zmianę metadanych o obiekcie, które pozostają w języku oryginalnym.

Typowe jest, że interfejs krajowego portalu jest dostępny w języku urzędowym (lub językach urzędowych) danego kraju. Jako drugi wybór umożliwiony jest język angielski. Należałoby się zastanowić, czy byłoby istotne oferowanie interfejsu w innych także językach.

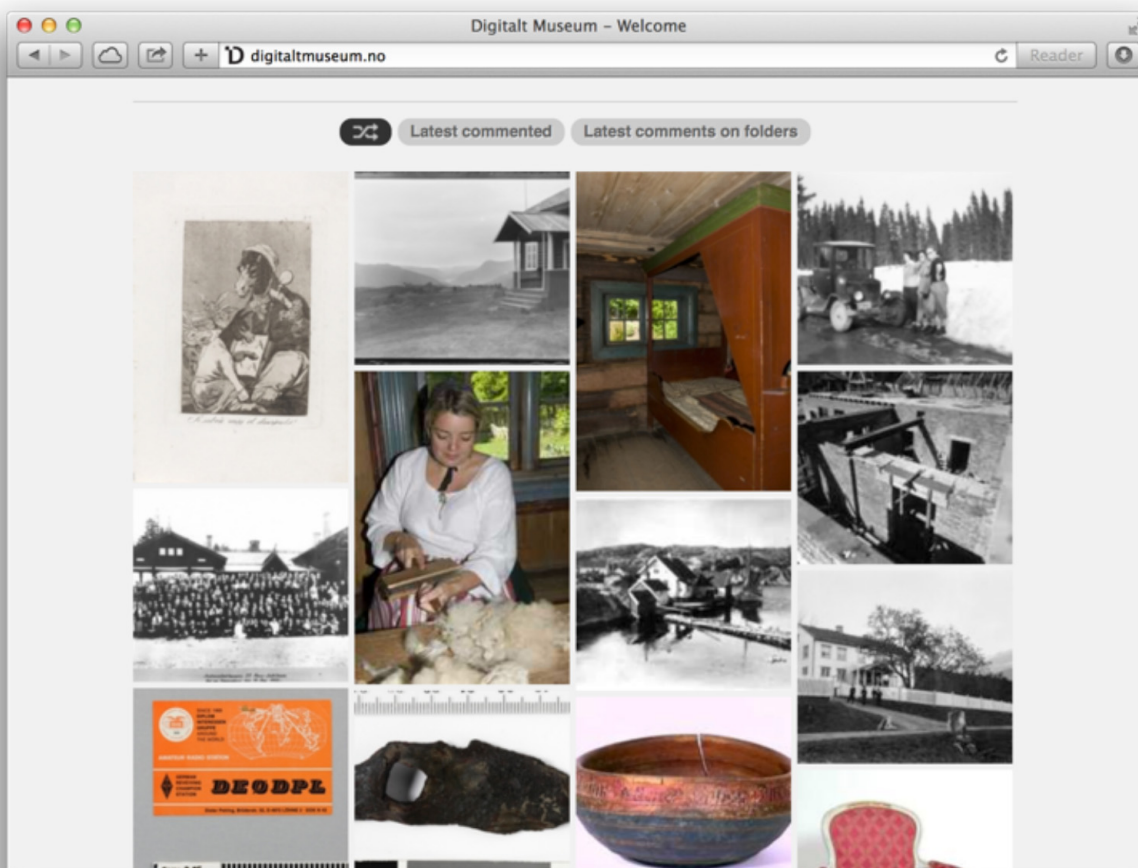
Język jest jednym z kluczowych aspektów, który odgrywa rolę w wyszukiwaniu, a które jest też osobnym obszarem badań. Kwestie dotyczące wielojęzycznego wyszukiwania powinny zostać uwzględnione na etapie planowania wyboru technologii wykorzystanej do zarządzania zbiorami i portalu do ich udostępniania.

### 3.5. Strona główna i sposoby prezentowania obiektu

Sposób prezentowania obiektu wynika przede wszystkim ze sposobu udostępniania zbiorów, który zmieniał się w czasie. Najstarsze projekty stanowią rodzaj katalogu online (*Joconde – Portail des collections des musées de France*). Strona główna prezentuje wówczas informacje o projekcie, liczbę obiektów zdigitalizowanych i wyselekcjonowane obiekty (zrzut ekranu poniżej).

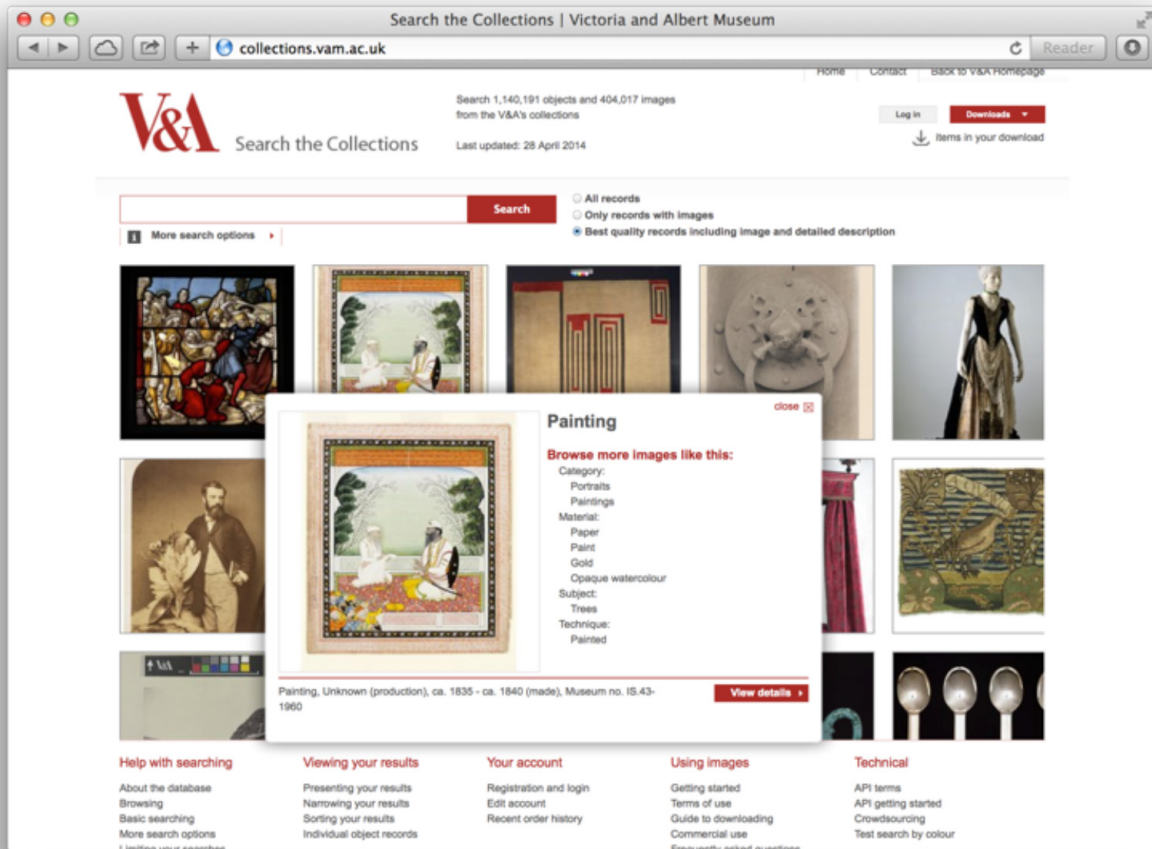
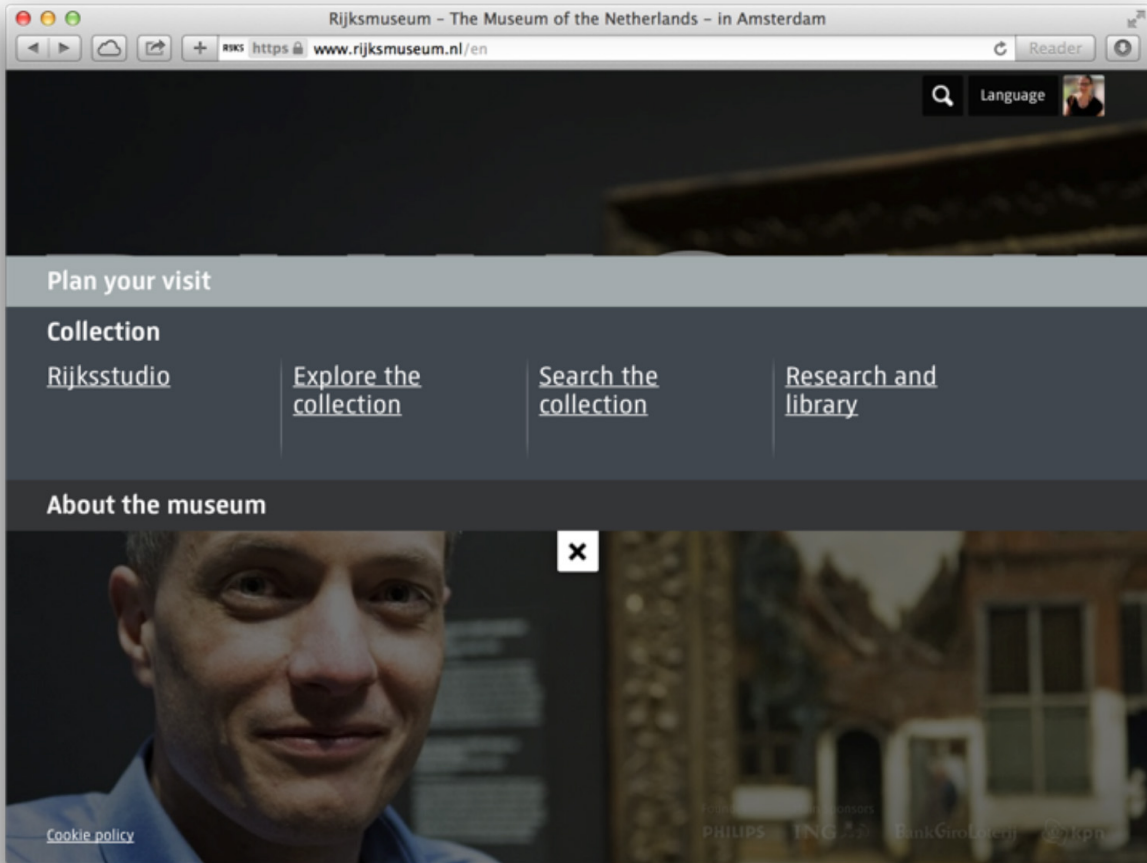


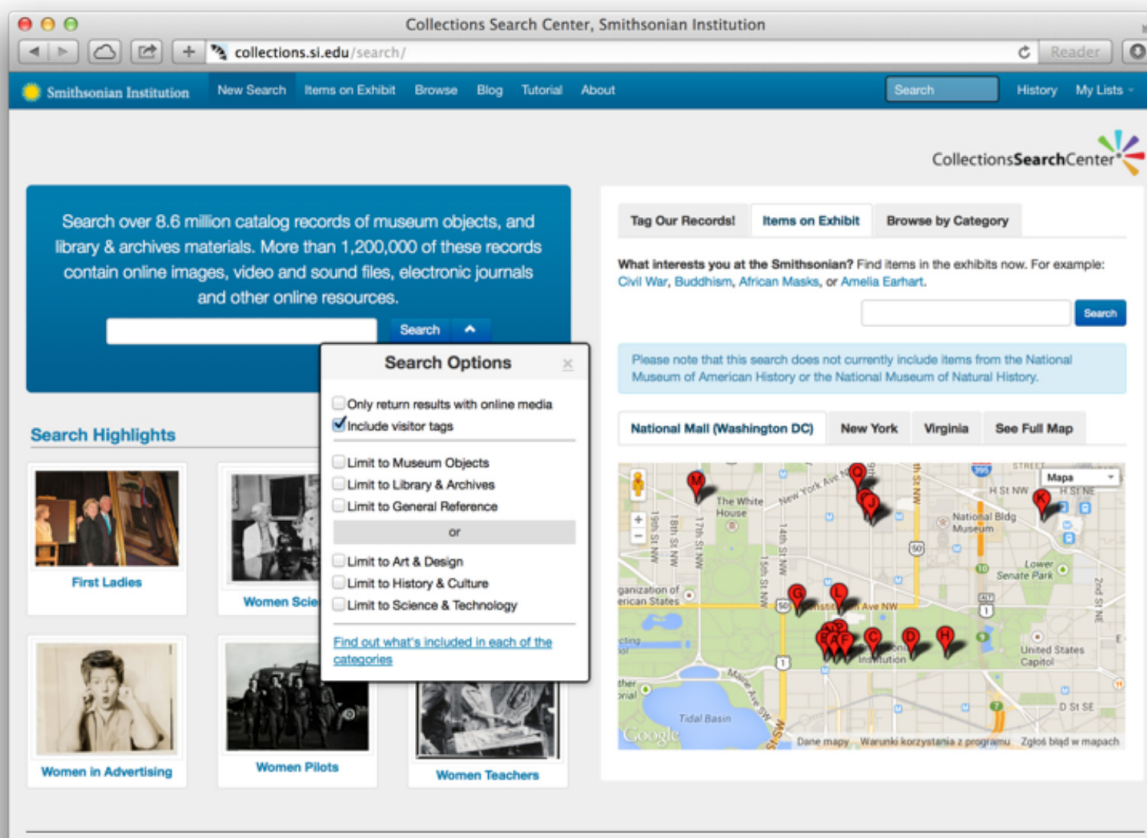
Najnowsze projekty starają się szerzej pokazać swoje zbiory poprzez udostępnienie określonej liczby wizerunków o obiektach. Prezentowane obiekty są zaprezentowane bez jasno pokazanego klucza, należą do określonych kategorii tematycznych lub są zaprezentowane np. jako obiekty najczęściej komentowane (poniżej zrzut ekranu prezentujący fragment strony głównej *Digitalt Museum* z obiektami, do których zostały ostatnio dodane komentarze) lub ostatnio dodane/ostatnio zdigitalizowane obiekty.



Inne podejście, rozdzielające powyższy dwutorowy dostęp do kolekcji prezentuje *Rijksmuseum*, który oferuje nie tylko wyszukiwanie i eksplorowanie kolekcji, ale także informuje o badaniach i bibliotece, a przede wszystkim oferuje nowy produkt, jakim jest *Rijksstudio*. Poniższy zrzut ekranu pokazuje w jaki sposób powyższe opcje są oferowane użytkownikowi. Strona główna przedstawia tylko trzy główne kategorie: *Plan your visit*, *Collection* i *About the Museum*, więc funkcja kolekcji jest bardzo podkreślona. *Rijksmuseum Rijksstudio* jest także przykładem wykorzystania kolekcji do zaoferowania nowego doświadczenia użytkownikowi i będzie omówiony w dalszej części tego opracowania.

W serwisach obiekty mogą być przez użytkownika przeglądane i mają stanowić przede wszystkim zachętę do dalszego eksplorowania zbiorów. Podkreślane są przede wszystkim wizualne aspekty obiektu. Po najechaniu kursorem na obiekt wyświetla się podstawowy zakres dodatkowych metadanych, np. nazwa obiektu, autor i muzeum, w którego kolekcji obiekt się znajduje. Innym rozwiązaniem jest udostępnienie dodatkowych informacji po kliknięciu na obiekt. Otwiera się wtedy mała wizytówka obiektu (zrzut ekranu: *V&A Collections*), która dostarcza już szerszego zakresu metadanych, a która umożliwi przejście do pełnego opisu obiektu. Generalnie do wizerunków można przejść poprzez eksplorowanie tych wizytówek albo poprzez wyszukiwanie proste lub zaawansowane.

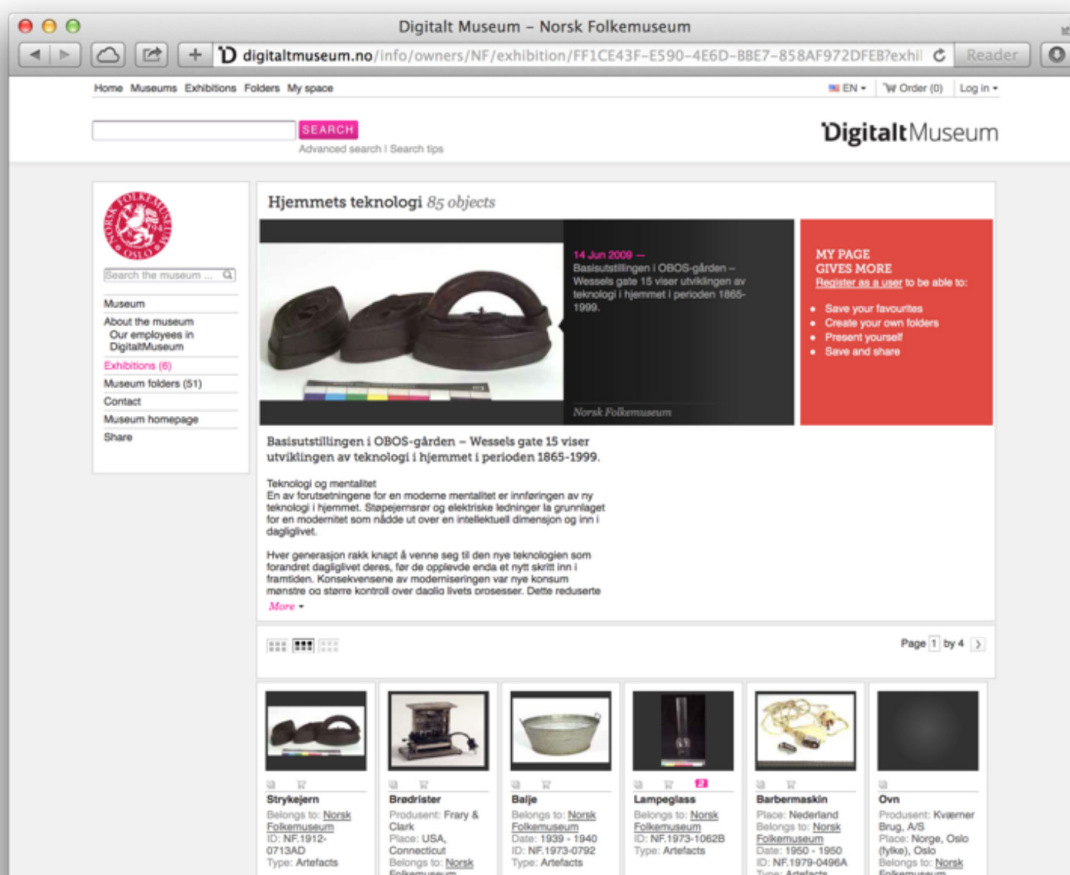
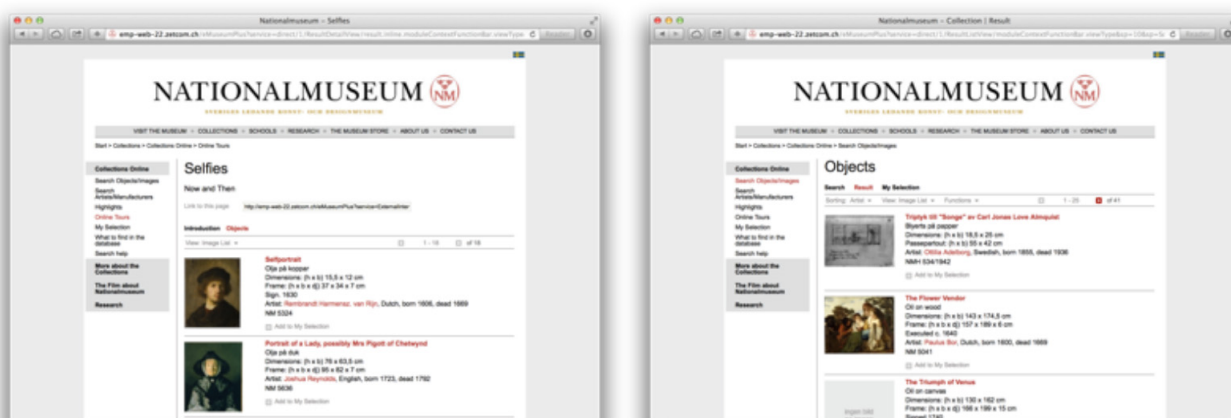




Poza wizerunkami obiektów serwisy podkreślają także swoją rolę jako serwisy służące do wyszukiwania. Strony zazwyczaj eksponują pole do wyszukiwania prostego oraz szereg dodatkowych przycisków umożliwiających dodanie kryteriów wyszukiwania lub przejścia do strony z wyszukiwaniem zaawansowanym. Takie podejście zaprezentowane jest przez *Smithsonian Institution* w *Search Collections Center*. Tutaj strona główna podkreśla rolę strony – jako wielkiej wyszukiwarki rekordów z różnych instytucji *Smithsonian*.

### 3.6. Wystawy i ścieżki tematyczne

Niektóre z projektów oferują „Wystawy” lub innego rodzaju online ścieżki tematyczne. Wystawy nie zawsze informują o tym, kto jest ich autorem. W przypadku strony danego muzeum można założyć, że autorem są pracownicy muzeum. Jednak jak pokazuje szwedzki przykład *Nationalmuseum: Samlingara Online // The National Museum: Collections online* i przygotowana wystawa *Selfies – Now and Then* <<http://emp-web-22.zetcom.ch/eMuseumPlus?service=ExternalInterface&module=exhibition&objectId=3304&viewType=detailView>>, nie wiadomo kto jest autorem wystawy. Dodatkowo ta wystawa jest także typowym przykładem struktury i narracji wystawy. Wystawa składa się ze wstępu do wystawy, z którego można przejść do zbioru wyselekcjonowanych obiektów, które wyświetlają się tak jak wyniki wyszukiwania (poniżej dwa zrzuty ekranu: po lewej wystawa, po prawej wyniki wyszukiwania).

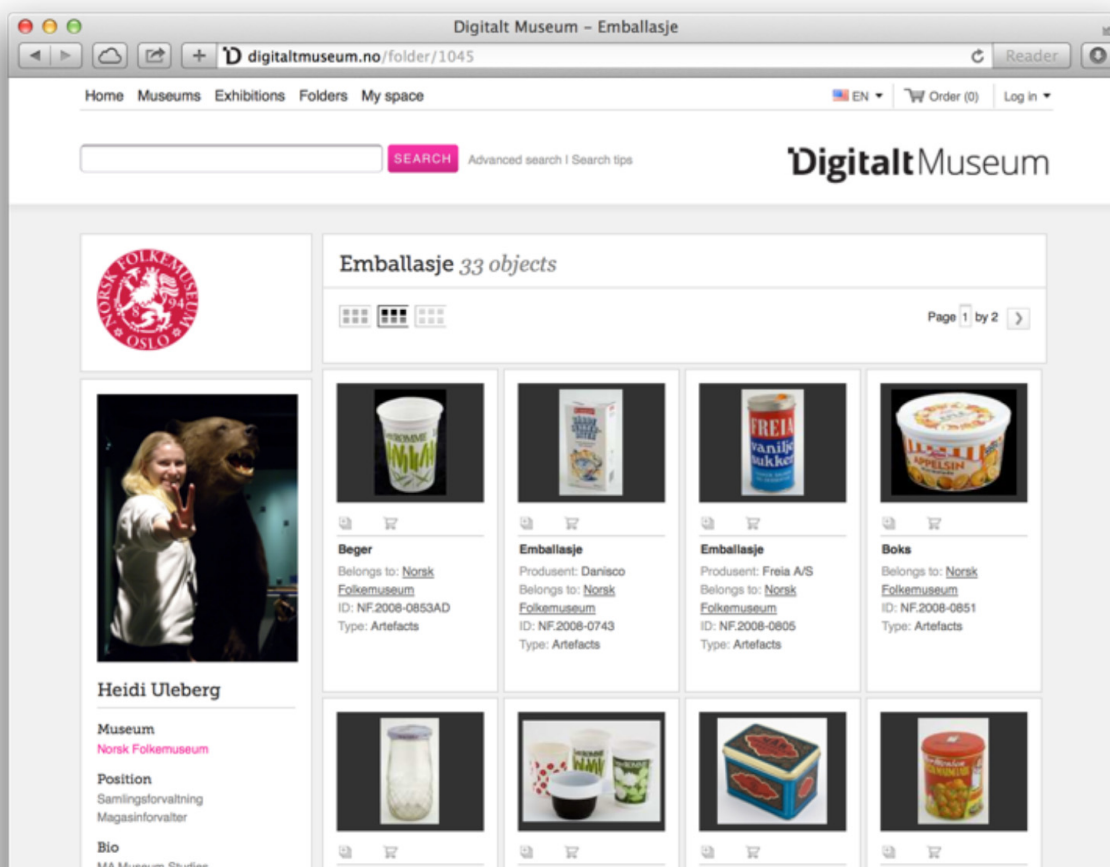


Innym przykładem są wystawy tworzone przez portale, które udostępniają zbiory z wielu instytucji. Przykładem jest wystawa *Hjemmets teknologi* z *Digitalt Museum* <<http://digitaltmuseum.no/info/owners/NF/exhibition/FF1CE43F-E590-4E6D-BBE7-858AF972DFEB>> przygotowana przez *Norsk Folkemuseum* z Oslo (zrzut ekranu powyżej). Tutaj także wystawa jest zbiorem wyselekcjonowanych obiektów, do których przygotowany jest jeden tekst. W tym przypadku wystawa jest jednak przypisana konkretnemu muzeum. Zastanawiające jest to, że przy tej wystawie nie jest umieszczone nazwisko autora. W przypadku innej kolekcji z tego samego muzeum, *Samiske bilder*, tekst jest podpisany przez Leif Pareli, konserwatora. W przypadku wystaw, po lewej stronie od tekstu dotyczącego wystawy i obiektów, umieszczony jest także



dotyczy boks z logo muzeum, w którym są odnośniki do dalszych informacji o muzeum, pracownikach i zbiorach.

*Digitalt Museum* prezentuje także inne ciekawe rozwiązanie. Obiekty zgrupowane są także w „Folderach” <<http://digitaltmuseum.no/folder/1045>>. Foldery są zbiorami obiektów, które nie są opatrzone dodatkowym tekstem. Foldery wyświetlane są na tej samej zasadzie co obiekty – czyli każdy jest prezentowany za pomocą wizytówki zawierającej podstawowe informacje i wizerunek. Zrzut ekranu poniżej prezentuje jeden z folderów Heidi Uleberg z *Norsk Folkemuseum*. Do konkretnego muzeum przypisani są pracownicy, którzy są także zaprezentowani użytkownikom, a których foldery także są dla odbiorcy widoczne.



Można założyć, że zalogowani pracownicy mogą tworzyć zbiory obiektów i tworzyć z nich foldery na podobnej zasadzie jak odwiedzający portal – czyli użytkownicy. Zrzut ekranu poniżej prezentuje pracowników *Norsk Folkemuseum*. Tworzenie wystawy może być funkcją, która nie jest przypisana do konkretnego pracownika, ale do muzeum. Po przejściu do konkretnego folderu, *Emballasje*, boks po prawej stronie informuje teraz o osobie z muzeum, która jest autorem danego zbioru. Nie wiadomo dlaczego wystawy dostarczają mniej informacji o ich autorze niż foldery. Można podejrzewać, że jest to właśnie przyczyną wynikającą z funkcji systemu.

Digitalt Museum – Norsk Folkemuseum


digitaltmuseum.no/info/owners/NF/people

Home Museums Exhibitions Folders My space

EN Order (0) Log in

SEARCH Advanced search | Search tips

**DigitaltMuseum**



Search the museum

Museum

About the museum  
Our employees in DigitaltMuseum

Exhibitions (6)











Museum folders (51)






Contact

Museum homepage

Share

### Our employees in DigitaltMuseum


 Alexander Lindbäck Katalogansvarlig	 Leif Parell	 Lone Ørskov Malerkonservator NKF-IV Ingen beskrivelse	 Anja H. Langgitt Fotoarkivar	 Marie Fongaard Seim Fotoarkivar Kunsthistoriker
 Hanne Simonsen Katalogkonsulent	 Egil Martens	 Solveig Dahl	 Linda Karabeg	 Kari-Anne PEDersen

Europeana 1914-1918 – untold stories & official histories of WW1

europaana1914-1918.eu/en

Sign in Register Select a language


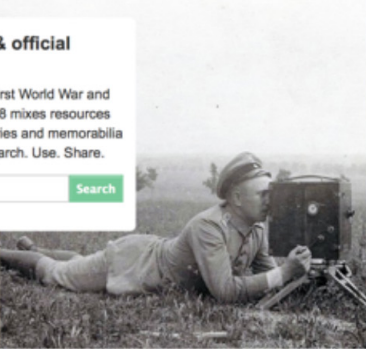

 europeana  
1914-1918

Home Add your story Browse

### Europeana 1914-1918 – untold stories & official histories of WW1

Explore stories, films and historical material about the First World War and contribute your own family history. Europeana 1914-1918 mixes resources from libraries and archives across the globe with memories and memorabilia from families throughout Europe. Discover. Learn. Research. Use. Share.

Search Search

### Upcoming Events

[Read our press release on the launch of Europeana 1914-1918](#)

Here's where our family history roadshows are being held next

### News

More at: [FACEBOOK](#) [TWITTER](#)

#### New corresponding Hitler postcard found

Two days after the soldier Adolf Hitler wrote [this postcard](#) to his comrade [Karl Lanzhammer](#) telling him about a visit to the dentist, he wrote another one on 21 December 1916 about the painful visit, where he claims 19 of his teeth were extracted.

The [second postcard](#) surfaced in Bavaria, just like the first one, which was discovered in 2012 during Europeana's Family History Roadshow in Munich.



Dodatkowo wyselekcjonowane obiekty są przypadkowym zbiorem i nie reprezentują konkretnych typów zbiorów. Z powyższych przyczyn przedstawione poniżej dane należy traktować jedynie orientacyjnie. Do każdego z obiektów przypisanych jest od kilku do kilkunastu metadanych. Powyżej zaprezentowana jest chmura tagowa metadanych. Niektóre z metadanych składają się z dwóch słów (np. „creation date”), które w tej wizualizacji zostały zaprezentowane osobno, dlatego nie jest to w pełni prawidłowa wizualizacja. Natomiast dobrze ilustruje fakt, że wszystkie serwisy udostępniają szereg metadanych, które są w dużym zakresie wspólne.

Można zauważyć, że są pewne grupy metadanych, które udostępniane są przez wszystkich. Do pierwszej grupy należą metadane odnoszące się do tytułu obiektu – *Title*, ewentualnie *Name/Designation*. W niektórych portalach tytuł jest także uszczegółowiony, np. obecny jest *Alternative title* w *eSbírky* lub *Other title* w *LIMIS*.

Do drugiej grupy metadanych umieszczanych przez wszystkich obecne są terminy określające datę:

- *Date period*
- *Date*
- *Dating*
- *Datowanie zabytku*
- *Date of creation*
- *Created*
- *Creation date*
- *Production date*
- *Dates/Origin*
- *Date made*

Poza tymi dwoma grupami obecna jest także grupa określająca typ obiektu, która ma różne nazewnictwo, np.

- *Type*
- *Format*
- *Object*
- *Field, type*
- *Type of work*
- *Exhibit type*
- *Category*

- *Type of resources*
- *Object type*
- *Objecttype*
- *Object*

W przypadku serwisów udostępniających jeden typ obiektów, np. dzieła sztuki, ta kategoria nie była obecna.

Kolejną grupę stanowią terminy identyfikujące numer obiektu, określone np.:

- *Inventory Number*
- Identyfikator / Numer inwentarza
- *Identifier*
- *Inventory ID*
- *Object number*
- *Catalogue reference*
- *Reference*
- *Museum number*

Większość portali udostępnia także opis obiektu, określony jako *Description*, *Object description*, *About the object*, *Summary*, *Physical description*.

Także informacje o osobie, która wytworzyła obiekt są w większości udostępnione. Wyselekcjonowane obiekty są różnego rodzaju obiektami, dlatego użyte są różnego rodzaju terminy, np:

- *Author*
- *Artist*
- *Artist/Maker*
- *Creator*
- *Creator name*
- *Name (Artist's name)*
- *Maker*
- *Producer(s)*

Kolejną grupą występującą w większości portali i serwisów są informacje odnoszące się do wymiaru obiektu, który jest podany i określony w różny sposób:

- *Dimension*
- *Dimensions*
- *Dimensions value*
- *Height*
- *Lenght*
- *Measurements*
- *Net size*
- *Physical format*
- Wymiary zabytku

Terminy odnoszące się do techniki i materiału są niemal w każdym portalu zaprezentowane w inny sposób. Czasami informacje rozbite są na poszczególne jednostki, a czasami są zaprezentowane wspólnie:

- *Manufacturing technique*
- *Material*
- *Materials/Technique*
- *Medium*
- *Medium and support*
- *Technology*
- *Technic/Material*
- *Technique*

Do kolejnej często występującej grupy należą wszelkiego rodzaju terminy odnoszące się do tematu obiektu. Mogą to być terminy takie jak:

- *Category*
- *Classification term*
- *Field*
- *Format / Subject*
- *Genre*

- *Keywords*
- *Subject and Association Keywords*
- *Subject (What)*
- *Topic*

W wielu portalach przedstawione są także informacje o prawach własności i licencji:

- *Copyrights*
- *Copyright notice*
- *Copyright licence*
- *Rights*

Często podana jest także data nabycia obiektu:

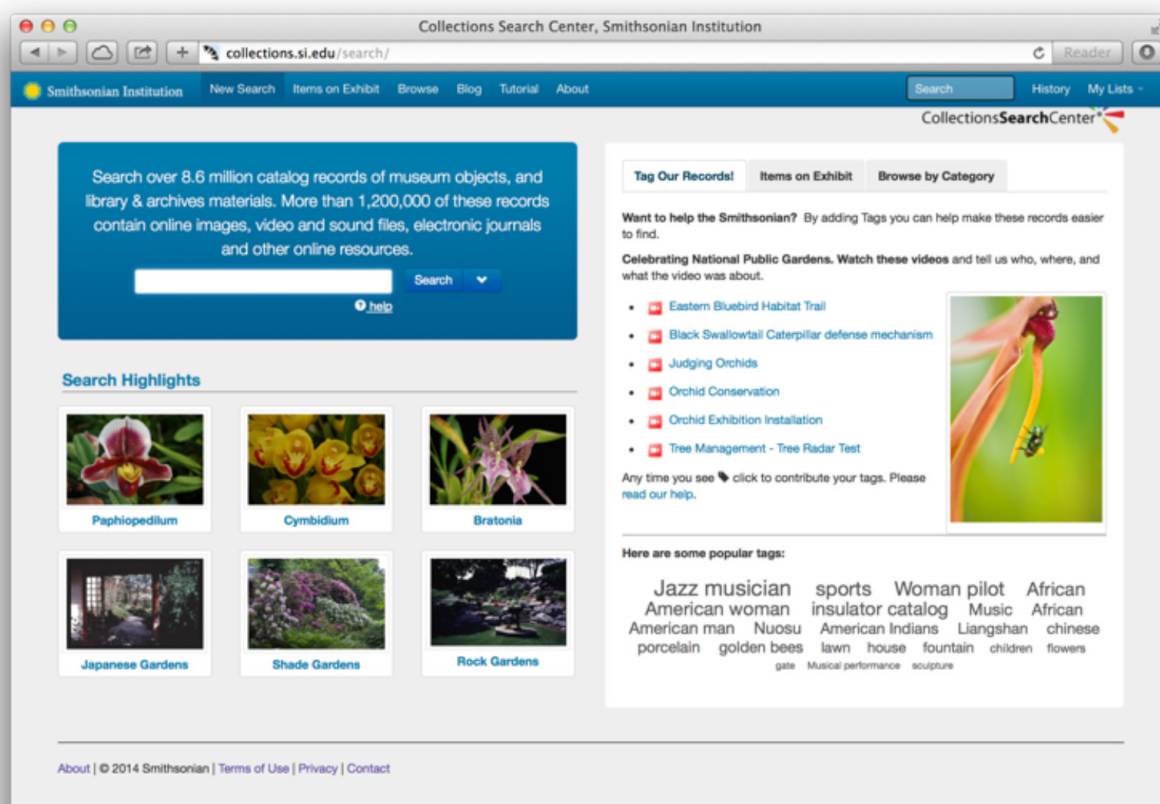
- *Acquisition*
- *Date acquisition*
- *Year of acquisition*

Przy wielu obiektach podane są także następujące informacje:

- referencje, czyli bibliografia i odnośniki do materiałów źródłowych na temat obiektu
- nazwa kolekcji, części kolekcji lub działu, do której obiekt należy
- muzeum, instytucja lub organizacja, do której obiekt należy
- dane autora zdjęcia
- proveniencja
- tagi
- informacja o dostępności online lub na ekspozycji
- lokalizacja na wystawie
- miejsce konserwacji
- nazwisko redaktora, osoby dodającej metadane (oraz data dodania)
- inskrypcje i inne znaki

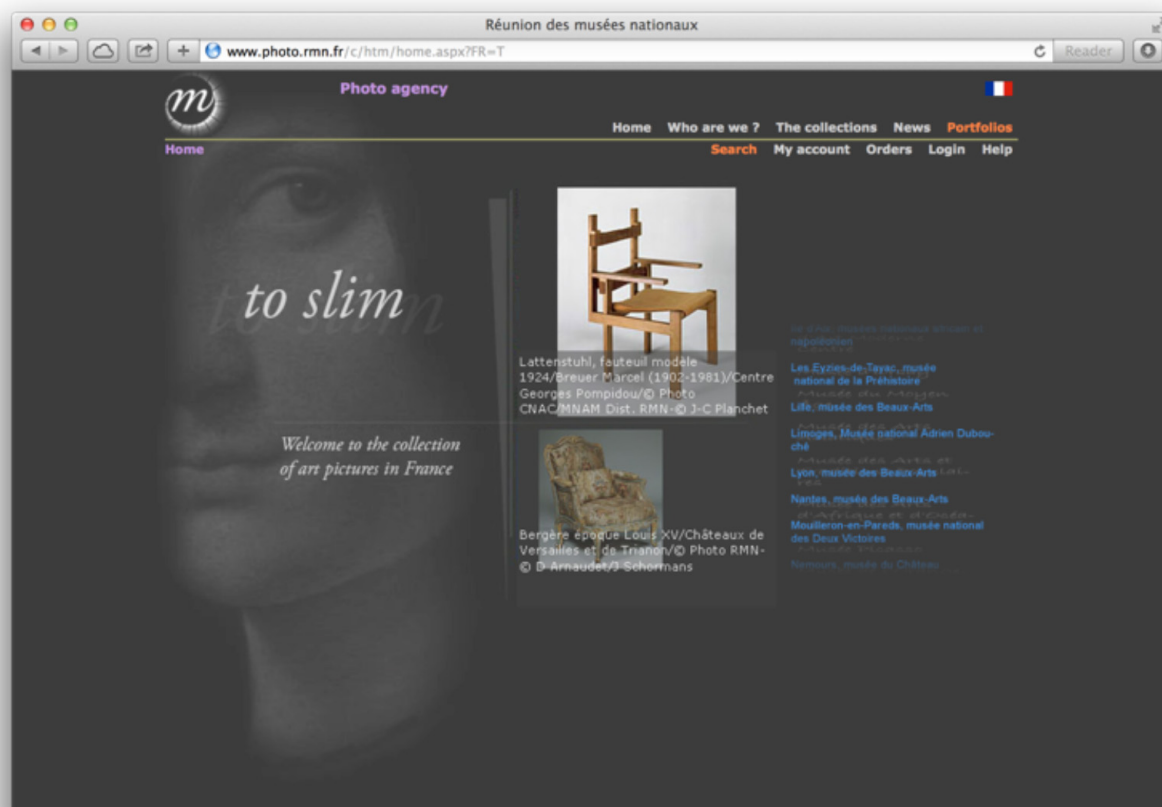
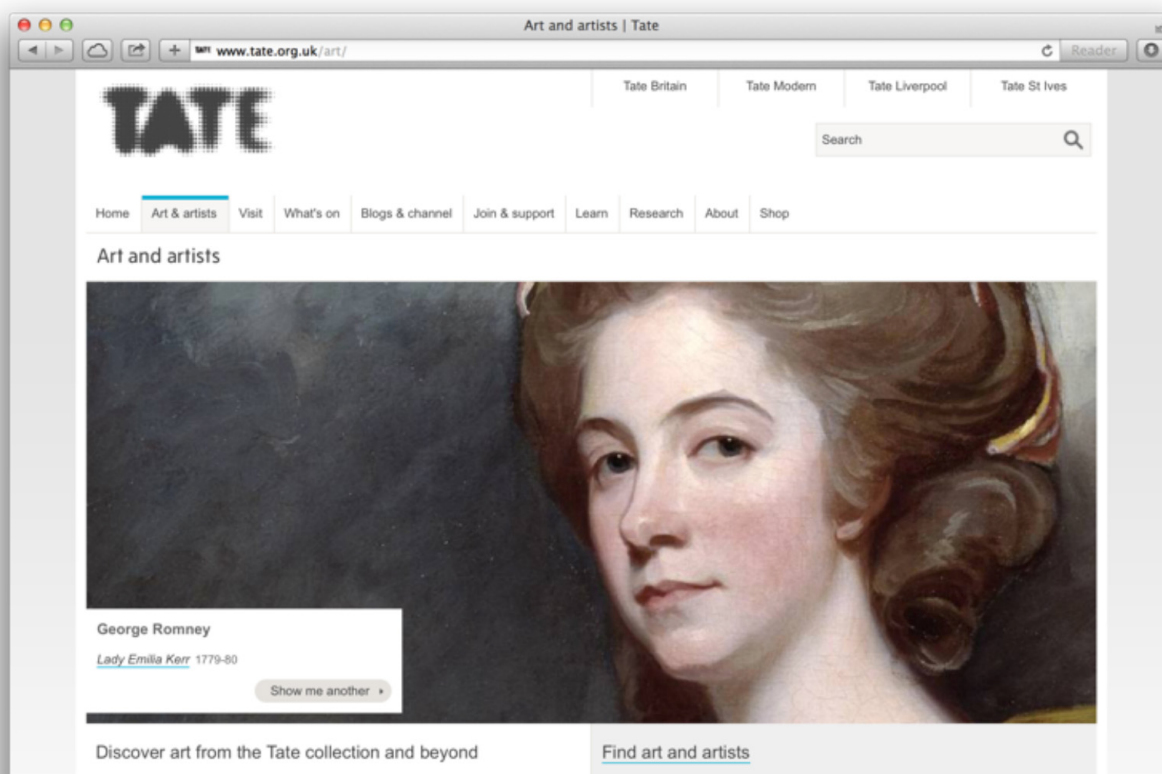
- autentyczność
- komentarze
- informacje naukowe i techniczne

Metadane wyświetlane na froncie wynikają z formy, w jakiej obiekty są opisywane w systemie. W analizowanych portalach obiekty były opisane za pomocą różnej ilości metadanych. W związku z tym bardzo ważny jest sposób wyświetlania opisu obiektu i wizerunku. Cechą charakterystyczną jest prezentowanie informacji o obiekcie na dwa lub trzy, ściśle ze sobą powiązane sposoby. Sposób przedstawienia zależy od funkcji i miejsca użycia. Pierwszy sposób to prezentowanie obiektu tylko za pomocą wizerunku. Jest to wizytówka obiektu. Wizytówka może być podstawowa, czyli zawierająca tylko wizerunek i jedną informację lub poszerzona, czyli wyświetlająca także kilka metadanych. Taki sposób użyty jest przede wszystkim na stronie głównej (*SI Collections Search Center* oraz *TATE*). Dzięki temu wywoływane są u odbiorcy pozytywne wrażenia estetyczne. Wizerunki, czasami kadrowane, mają zachęcić odbiorcę do dalszego zapoznawania się z kolekcją. W niektórych wariantach po najechaniu kursorem na wizerunek pojawiają się podstawowe informacje o obiekcie, np. nazwa obiektu, autor lub data.

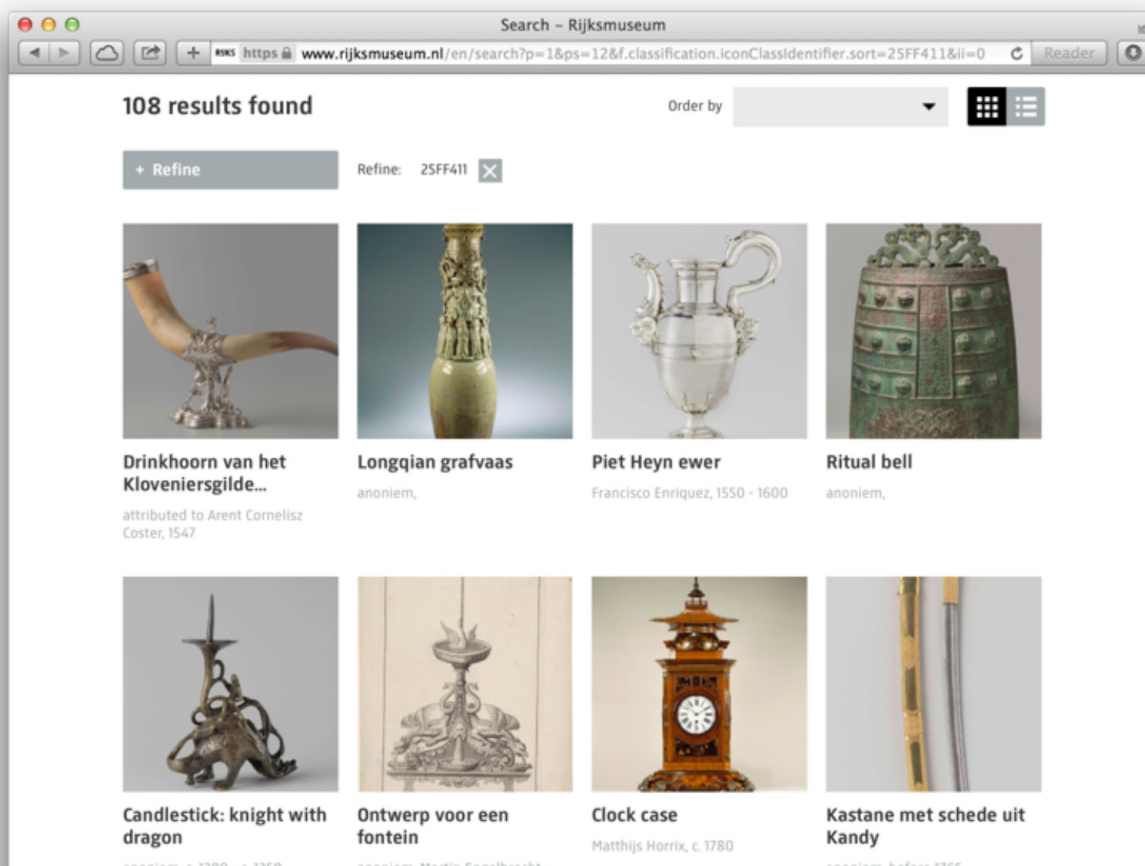




Poniżej zaprezentowane są wizytówki rozszerzone (TATE i Agence Photographique de la Réunion des Musées Nationaux).



Wizytówka obiektu pojawia się także w wynikach wyszukiwania (zrzut *Rijksmuseum Rijksstudio*).



Na podstawie informacji, zarówno wizualnych jak i opisowych, zawartych w wizytówce użytkownik podejmuje decyzję o przejściu do obiektu. Zazwyczaj kliknięcie na wizytówkę powoduje przejście do dalszych informacji o obiekcie. Jest to drugi sposób przedstawiania obiektu, czyli widok podstawowy. Widok podstawowy prezentuje większy zakres informacji o obiekcie. Zajmuje on zazwyczaj całą stronę. Przy widoku podstawowym umieszczone są także dodatkowe funkcje przypisane obiektowi, jak np. drukowanie czy ściąganie wizerunków. Mogą znajdować się także informacje o innych, powiązanych obiektach lub o obiektach, które mogą zainteresować użytkownika. W analizowanych portalach widoczna jest duża różnorodność w ilości prezentowanych metadanych. Poniżej prezentowane zrzuty prezentują różne sposoby wyświetlania dużej ilości metadanych (*TATE, FINNA, V&A Collections*).

W niektórych serwisach widok podstawowy jest już końcowym. Natomiast w serwisach oferujących większy zakres informacji widok podstawowy zawiera np. dodatkowe zakładki (*V&A Collections* – mapa). Widok rozszerzony zazwyczaj nie jest odrębną stroną. Użytkownik pozostaje na tej samej stronie, ale zakres informacji jest poszerzany. Poza informacjami z widoku podstawowego, widok rozszerzony może zawierać np. informacje o stanie zachowania obiektu, biografię autora albo mapę z zaznaczonym miejscem, z którego obiekt pochodzi.



lusikka - Finna

https://www.finna.fi/Record/musketti.M012%3AVK634ab%3A

Search Organisations About Finna Instructions Contact us Login Suomi Svenska

FINNA

Search: ent. Venäjän Am... lusikka

ent. Venäjän Amerikka Whole index Advanced search

Back to search results 6 / 476

### lusikka

Två matskedar, den ena store den andra mindre, omålade. Skeden med skaftet bildar stark båge; bladdeilen öfvergår alldeles småningom i skaftet. Förärade jemte föreg. [Collan] från Sitcha. Ignatius(?) 77. Figs kat. 623.

[Add to favourites](#)  
[Export record](#)

Material provided by:  
**National Board of Antiquities - Musketti**  
[Send feedback](#)

Organisation:	Suomen kansallismuseo
Collection:	Yleistnografiset kokoelmat
Inventory ID:	VK634ab:
Measurements:	
Content type:	Other
Created:	ennen 1851 käsitö veisto <a href="#">more</a>
Used:	puulusikka Käsitöveistämökin adinokallun, koska kiskat muut

#### Similar items

- Lusikka; Puulusikka  
Lautala Hemmi
- Lusikka; Puulusikka
- Lusikka; Puulusikka
- lusikka; puulusikka
- Tarjoiluastia

Pyramid | Oliver Goldsmith Eyewear | V&A Search the Collections

collections.vam.ac.uk/item/O139808/pyramid-sunglasses-oliver-goldsmith-eyewear/

Home Contact Back to V&A Homepage

Search 1,140,191 objects and 404,017 images from the V&A's collections

Last updated: 28 April 2014

Log in Downloads

Items in your download

Search

All records  
 Only records with images  
 Best quality records including image and detailed description

More search options

Back Help us improve our images Print this record SHARE

### Pyramid

Object:	Sunglasses
Place of origin:	Great Britain, United Kingdom (made)
Date:	1966 (made)
Artist/Maker:	Oliver Goldsmith Eyewear (manufacturer)
Materials and Techniques:	Plastic
Credit Line:	Given by A. Oliver Goldsmith, in memory of his father, Charles Oliver Goldsmith
Museum number:	T.244A-1990
Gallery location:	In Storage

Image in copyright

Summary More information Map Download PDF version

Philip Oliver Goldsmith, a salesman for a small optical firm, founded the Oliver Goldsmith eyewear company in London in 1926. In 1935 his son Charles Goldsmith entered the firm with the aim of making glasses a fashion item. From the company's offices in Poland Street, his sons A. Oliver and Ray Goldsmith built upon the company's reputation for attention-grabbing designs and solicited celebrity endorsement for their products. Key clients included Lord Snowdon, the actress Diana Dors, Princess Grace of Monaco and Diana, Princess of Wales.

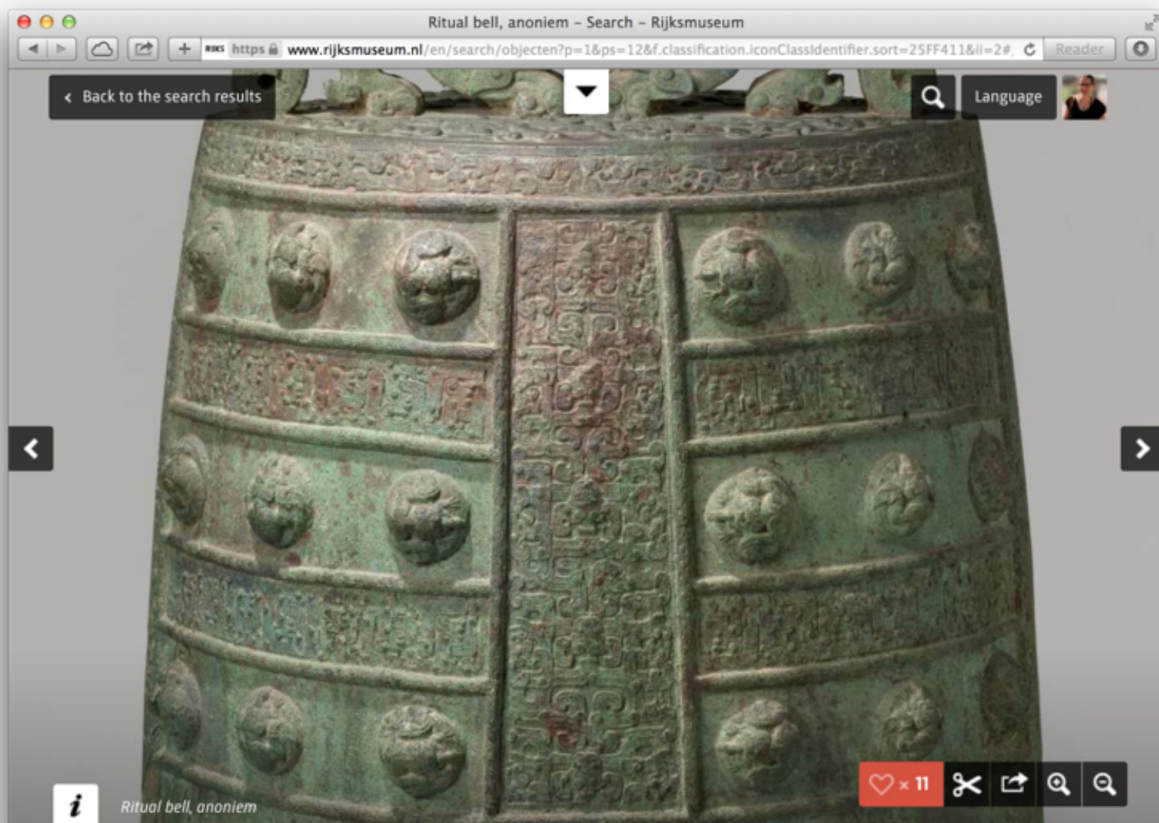
A. Oliver Goldsmith designed this frame in 1966 when plastic for eyeglasses was still out and shaped by hand in the company's workshop. Goldsmith created the design for this frame to fit a hairstyle created by Vidal Sassoon that same year.

Explore related objects

Category

Użytkownik serwisu, który wchodzi na serwis udostępniający zbiory bez ściśle zdefiniowanej potrzeby odnalezienia jakiegoś obiektu, eksplorujący jedynie kolekcje, przechodzi zazwyczaj taką ścieżkę: wchodzi na stronę główną, która zawiera wizytówki podstawowe lub rozszerzone. W przypadku podstawowych wizytówek najeżdżając kursorem lub klikając uzyskuje dalsze informacje o obiekcie. Wybiera obiekt i klika na jego wizytówkę. Przechodzi do strony obiektu, czyli widoku podstawowego. Jeżeli chce uzyskać więcej informacji, może rozwinąć rekord lub kliknąć na dodatkowe zakładki. Może wrócić do strony głównej lub eksplorować dalej, np. przechodząc do następnego lub poprzedniego obiektu, do innych obiektów o tych samych kryteriach lub sugerowanych obiektach. Może także skorzystać z dodatkowych funkcji przypisanych obiektowi lub skorzystać innych funkcji np. skorzystać z wyszukiwania zaawansowanego umieszczonego w pasku *menu*.

Wszystkie serwisy, poza jednym, są skonstruowane w taki sam sposób. Wyjątkiem jest *Rijksmuseum Rijksstudio*, który reprezentuje nieco inną filozofię prezentowania obiektu, jego wizerunku i metadanych. W przeciwieństwie do innych serwisów, *Rijksstudio* podkreśla stronę wizualną obiektu i oferuje inny model interakcji z użytkownikami. Metadane pełnią podrzędną rolę w stosunku do innych cech i funkcji obiektu. Poniżej przedstawione są 3 kroki: widok po kliknięciu na wizytówkę, uzyskanie dodatkowych informacji oraz pełnych metadanych o obiekcie.



Ritual bell, anoniem - Search - Rijksmuseum

[www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?p=1&ps=12&f.classification.iconClassIdentifier.sort=25FF411&il=2#](https://www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?p=1&ps=12&f.classification.iconClassIdentifier.sort=25FF411&il=2#)

**Ritual bell, anoniem**

bronze, h 58.5cm × w 42cm × d 34.5cm × w 44kg. [More details](#)

This bell once formed part of a large set attached to a wooden frame by their dragon handles. Two separate tones could be produced by striking the bell in two different places – in the middle and at an angle on the side. The knobs are decorated with a beast restraining a bird. The meaning of this motif is not clear.

Download image

On display in room 2

**Collections with this work**

**Patroon** by [S](#)  
March 3 2014 - 14 works

**ws by anja matthey**  
December 3 2013 - 46 works

**China / Japan** by [Florence v.G.](#)  
October 14 2013 - 257 works

**RJKS STUDIO**

Ritual bell, anoniem - Search - Rijksmuseum

[www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?p=1&ps=12&f.classification.iconClassIdentifier.sort=25FF411&il=2#](https://www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?p=1&ps=12&f.classification.iconClassIdentifier.sort=25FF411&il=2#)

**Object data**

<b>Identification</b>	<b>Title(s)</b>	Ritual bell Rituele bel	
	<b>Objecttype</b>	<b>Objectnumber</b>	/ AK-MAK-9
<b>Creation</b>	<b>Artist</b>	<a href="#">anoniem</a>	
	<b>Place</b>	<b>Dating</b>	<a href="#">China</a> c. -500 - c. -200
	<b>Description</b>		
<b>Description</b>			Bronzen bel versierd met banden en knoppen in reliëf, met bovenop een montuur in de vorm van twee draken.
<b>Material and Technique</b>	<b>Material</b>	<a href="#">bronze</a>	
	<b>Technique</b>		

Pierwszy zrzut ekranu prezentuje widok, który użytkownik otrzymuje po kliknięciu na wizytówkę. Najważniejszą rolę odgrywa wysokiej jakości wizerunek obiektu. Wyraźnie widoczne są także dodatkowe funkcje, takie jak umożliwienie ściągnięcia zdjęcia, zapisanie we własnych zbiorach lub zamówienie produktu. Za pomocą strzałek znajdujących się z boku wizerunku można od razu przejść do innych obiektów. Po lewej stronie od wizerunku znajduje się też mały tytuł, informacja o autorze obiektu i piktogram informacji. Po kliknięciu w „i” lub przewinięciu strony w dół użytkownik uzyskuje dalsze informacje. Jednak także tutaj są one bardzo ograniczone, a inne funkcje podkreślone. Dopiero przewinięcie na sam dół strony lub kliknięcie „*more details*” przekierowuje do pełnego zakresu metadanych.

---

### 3.8. Funkcje obiektu

Większość serwisów i portali oferuje podobne funkcje przypisane obiektowi. Oferowane funkcje obejmują:

- powiększanie i pomniejszanie wizerunku
- obrócenie wizerunku
- tworzenie pliku z opisem obiektu i wizerunku (pdf do wydruku lub ściągnięcia)
- wydruk opisu lub opisu wraz z wizerunkiem
- zapisanie we własnej kolekcji lub folderze (w niektórych tylko serwisach – omówione szerzej w dalszej części tego opracowania)
- tagowanie (w niektórych serwisach, np. *Smithsonian Institution – Collections Search Center* – zrzut ekranu poniżej, *Europeana*, *Tate Collection Online*)
- dodawanie komentarza do obiektu
- dodawanie obiektu do „ulubionych”
- wysłanie muzeum dodatkowych informacji o obiekcie lub zgłoszenie błędu
- wysłanie pocztówki (*eSbírky* – jednak w trakcie analizy funkcja ta nie działała)
- zamawianie wizerunku wysokiej jakości
- udostępnianie (media społecznościowe, email)
- zamawianie wizerunku wysokiej jakości
- kadrowanie wizerunku (*Rijksmuseum Rijksstudio* – zrzut ekranu poniżej)
- zamawianie produktu (*Rijksmuseum Rijksstudio*)
- zacytowanie w Wikipedii (*Europeana*)

Collections Search Center, Smithsonian Institution

collections.si.edu/search/tag/tagDoc.htm?recordID=npn\_2008.2006.1002

Smithsonian Institution New Search Items on Exhibit Browse Blog Tutorial About Search History My Lists

## Tag Record

CollectionsSearchCenter

**Add Your Tags!**

Enter a word or short phrase that identifies this record.

Type something...


Tag!

Visitor Tags Tag Cloud

znaczek pocztowy

what are tags?

**5c Poland single**



**Catalog Data:**

<a href="#">Record Link</a>	<b>MEDIUM:</b> paper; ink (multicolored), engraved and offset	<a href="#">Add to My List</a>
<a href="#">Print</a>	<b>DIMENSIONS:</b> Height x Width: 1 1/16 x 1 5/8 in. (2.7 x 4.13 cm)	

Blauwe papegaai met kuif, attributed to Robert Jacob Gordon, in ... Works of ArineL - All Rijksstudio's - Rijksstudio - Rijksmuseum

https://www.rijksmuseum.nl/en/my/collections/135157--arinel/vogels/objecten#/RP-T-1914-17-293

## Select a detail


2. Select a format

Square

Rectangle, portrait

Rectangle, landscape

Save this detail



Search icons and a close button are visible at the bottom of the interface.



### 3.9. Wizerunek obiektu – format i rozdzielczość

Do sprawdzenia formatu i rozdzielczości wizerunków wybrano 22 obiekty. Podane poniżej rozdzielczości i wymiary odnoszą się tylko do tych obiektów. Ten sam serwis może udostępniać wizerunki różnego rozmiaru, a uzyskanie informacji o wszystkich stosowanych rozmiarach nie było możliwe przy użyciu tej metody. Wyjątkiem jest *Rijksmuseum Rijksstudio*, na którego stronie znajduje się informacja o rozmiarach i formatach udostępnianych wizerunków. Zazwyczaj jest to 4500 x 4500 px, wysokiej rozdzielczości plik w formacie tiff wraz z wzorcem kolorystycznym. Niezdigitalizowane obiekty mogą być wykonane na zamówienie.

Format wizerunku udostępnionego na portalach to przede wszystkim jpeg, *eSbírky* wykorzystuje format png, a *Rijksmuseum* także tiff. Poniższa tabela prezentuje zakres rozdzielczości i rozmiarów dla wybranych obiektów.

Nazwa	Format reprezentacji	Rozdzielczość i rozmiar
<i>Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency</i>	jpeg	758 px X 486 px 96 pixels/inch
<i>Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde</i>	jpeg	600 px X 854 px 180 pixels/inch
<i>Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie</i>	jpeg	534 px X 800 px 72 pixels/inch
<i>Digitalt Museum</i>	jpeg	800 px X 387 px 300 pixels/inch
<i>eSbírky</i>	png	440 px X 781 px 72 pixels/inch
<i>Europeana</i>	jpeg	800 px X 594 px 72 pixels/inch
<i>Finna / Museum Finna</i>	jpeg	556 px X 600 px 72 pixels/inch
<i>Google Art Project* (uwagi w tekście poniżej)</i>	jpeg	5873 px X 7175 px 300 pixels/inch
<i>Het Geheugen van Nederland // The Memory of the Netherlands</i>	jpeg	1500 px X 2141 px 200 pixels/inch
<i>Joconde – Portail des collections des musées de France // The national collection database Joconde</i>	jpeg	800 px X 533 px 72 pixels/inch
<i>Kunstindex Danmark</i>	jpeg	219 px X 320 px 72 pixels/inch
<i>LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System</i>	jpeg	800 px X 461 px 72 pixels/inch
<i>Nationalmuseum: Samlingara Online // The National Museum: Collections online</i>	jpeg	910 px X 830 px 72 pixels/inch
<i>NYPL Digital Collections Beta</i>	jpeg	604 px X 760 px 72 pixels/inch
<i>NZMuseums</i>	jpeg	800 px X 790 px 240 pixels/inch
<i>Rijksmuseum Rijksstudio</i>	jpeg / tiff	4062 px X 2894 px 72 pixels/inch
<i>SI Collections Search Center</i>	jpeg	500 px X 328 px 72 pixels/inch
<i>Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection</i>	jeppg	947 px X 600 px 96 pixels/inch
<i>Tate Collection Online</i>	jpeg	1536 px X 1343 px 72 pixels/inch

<i>The National Gallery Collection Online</i>	jpeg	532 px X 371 px 72 pixels/inch
<i>V&amp;A Collections</i>	jpeg	768 px X 512 px 300 pixels/inch
<i>Virtual Collection of Masterpieces (VCM)</i>	jpeg	869 px X 1024 px 300 pixels/inch

Jak powyższe dane prezentują, w większości wizerunki są niewielkich rozmiarów, co ogranicza zakres ich wykorzystania. *Rijksmuseum Rijksstudio* oferuje zdecydowanie większe wizerunki. Większych rozmiarów jest wizerunek wykonany w ramach *Google Art Project*. Jest to wizerunek udostępniony na swojej stronie przez muzeum uczestniczące w projekcie. *Google Art Project* nie umożliwia ściągania wizerunków.

### 3.10. Zasady udostępniania zbiorów

Muzea prezentują różne podejście do udostępniania zbiorów, które jest realizowane zarówno za pomocą udostępnionych licencji i warunków użycia, jak i konstrukcji samego serwisu. Dodatkowo niektóre serwisy mają różne warunki użycia metadanych i wizerunków. Np. fińska *Finna* zezwala na wykorzystywanie metadanych, podczas gdy wykorzystanie wizerunków regulują bardziej szczegółowe warunki określone przez muzea będące właścicielami danych obiektów.

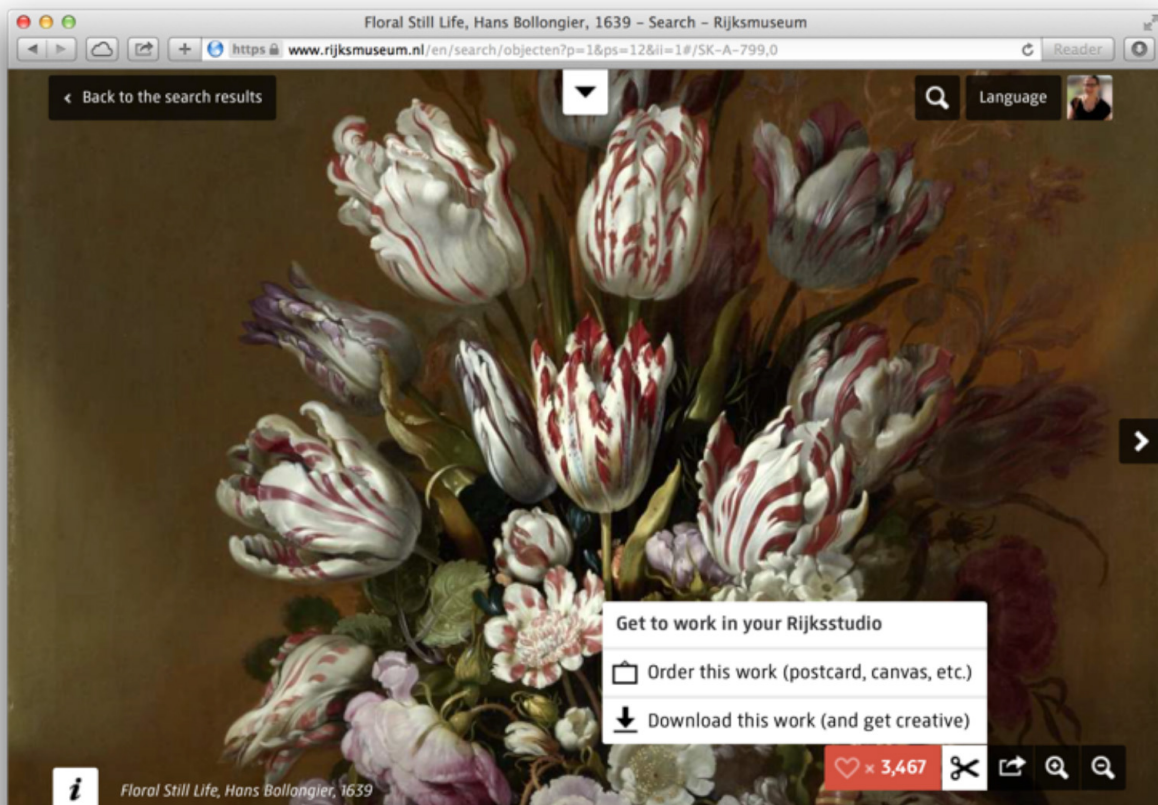
Niektóre serwisy, które zarządzane są przez jedną instytucję, a które udostępniają zbiory z wielu muzeów, wyraźnie opisują do czego mają prawa. Instytucja zarządzająca takim portalem lub serwisem jest także jego właścicielem. W ogólnych warunkach określa czy, i w jaki sposób można wykorzystywać elementy serwisu oraz inne znajdujące się w nim treści. Obiekty mogą należeć do wielu instytucji dlatego każdorazowo należy sprawdzić na jakich warunkach dany obiekt jest przez konkretną instytucję udostępniany.

Warunki udostępniania zbiorów są także w różny sposób przygotowane. Niektóre serwisy mają wyraźnie opisane zasady, łącznie z podanymi przykładami użycia, podczas gdy inne ograniczają się tylko do podania warunków, opisanych w bardzo zwięzły sposób. Niektóre serwisy, jak np. *Europeana* i *Digitalt Museum* używają także licencji, np. *Creative Commons*. *Virtual Collection of Masterpieces (VCM)* udostępnia wszystkie swoje zbiory na licencji „Uznanie autorstwa–Użycie niekomercyjne–Na tych samych warunkach (CC BY–NC–SA)”. Dodatkowo w serwisach może znaleźć się zapis, że niektóre materiały mogą znajdować się w domenie publicznej, dlatego użytkownik powinien każdorazowo sprawdzić warunki użycia konkretnego wizerunku lub metadanych. Osoba wykorzystująca wizerunek jest też prawie zawsze pouczona, że należy podać źródło.

Serwisy w większości mają restrykcyjne podejście do udostępniania zbiorów. Instytucje udostępniające mają wszelkie prawa autorskie, a zbiory można wykorzystywać tylko na własny użytek. *The National Gallery Collection Online* informuje, że np. w celach edukacyjnych treści mogą być wykorzystywane. *V&A Collections* umożliwia wykorzystanie wizerunków także w publikacjach naukowych wydawanych w niewielkich nakładach. *Smithsonian Institution – Collections Search Center* pozwala użytkownikom także na publikowanie, np. na własnym blogu lub w mediach społecznościowych.

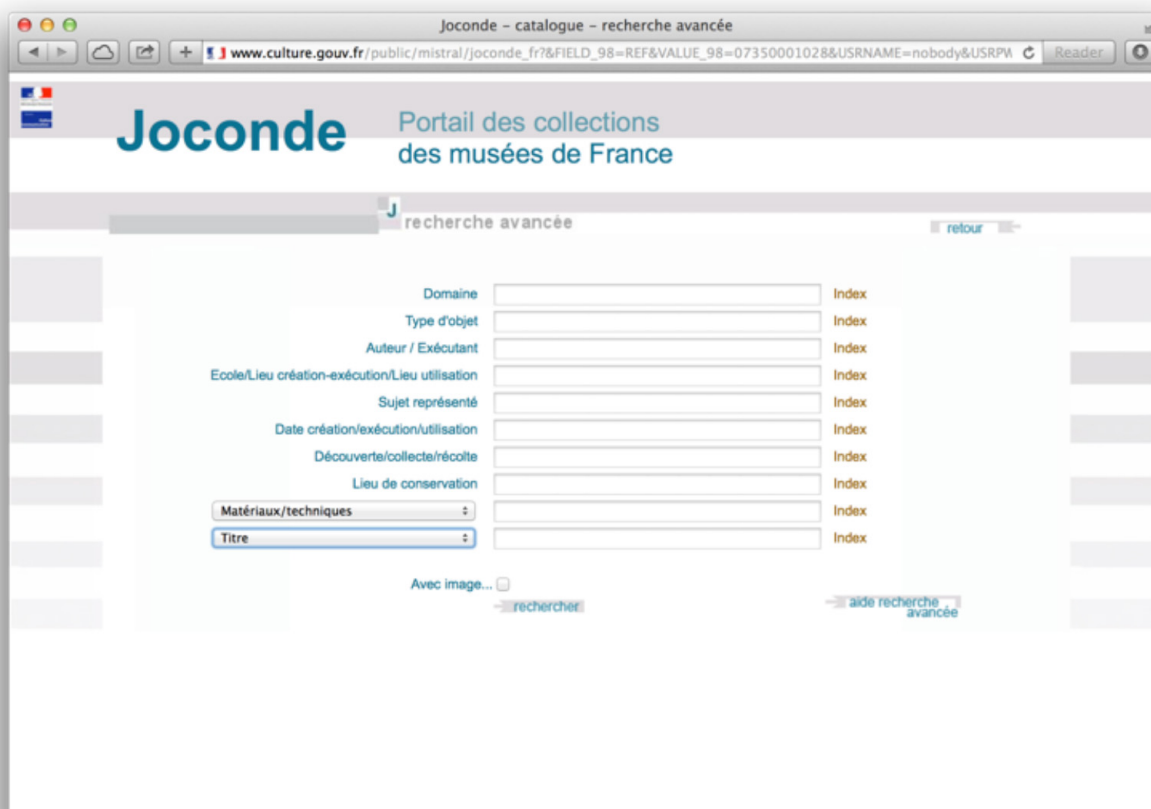
Użycie wizerunków do celów komercyjnych wymaga zgody od muzeum. Osobie chcącej wykorzystać wizerunek oferuje się także wiele sposobów kontaktu z muzeum. Osoba może być przekierowana na inną stronę, na której znajdują się dane konkretnego działu, otrzymać dane kontaktowe lub udostępnia się jej formularz. W formularzu należy podać wiele informacji określających w jakim celu wizerunek będzie wykorzystany, przez kogo, kto jest wydawcą, kiedy publikacja zostanie wydana, itd. Nie zawsze znajduje się informacja czy wykorzystanie wizerunku w celach komercyjnych jest odpłatne. Natomiast niektóre serwisy i portale oferują opcję odpłatnego zamawiania wizerunku. Cennik może być podany online lub jest wysyłany po określeniu dokładniejszych informacji, szczególnie w jakim celu ma być wykorzystany i jak ma być przygotowany. Instytucje mogą wykonać także wizerunek spełniający określone warunki, także techniczne.

Na tle wszystkich serwisów i portali bardzo wyróżnia się *Rijksmuseum*, którego duża część zbiorów cyfrowych znajduje się w domenie publicznej. Muzeum zachęca do wykorzystywania zbiorów we wszelkich celach, nawet komercyjnych. Dodatkowo, obiekty nie mające jeszcze wizerunku mogą być zamówione odpłatnie. Materiały mogą być wykorzystane do celów komercyjnych, ale to wymaga skontaktowania się z odpowiednią jednostką w muzeum <<https://www.rijksmuseum.nl/en/photoservice>>. *Rijksmuseum* udostępnia także część swojej kolekcji jako API <<https://www.rijksmuseum.nl/en/api/terms-and-conditions-of-use>>. Wizerunki objęte prawami nie mogą być ściągnięte. Użytkownik chcący ściągnąć wizerunek po kliknięciu na „download” otrzymuje komunikat, że ściągnięcie nie jest możliwe ze względu na prawa autorskie i proszony jest o kontakt z odpowiednim działem. Także sposób budowy serwisu zachęca do wykorzystywania zbiorów. Na wizerunku obiektu umieszczone są narzędzia, które pozwalają na zapisywanie wizerunków lub fragmentów we własnym *Rijksstudio* lub ściągnięcie w celu dalszego przetwarzania (zrzut ekranu poniżej).



### 3.11. Wyszukiwanie

Wyszukiwanie obiektów jest jedną z najważniejszych funkcji we wszystkich serwisach i portalach. Opcje wyszukiwania dostępne są na stronie głównej. Zazwyczaj jest to bardzo widoczne pole pozwalające na wyszukiwanie tekstowe. Dodatkowo każdy z serwisów pozwala na wyszukiwanie proste i zaawansowane. Wyszukiwanie poprzez dodatkowe kategorie może być także umożliwiające na stronie głównej – dodatkowe kategorie są np. rozwijane. Użytkownik chcący skorzystać z opcji wyszukiwania zaawansowanego może być także przekierowany na konkretną podstronę. Zakres kategorii, które mogą być wybrane przy wyszukiwaniu zaawansowanym związany jest z zakresem opisu obiektu, który został omówiony wcześniej w punkcie „3.7 Opis obiektu – metadane”. Zastosowane są różne sposoby wyszukiwania. Najbardziej tradycyjne i powszechnie znane, jak np. w przypadku *Joconde* i *Digitalt Museum* (zrzuty ekranu poniżej), oferują szereg kategorii, z których niektóre mogą być wybrane z listy.



The screenshot shows the 'Joconde - catalogue - recherche avancée' page. The browser address bar displays the URL: [www.culture.gouv.fr/public/mistral/joconde\\_fr?FIELD\\_98=REF&VALUE\\_98=07350001028&USRNAME=nobody&USRPA](http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/joconde_fr?FIELD_98=REF&VALUE_98=07350001028&USRNAME=nobody&USRPA). The page header includes the 'Joconde' logo and the text 'Portail des collections des musées de France'. Below the header, there is a search bar with the text 'recherche avancée' and a 'retour' link. The main content area features a list of search criteria, each with a text input field and an 'Index' link:

Domaine	<input type="text"/>	Index
Type d'objet	<input type="text"/>	Index
Auteur / Exécutant	<input type="text"/>	Index
Ecole/Lieu création-exécution/Lieu utilisation	<input type="text"/>	Index
Sujet représenté	<input type="text"/>	Index
Date création/exécution/utilisation	<input type="text"/>	Index
Découverte/collecte/récolite	<input type="text"/>	Index
Lieu de conservation	<input type="text"/>	Index
Matériaux/techniques	<input type="text"/>	Index
Titre	<input type="text"/>	Index

At the bottom of the search criteria, there is a checkbox labeled 'Avec image...' and two buttons: 'rechercher' and 'aide recherche avancée'.

The screenshot shows the 'Digitalt Museum - Welcome' page in a browser window. The URL is 'digitaltmuseum.no/advanced\_search'. The page features a navigation menu with 'Home', 'Museums', 'Exhibitions', 'Folders', and 'My space'. A search bar is located at the top left, and the 'DigitaltMuseum' logo is on the right. The main section is titled 'Advanced search' and contains two columns of search criteria:

- Left Column:** Free-text, Place, Date (From/To), Identifier, Term / Tags, Motif / Title, Classification term.
- Right Column:** Producer, artist, photographer; Depicted person; Material; Technique; History / Description; Localized (map) with a checkbox for 'Only show objects with map reference'; Image rights (with a dropdown menu showing options like 'Public Domain Merke - No copyright restrictions', 'Attribution (CC BY)', 'Attribution-ShareAlike (CC BY-SA)', and 'Attribution-NoDerivs (CC BY-ND)').

A 'SEARCH' button is located at the bottom right of the search criteria. At the bottom of the page, there are links for 'Look up word', 'About DigitaltMuseum', 'Help', 'Contact', 'API', 'Search tips', 'Add highlight', and a Facebook social media widget.

W niektórych serwisach, jak np. *LIMIS*, oferowanych jest bardzo wiele kategorii. Dodatkowo strona z wyszukiwaniem zaawansowanym posiada także zakładki, przez co zakres wyszukiwania może być także doprecyzowany (jak w przypadku *Period* – zrzuty ekranu poniżej).

The screenshot shows the 'Advanced Search - LIMIS' page in a browser window. The URL is 'www.limis.lt/detali-paleska'. The page features a header with a magnifying glass icon and the text 'ADVANCED SEARCH Exhibits, other valuables / Advanced Search'. A yellow banner below the header reads: 'Please enter up to 5 search fields. Restriction doesn't apply to categories and digital object types.' Below the banner are five tabs: 'Exhibits', 'Archive', 'Library', 'Audio / Video', and 'Phototheque'. The main section is titled 'Main data' and contains several search criteria:

- Main data:** Inv. No., Title, Museum (dropdown), Description, Valuable type (with a 'Select from the list' dropdown), Material (with a 'Select from the list' dropdown).
- Category:** A list of categories with checkboxes: amatal / verslai, antropologija, archeologija, architektūra (selected), astronomija, bankininkystė, bonistika, energetika, epistolika, etnologija / buitis, faleristika. Below the list, it says 'You can select up to 5 (five) categories'.

Advanced Search - LIMIS

www.limis.lt/detail-paleska

Enter an exhibit material or select from the list

Technique

Enter a technique or select from the list

Digital content type

Image  Audio  Video  3D  Other documents

Audio and video content about the exhibit

Audio content  Video content

Period

Years Centuries Art styles and periods

From To

Enter year (e.g.: 900) Enter year (e.g.: 1150)

BC  AD  BC  AD

Search only/and:  Created  Producer  Formed

Person

Search results for: poland | Collections Search Center, Smithsonian Institution

collections.si.edu/search/results.htm?q=poland&gq=CSILP\_1

Smithsonian Institution New Search Items on Exhibit Browse Blog Tutorial About

Search History My Lists

## Search Results

poland / Museum Objects

Sorted by Relevancy View as List Print Results Expand All Share

2619 documents - page 1 of 131

**Modify Your Search**

Search Term: poland apply

Search Options

Narrow By

online media

type

Frequency Alphabetical

- Paintings (92)
- Drawings (79)
- Sculpture (visual work) (65)
- Taxonomic type specimens (59)
- Postage stamps (46)
- Awards (39)
- Insignias (37)
- Prints (31)
- Isotypes (28)
- Graphic arts (26)

See All

topic

**5c Poland single** expand Add to My List

MEDIUM: paper; ink (multicolored), engraved and offset

TYPE: Postage Stamps

DATE: 1943

OBJECT NUMBER: 2008.2006.1002

DATA SOURCE: National Postal Museum

VISITOR TAG(S): [znaczek pocztowy](#) [Add Your Tags!](#)

---

**Poland - Lelewel Token, Jeton** expand Add to My List

MEASUREMENTS: overall: 30 mm x 30 mm; 1 3/16 in x 1 3/16 in

OBJECT NAME: medal

DATE MADE: ca 1858

ID NUMBER: NU\*68.263.1077

DATA SOURCE: National Museum of American History, Kenneth E. Behring Center

VISITOR TAG(S): [No tags yet, be the first!](#) [Add Your Tags!](#)

---

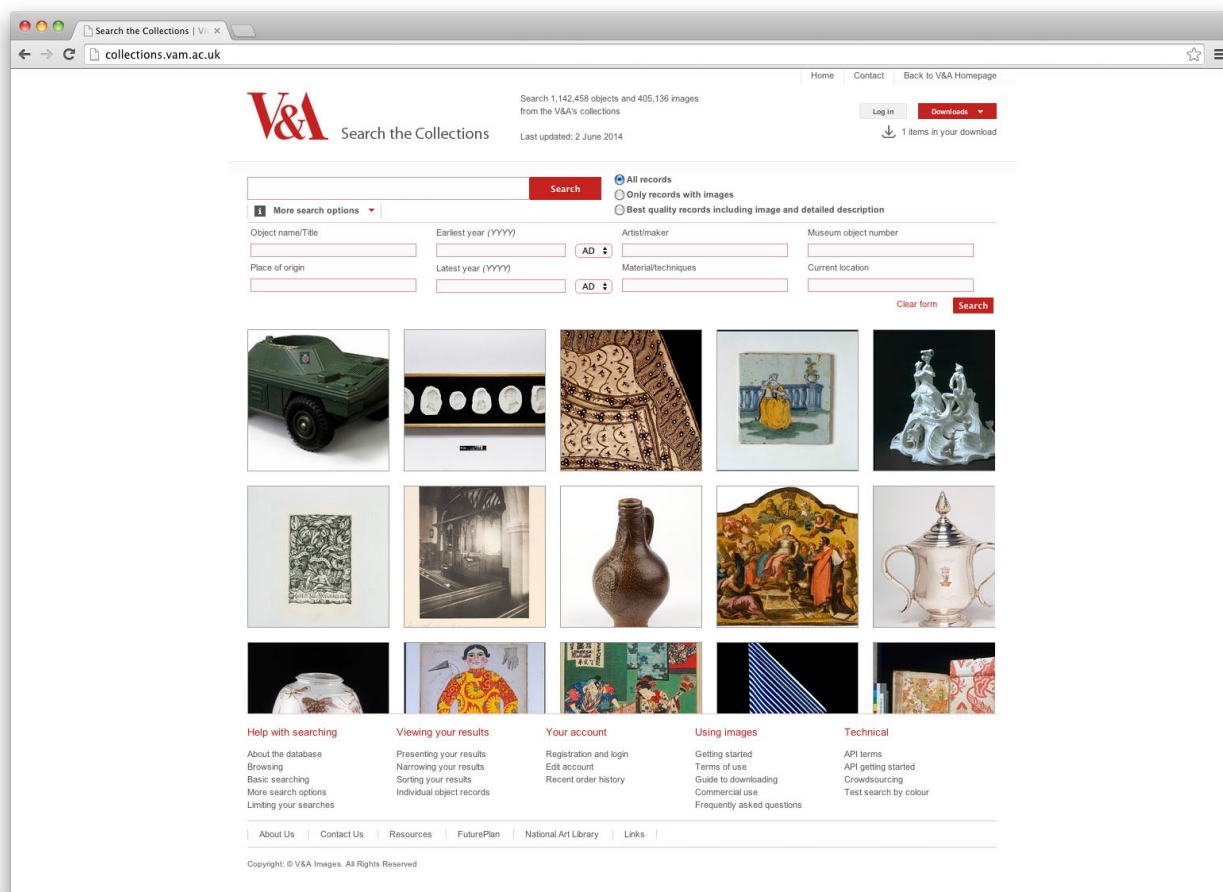
**5c Flag of Poland single** expand Add to My List

PRINTER: American Bank Note Company

MEDIUM: paper; ink (blue violet, bright red & black); adhesive / engraving

TYPE: Postage Stamps

Inne rozwiązania to oferowanie funkcji wyszukiwania, które są cały czas widoczne podczas eksplorowania kolekcji, tak jak w przypadku np. *Smithsonian Institution – Collections Search Center* (zrzut ekranu powyżej). Użytkownik może zawężyć wyniki wyszukiwania wybierając określone kategorie. W przypadku *V&A Collections* dodatkowe opcje wyszukiwania są widoczne od razu na stronie głównej (zrzut ekranu poniżej).



Bardzo ciekawy sposób wyszukiwania oferuje *Finna*. Możliwe jest dodawanie pól do wyszukiwania, wyszukiwanie na mapie oraz ustawienie na suwaku określonego przedziału czasowego (zrzuty ekranu poniżej).

Advanced search – Finna

https://museot.finna.fi/Search/Advanced

Search Help Contact us Login Suomi Svenska

# MUSEO FINNA

Advanced

## Advanced search

**Search terms**

Search groups: ALL groups (AND) ↓

Search words:  in All fields ↓

Search words:  in All fields ↓

Search words:  in All fields ↓

Match: ALL terms (AND) ↓

+ Add search field

+ Add search group

**Other search criteria**

Language: No preference ↓

Content type: No preference ↓

Year of manufacture:  -

0 900 1800 1910 2016

*i* You can choose multiple languages and formats at once.

**Geographic search**

Coordinates:

*i* Move by dragging. Hold down shift, or select one of the tools to select

Advanced search – Finna

https://museot.finna.fi/Search/Advanced

Search Help Contact us Login Suomi Svenska

# MUSEO FINNA

Advanced


## Advanced search

**Geographic search**

Coordinates: 2.443359240896075 63.35984646534856 30.2167967408887 69.7545065

*i* Move by dragging. Hold down shift, or select one of the tools to select an area from the map.

Move map  Select polygon  Select rectangle

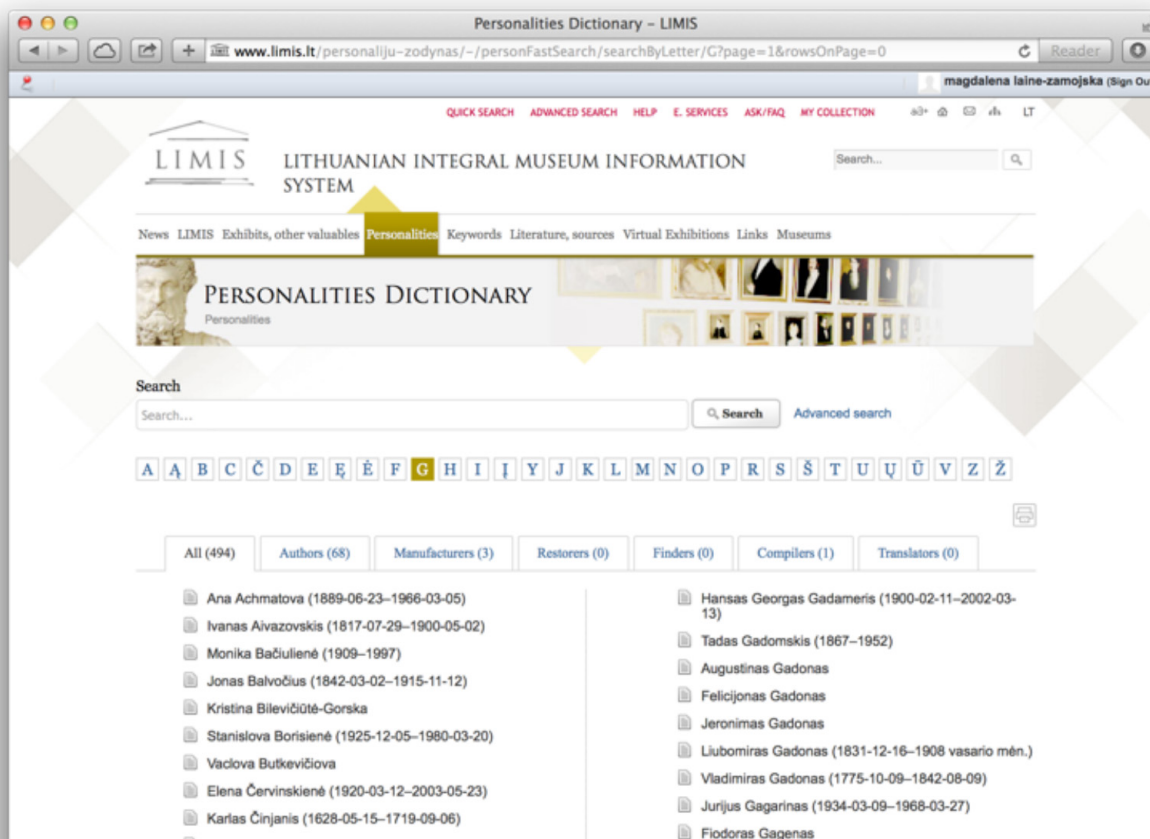


Tiles Courtesy of MapQuest

Find



Serwis *LIMIS* na stronie głównej ma także w górnym menu trzy opcje wyszukiwania: „Personalities”, „Keywords” i „Literature, Sources”. Po przejściu do „Personalities” (zrzut ekranu poniżej) użytkownik może wyszukać daną osobę lub wybrać konkretną zakładkę informującą o roli osoby, a następnie wybrać z listy nazwisko. Podobne rozwiązania stosowane są także w serwisach udostępniających dzieła sztuki.

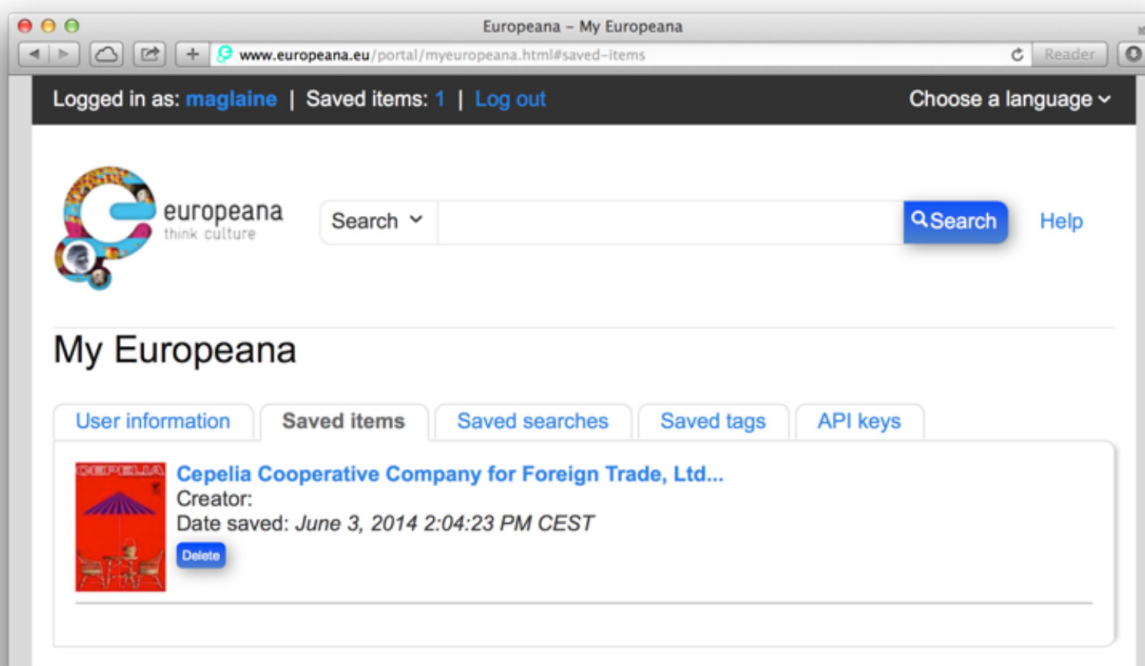


### 3.12. Personalizacja

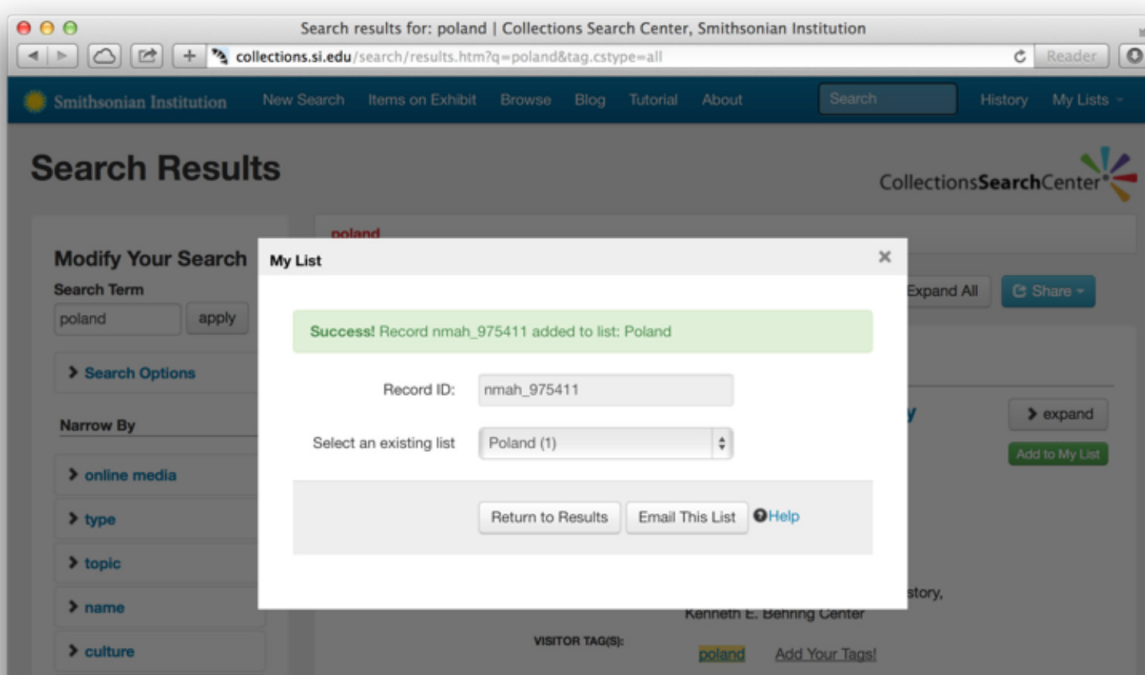
Personalizacja związana jest z dostosowywaniem treści i sposobu wyświetlania. Personalizacja wyświetlania związana jest z umożliwieniem wyświetlania wyników (wizytówek) jako lista, siatka lub pokaz slajdów. Jest to obecne tylko w kilku serwisach. W około jednej trzeciej analizowanych serwisów użytkownik może zalogować się i pracować z obiektami. Jest to zazwyczaj zapisywanie obiektów na własnym koncie w celu tworzenia kolekcji. Zapisywanie może być potraktowane jako funkcja ułatwiająca zamawianie, tak jak w przypadku *Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency*. Zalogowany użytkownik serwisu *V&A Collections* może zarządzać ściągniętymi plikami. W *Digitalt Museum* logowanie ułatwia pracę z kolekcją – np. komentowanie zdjęć nie wymaga każdorazowego podania swoich danych. Podczas analizy nie udało przetestować się tej opcji (problem techniczny serwisu). Podobnie w *LIMIS* – można tworzyć własne kolekcje.

W *NYPL Digital Collections Beta* osoby z kartą biblioteczną mogą się zalogować, śledzić

wypożyczenia, otrzymywać rekomendacje oraz oceniać publikacje. W serwisie *Finna*, który także udostępnia zbiory biblioteczne, dla zalogowanych użytkowników dostępne są też funkcje charakterystyczne dla serwisów bibliotecznych. Zalogowanie do *Europeana* pozwala na zarządzanie zapisanymi obiektami, wynikami wyszukiwania, tagami oraz kluczami API (zrzut ekranu poniżej).



Użytkownik *Smithsonian Institution – Collections Search Center* może tworzyć własne listy i zapisywać na nich wyszukiwane obiekty (zrzuty ekranu poniżej).



The screenshot shows a web browser window displaying search results for 'Poland' on the Smithsonian Institution Collections Search Center. The page title is 'Search Results' and the URL is 'collections.si.edu/search/results.htm?q=&list.name=927bd86e214f77668c866a1f8482ff20e0c28d09'. The search results are sorted by Relevancy and show 3 documents on page 1 of 1. The results are:

- Poland - Silver Wedding Anniversary Token, Jeton**: A silver medal made in 1865. Physical description: silver (overall material). Object name: medal. ID number: NU\*68.263.1082. Data source: National Museum of American History, Kenneth E. Behring Center. Visitor tags: poland.
- 5c Poland single**: A postage stamp from 1943. Medium: paper; ink (multicolored), engraved and offset. Type: Postage Stamps. Object number: 2008.2006.1002. Data source: National Postal Museum. Visitor tags: znaczek pocztowy.
- 5c Poland's Millenium single**: A postage stamp. Printer: Bureau of Engraving and Printing. Medium: paper; ink (red); adhesive / engraving. Type: Postage Stamps.

Największe możliwości oferuje *Rijksmuseum Rijksstudio*. *Rijksstudio* może być rozpatrywane jako serwis stworzony dookoła kolekcji, którego celem jest zaoferowanie nowego doświadczenia użytkownikowi poprzez udostępnienie szeregu produktów i usług. Zalogowanie nie jest wykorzystane tylko do ułatwienia wyszukiwania, ale przede wszystkim do kreatywnego wykorzystania kolekcji. Użytkownik może tworzyć własne kolekcje i zapisywać w nich wizerunki lub ich fragmenty. Najważniejsze są jednak funkcje społecznościowe, a także umożliwienie i promowanie kreatywności użytkowników. Użytkownicy mogą przeglądać zbiory innych, a także udostępniać własne (zrzut ekranu poniżej). Co najważniejsze, ściągnięte wizerunki mogą być traktowane jako źródło inspiracji dla użytkownika i służyć do stworzenia własnych kreacji, które mogą być później udostępnione na serwisie (zrzut ekranu poniżej). Wśród stworzonych kreacji znajdują się zarówno kreacje cyfrowe, np. będące różnego rodzaju kolażami, ale także obiekty zainspirowane dziełami sztuki lub wykorzystujące cyfrowe wizerunki. *Rijksmuseum* zachęca także do tworzenia dzieł poprzez organizowanie konkursów. Szeroko zakrojona kampania promowała tworzenie kreacji i udostępnianie ich poprzez serwis. Zgłoszone dzieła wyróżnione są na serwisie, a niektóre kreacje mogą stać się produktami dostępnymi w sklepie w *Rijksmuseum*. Na trzecim zrzucie zaprezentowany jest jeden z obiektów – pudełko z cieniami do powiek, którego stworzenie zostało zainspirowane portretem.

Rijksstudio - Rijksmuseum

Home

Language

RIJKS STUDIO  
Magdalena Laine-Zamojska

f t p

All Rijksstudios 1 set 0 creations 0 museum visits Log out

Search in Rijksstudio

landscapes  
Cristina  
21 minutes ago - 9 works

textiel  
carolina  
25 minutes ago - 6 works

Fayence-painting & sources  
illustrateur  
38 minutes ago - 51 works

Creations of Magdalena Laine-Zamojska - All Rijksstudio's - Rijksstudio - Rijksmuseum

Home

Language

RIJKS STUDIO  
Magdalena Laine-Zamojska  
Collected Works of Magdalena Laine-Zamojska

f t p

All Rijksstudios 1 set 0 creations 0 museum visits Log out

Inspire others with your creations

What did you create with your image downloads? This is private

Upload picture

Floral Still Life

Upload picture

Pattern in black on a white ground

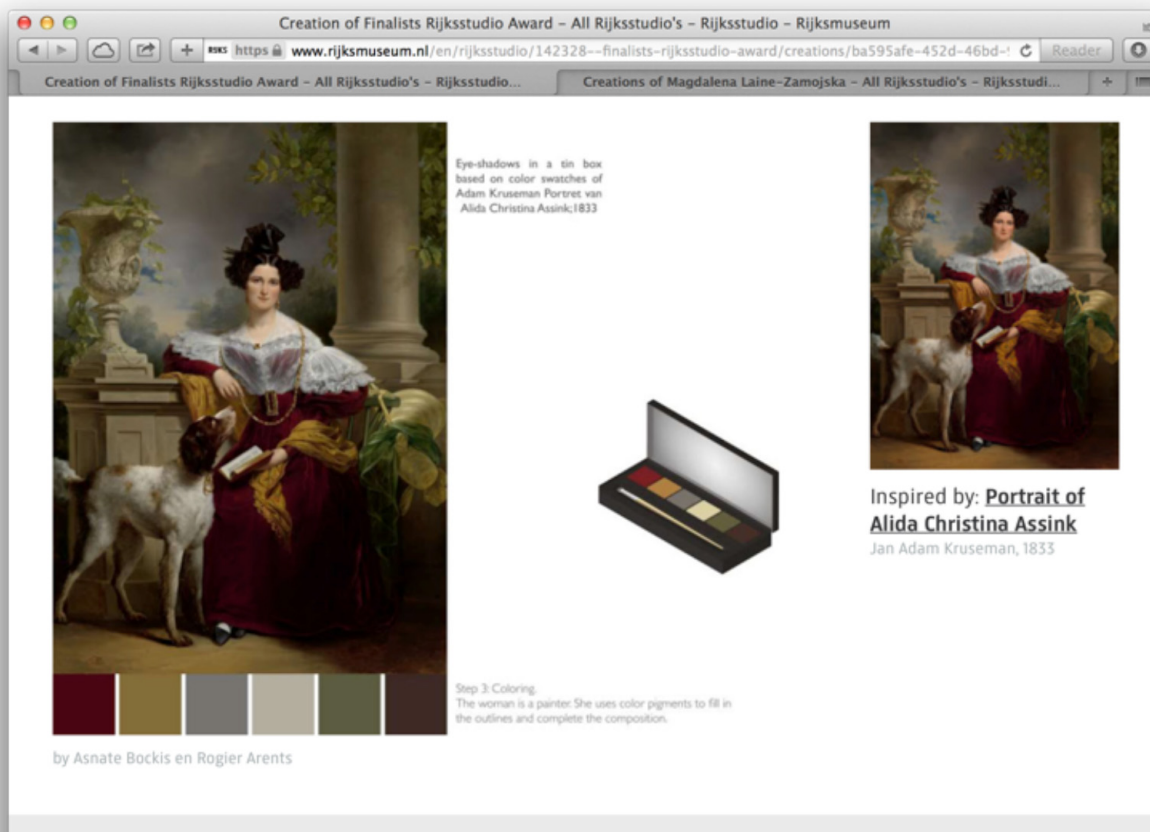
Upload picture

Triomf van de Liefde

How do I make my own creation from a work of art?

1. Select the scissors in the corner of the artwork of your choice.
2. Download the high res image and make your own masterpiece. For inspiration take a look at the tips and examples.
3. Inspire others by adding a photo of your creation to your Rijksstudio.

807 Add picture

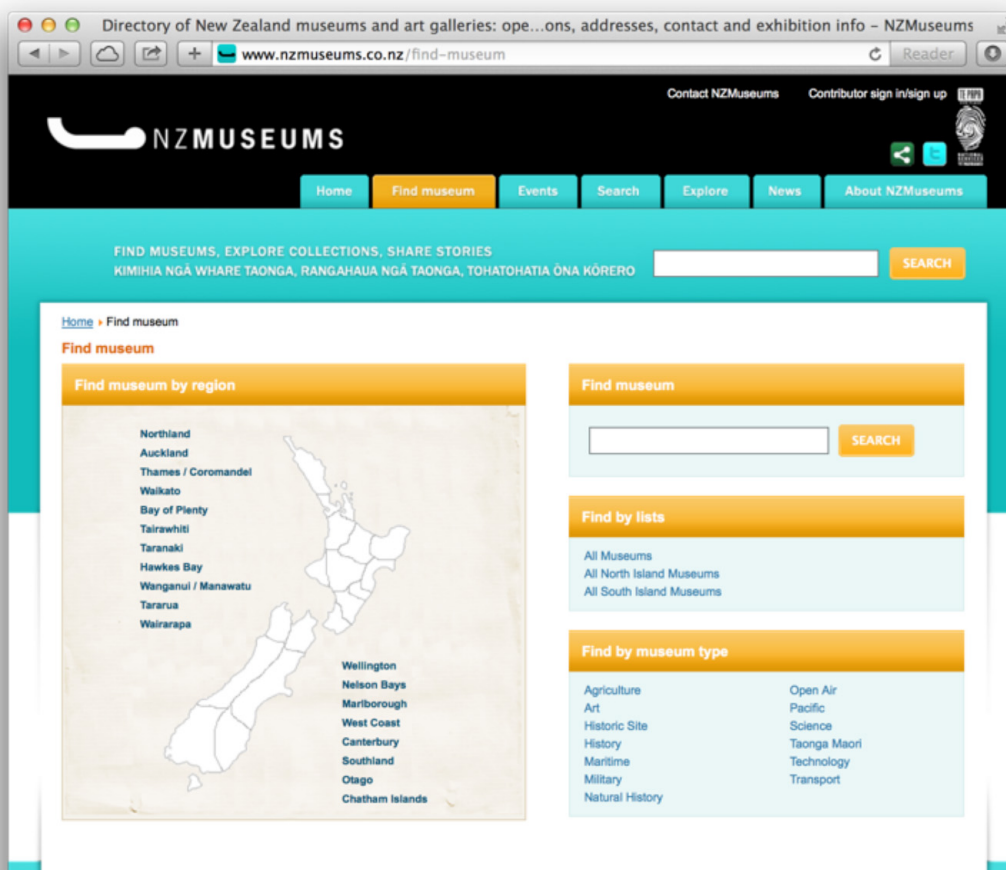


### 3.13. Dodatkowe usługi

Analizowane serwisy oferują podobne spectrum usług. Oferowane są następujące usługi:

- zamówienie wizerunku,
- możliwość kupienia wizerunku,
- uzyskanie licencji na wykorzystanie wizerunku,
- wyszukiwarka muzeów (*NZMuseums* – zrzut ekranu poniżej),
- udostępnienie informacji o muzeum, które jest właścicielem obiektu (*LIMIS*, zrzut ekranu poniżej),
- *LIMIS* umożliwia zarezerwowanie wizyty w muzeum (zrzut ekranu poniżej). Podczas przeglądania obiektów można przejść do formularza rezerwacji, który zostaje przesłany do personelu muzeum. Pracownik muzeum wysyła potwierdzenie rezerwacji na adres email podany w formularzu,
- przekierowanie do sklepu, w którym można kupić obiekty inspirowane kolekcją (np. produkty z nadrukowanymi fragmentami wizerunków).

Przełomowe podejście prezentuje *Rijksmuseum*, które nawiązało współpracę z *Etsy*, Internetową platformą umożliwiającą indywidualnym wykonawcom, przedsiębiorcom, artystom i dizajnerom sprzedawanie swoich wyrobów. Osoby chcące skorzystać z platformy w ramach współpracy *Rijksmuseum* z *Etsy* mogą użyć kodu i wystawić 20 obiektów bezpłatnie (na 4 miesiące). Ostatni zrzut ekranu prezentuje obiekty i wykonawców wystawionych w ramach kampanii.



Museums - LIMIS

www.limis.lt/muziejai/~ /museumSearch/view/805391

magdalena laine-zamojska (Sign Out)

QUICK SEARCH ADVANCED SEARCH HELP E. SERVICES ASK/FAQ MY COLLECTION

LITHUANIAN INTEGRAL MUSEUM INFORMATION SYSTEM

News LIMIS Exhibits, other valuables Personalities Keywords Literature, sources Virtual Exhibitions Links Museums


Quick Search | Advanced Search | Museums | Period | Personalities | Help | E-services

## MUSEUMS

Exhibits, other valuables / Museums

### Šiauliai Aušros Museum

Photo Logo



Abbreviation	ŠAM
Address	Vilniaus g. 74, Šiauliai, LT-76283 Šiaulių m. sav., Lietuva
Phone No	(8 41) 52 43 90
Fax No	(8 41) 52 43 90
E-mail	rasine@ausrosmuziejus.lt
Website	http://www.ausrosmuziejus.lt/
Type by theme	istorijos
Institution code	190757036
Bank account number	LT 20 7300 0100 0240 7527

[More information](#)

Exhibits of the museum  
Other valuables of the museum  
All valuables of the museum

[+ Branches and units of the museum](#)

Visit Reservation - LIMIS

www.limis.lt/vizito-rezervavimas/~ /visitTimeForm/form?limis\_wfp\_customjsonData=%7BsiteUr%3A+%27http%3A%2F%2Fwww.limis.lt%2Fvizito-rezervavimas/~ /visitTimeForm/form%3Flimis\_wfp\_customjsonData%3D%7B%22siteUr%22%3A%22http%3A%2F%2Fwww.limis.lt%2Fvizito-rezervavimas/~ /visitTimeForm/form%22%2C%22siteUr%22%3A%22http%3A%2F%2Fwww.limis.lt%2Fvizito-rezervavimas/~ /visitTimeForm/form%22%7D

News LIMIS Exhibits, other valuables Personalities Keywords Literature, sources Virtual Exhibitions Links Museums

## VISIT RESERVATION

Visit Reservation

Visit reservation form [DOC](#) [PDF](#)

### Visit time reservation

Name\*  
magdalena

Surname\*  
laine-zamojska

Contact email\*  
lainezamojska@gmail.com

Type your email address. Your email won't be shown in the portal and will only be seen by people directly related with your action.

Preferred visit date\*  
[Date picker]

Preferred visit time  
[Time picker]

Purpose of the visit and other information\*

Please provide the purpose of your visit and additional information regarding your visit.

Security code  
**9196**

Text test (compulsory) \*

Please enter the security code shown in the image.

\* Mandatory fields are marked with an asterisk (\*)

© Lithuanian art museum  
Design © Nortal LAB

Made with Rijksstudio—Clothes & Accessories curated by Rijksstudio on Etsy

https://www.etsy.com/pages/rijksstudio/made-with-rijksstudio-clothes-accessories?ref=pg\_index\_1











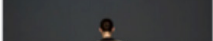
Sell Registry Community Blogs Mobile Help

Etsy Register Sign In Search for items and shops Search Cart

**RJKS** **Rijksstudio**  
Rijksstudio (Rijksmuseum) introduces its digital images to use for Etsy. Follow 218

### Made with Rijksstudio-Clothes & Accessories

Tweet Like 2 Embed

 Crossover Longline Bralette - Rijksm... iheartnorwegianwood z1343.75 PLN	 Silk Scarf Vermeer THE ART OF Pa... RosbergArtScarves z1212.34 PLN	 Hand Painted Silk Scarf. "From The ... MaatSilk z1367.26 PLN	 RJKSSTUDIO Flower Brooch Made ... BonjourLaFRANCE z1109.38 PLN
 RJKSSTUDIO Flower Brooch Made ... BonjourLaFRANCE z1593.75 PLN	 rijksmuseum - Isaack Luttichuys - ca... redstitchlab z176.60 PLN	 as seen on Rijksstudio- silk silver wir... fruzangoker z1312.50 PLN	 Fabric wild rose printed with a Rijks... PuustAnders z1251.06 PLN
			



## 4. Podsumowanie

Przedstawione powyżej wyniki pozwalają na stwierdzenie, że powstał pewien gatunek serwisów – serwisy udostępniające zbiory dziedzictwa kulturowego. Najstarsze portale odzwierciedlają filozofię i sposób funkcjonowania systemów do katalogowania. Pozwalają na dostęp do surowych metadanych. Nowsze portale starają się podkreślać wizualne aspekty zbiorów poprzez eksponowanie cyfrowych wizerunków. Najnowsze serwisy oferują produkt, który użytkownik może wykorzystać na wiele sposobów, i który zachęca do kreatywnego działania. Najbardziej otwarte podejście to oferowanie API.

Serwisy mają być atrakcyjne dla jak najszerszego grona odbiorców, Mają spełnić oczekiwania zarówno osoby przeglądającej kolekcje, jak i kogoś potrzebującego bardzo szczegółowych informacji, czyli pracownika muzeum lub naukowca.

Język serwisu to zazwyczaj język urzędowy danego kraju. Dodatkowo serwis może mieć także wersje anglojęzyczną, która zazwyczaj ogranicza się do oferowania interfejsu w języku angielskim, podczas gdy opis obiektu pozostaje w języku oryginalnym. Oferowane są także funkcje automatycznego tłumaczenia.

Sposób opisu obiektu jest zróżnicowany, może obejmować od kilku do kilkudziesięciu kategorii, ale pewien podstawowy zakres metadanych jest użyty przez każdy serwis. Sposoby prezentowania obiektu są we wszystkich serwisach bardzo podobne. Obiekt przedstawiony jest za pomocą wizytówki, widoku podstawowego i poszerzonego. Każdy z tych sposobów oferuje inny zakres informacji i jest wykorzystywany na innych etapach interakcji z użytkownikiem. Funkcje przypisane obiektowi są we wszystkich serwisach bardzo podobne i ograniczają się do kilku czynności.

Obiekty wykorzystywane są także w wystawach lub ścieżkach tematycznych. Ich konstrukcja sugeruje, że potencjał tej formy nie jest w pełni przez muzea wykorzystywany. Wystawa online może być także efektem międzyinstytucjonalnych działań dokumentacyjnych i digitalizacyjnych.

Formaty i rozdzielczości wizerunku obiektu umożliwiają wykorzystanie tylko w bardzo ograniczony sposób. Bardzo niepopularne jest udostępnianie plików w wysokiej rozdzielczości.

Zasady udostępniania są zróżnicowane, ale zazwyczaj użytkownik może wykorzystywać zasoby do własnych celów. Publikacje i wykorzystanie w celach komercyjnych wymaga zgody od muzeum. Może to być związane także z uiszczeniem opłaty.

Wyszukiwanie jest jedną z głównych funkcji serwisów. Oferowane jest wyszukiwanie proste i zaawansowane. Sugerowane kryteria wyszukiwania związane są z zakresem metadanych wykorzystanych do opisu obiektu. Zastosowane są różne metody umożliwiające wyszukiwanie. Najnowsze sposoby umożliwiają wyszukiwanie np. poprzez zaznaczanie obszaru na mapie, ustawianie suwaka na osi czasu, itd.

Personalizacja zaimplementowana jest w około 1/3 serwisów. Umożliwia użytkownikowi na zalogowanie się i pracę z obiektami. Jednak zakres oferowanych funkcji jest bardzo ograniczony.

Dodatkowe funkcje oferowane przez serwisy są także ograniczone i ograniczają się raczej do działań z wizerunkiem lub informacjami o instytucjach, których zbiory są udostępnione.

## 5. Ocena graficzna i techniczna oraz końcowa dyskusja wyników

W poprzednich częściach zaprezentowana została analiza 22 serwisów i portali udostępniających zasoby muzealne. Każdy z projektów był realizowany w innych warunkach i przy innych możliwościach. Jak zostało już zaprezentowane, projekty charakteryzują się wieloma podobieństwami – można mówić już o pewnym gatunku serwisów udostępniających zasoby dziedzictwa kulturowego. Można założyć, że projekt E-muzea będzie także podążał w tym kierunku oraz starał się realizować najnowsze i najlepsze rozwiązania w tym zakresie. Celem tego opracowania było przedstawienie obecnie istniejących projektów i trendów oraz wskazanie jakie rozwiązania należałoby rozważyć podczas dalszych prac w projekcie E-muzea.

Przy wszelkich ograniczeniach zastosowanych metod można jednak wskazać pewne rozwiązania, które wyróżniają się na tle innych, przeanalizowanych projektów. Wytypowanie jednak rozwiązań najlepszych wymaga także oceny zastosowanych rozwiązań technicznych i graficznych. Szczegółowe oceny graficzne i techniczne wszystkich 22 serwisów i portali znajdują się w osobnej części na końcu tego opracowania. Natomiast w tej części przedyskutowane zostaną wnioski z całej analizy i ocen.

Wyniki ocen graficznych i technicznych oraz analizy zostały zaprezentowane na poniższych wykresach. Na wykresie odnoszącym się do muzeologicznej oceny oś *OY* oznaczona jest jako „udostępnianie i promowanie wykorzystania zbiorów”, a oś *OX* „innovacyjność, wyznaczenie nowych trendów”. Na wykresie ukazującym wyniki oceny graficznej oś *y* określa „poprawność projektowania oraz zastosowania środków graficznych”, podczas gdy oś *OX* „oryginalność, wyznaczenie nowych trendów”. Na wykresie z wynikami oceny technicznej oś *OY* to „poprawność implementacji, spójność, jakość wykonania”, a oś *OX* „innovacyjność, wyznaczenie nowych trendów”. Pomimo, że na trzech wykresach osie *OX* i *OY* są oznaczone inaczej, to są to kryteria odnoszące się do jakości realizacji i poprawności wykorzystanych rozwiązań, które z perspektywy tych trzech dyscyplin można określić jako podążające za najnowszymi trendami, innowacyjne czy oryginalne.

W kontekście analizy muzeologicznej, prawidłowa realizacja projektu oznacza działania zgodne z polityką i zaleceniami europejskimi. Udostępnianie i promowanie wykorzystania zbiorów zostało uznane jako działania prawidłowe i warte do naśladowania. Najniższy stopień w kontekście udostępniania to serwis, który nie prezentuje warunków wykorzystania wizerunków i metadanych, a materiały nie mogą być w łatwy sposób ściągnięte. Jeżeli serwis nie udostępnia materiałów, ale jest to jasno wyrażone w polityce, która jest dostępna dla użytkowników, to serwis znajduje się wyżej na osi. Udostępnianie zbiorów do celów naukowych lub prywatnych, spisana polityka prywatności, zachęcanie do wykorzystywania wizerunków poprzez wykorzystanie funkcji umożliwiających dzielenie się w mediach społecznościowych to kolejne poziomy.



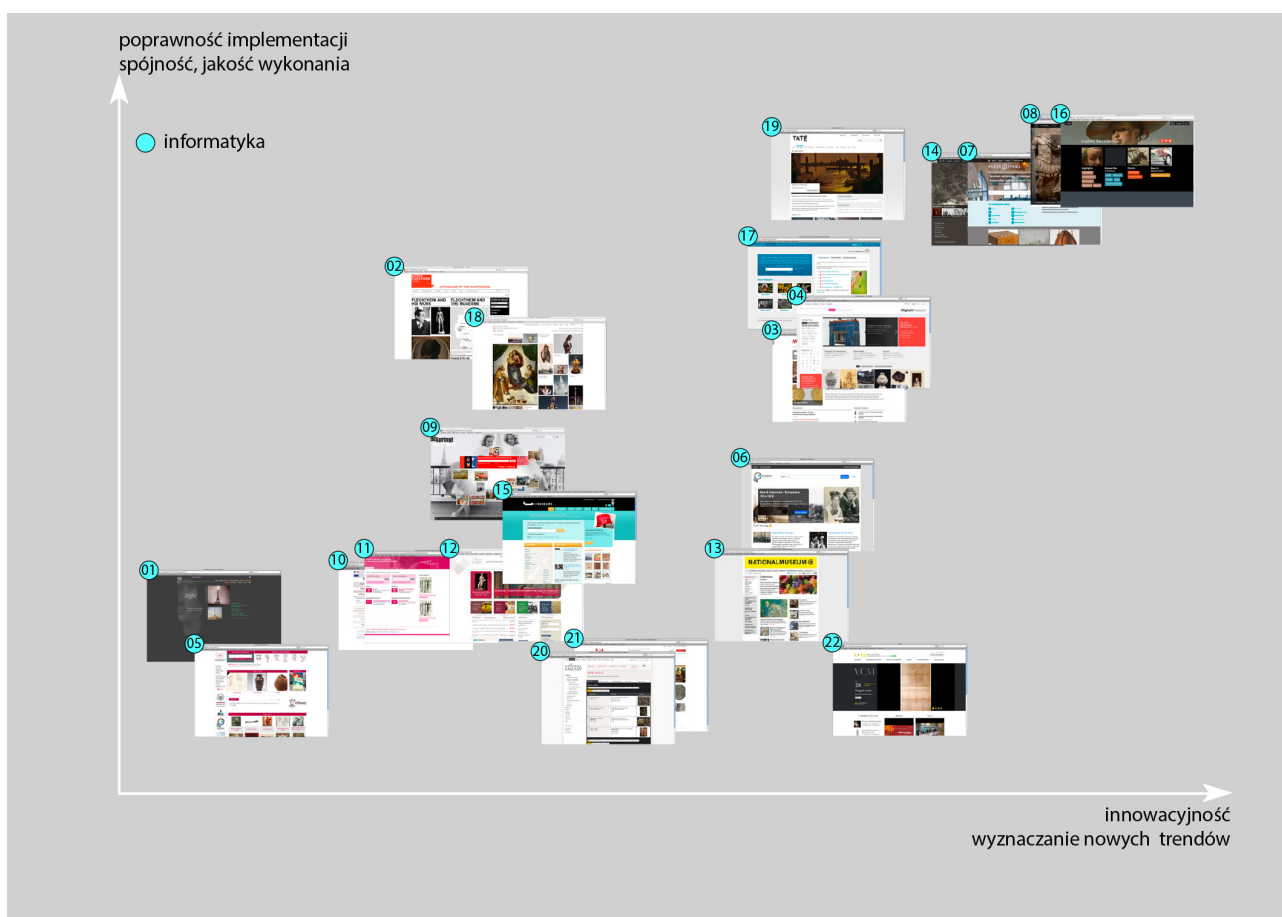
Najwyżej na osi znajdują się projekty, które umożliwiają wykorzystanie we wszystkich celach, nawet komercyjnych, udostępniają warunki wykorzystania treści, zachęcają do ściągania i działań kreatywnych, oferują dodatkowe narzędzia umożliwiające pracę z obiektem i metadanymi, dzielenie się w mediach społecznościowych oraz pozwalają na wykorzystanie kolekcji poprzez API. Dodatkowym kryterium jest współpraca między instytucjami. Serwis, który udostępnia zbiory tylko z jednej instytucji lub jednego typu, znajduje się najniżej na osi *OY*. Wyżej znajdują się projekty, które są wynikiem międzyinstytucjonalnej współpracy, i które oferują dostęp do zbiorów wielu instytucji tego samego typu, np. muzeów. Najwyżej znajdują się projekty, których celem jest udostępnienie różnego rodzaju materiału pochodzącego z całego sektora pamięci, czyli różnego rodzaju instytucji posiadających zróżnicowane zbiory.

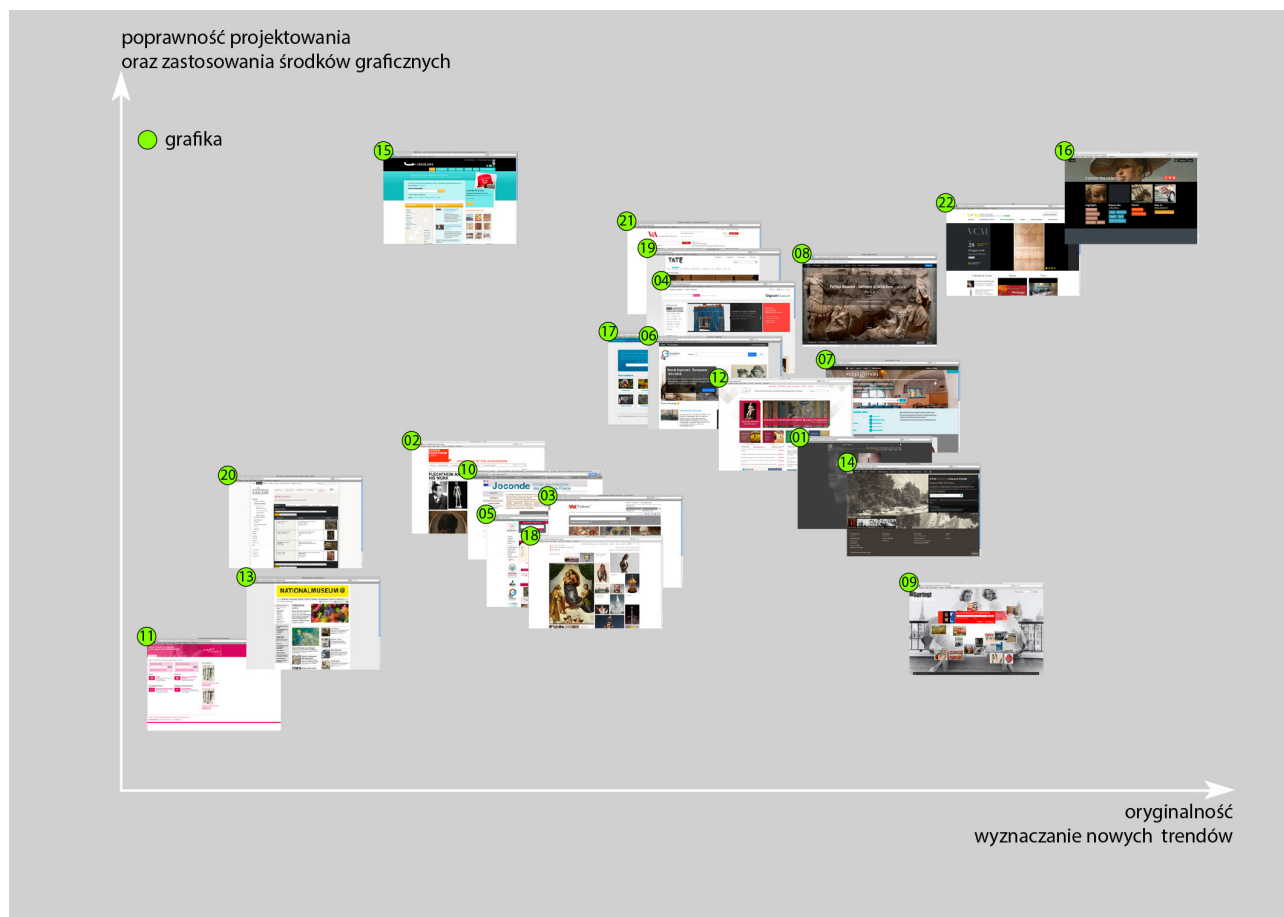
W odniesieniu do osi *OX* za najlepsze uznane są projekty, które proponują nowe podejście do przedstawiania zbiorów w internecie. Na początku układu współrzędnych, wzdłuż osi *OX*, znajdują się projekty, które reprezentują tradycyjne podejście do przedstawiania zbiorów. Wynika on ze sposobu budowy systemu do zarządzania zbiorami. Jest to przede wszystkim wyświetlenie określonej liczby kategorii opisujących obiekt wraz z jego cyfrowym wizerunkiem. Dalej na osi znajdują się projekty, które poprzez wykorzystanie graficznych i technicznych rozwiązań pozwalają na przedstawienie obiektu w innym kontekście, tzn. pozwalają na sortowanie obiektów, wyświetlają obiekty na mapie, pokazują między nimi relacje, itd. Najdalej na osi znajdują się projekty, które szukają nowych rozwiązań – wykorzystują nowe modele interakcji i działania z obiektem, skupiając się także na oferowanym użytkownikowi doświadczeniu.

Wykres wyraźnie pokazuje, że większość projektów znajduje się w centralnym obszarze wykresu, czyli reprezentują podobne podejście w odniesieniu do udostępniania i wykorzystania zbiorów oraz

podążania czy wyznaczania nowych trendów. Tylko kilka projektów zdecydowanie odbiega od reszty – są to *Smithsonian Institution – Collections Search Center* (17), *Europeana* (6) oraz *Rijksmuseum Rijksstudio* (16). Pierwsze z dwóch wymienionych wyżej projektów mają ogromną przewagę nad innymi – są to wieloletnie projekty, prowadzone przez wielkie instytucje, które dysponują ogromnymi zasobami. Udostępniają zasoby nie tylko muzealne, ale także archiwalne, biblioteczne i naukowe. Dodatkowo *Europeana* może być rozpatrywana jako polityczny projekt Unii Europejskiej, więc w kontekście dziedzictwa jest to projekt, który wyznacza nowe trendy. *Rijksstudio* jest spośród analizowanych serwisów jedyną inicjatywą, która wykorzystuje projektowanie doświadczenia użytkownika na taką skalę. Zaproponowany przez nich produkt, razem z promowaniem udostępniania, nawet w celach komercyjnych, pozwala umieścić projekt wśród najbardziej innowacyjnych przykładów.

Analiza muzeologiczna nie byłaby pełna bez oceny technicznej i graficznej. Poniżej zamieszczone wykresy ilustrują wyniki oceny technicznej i graficznej.

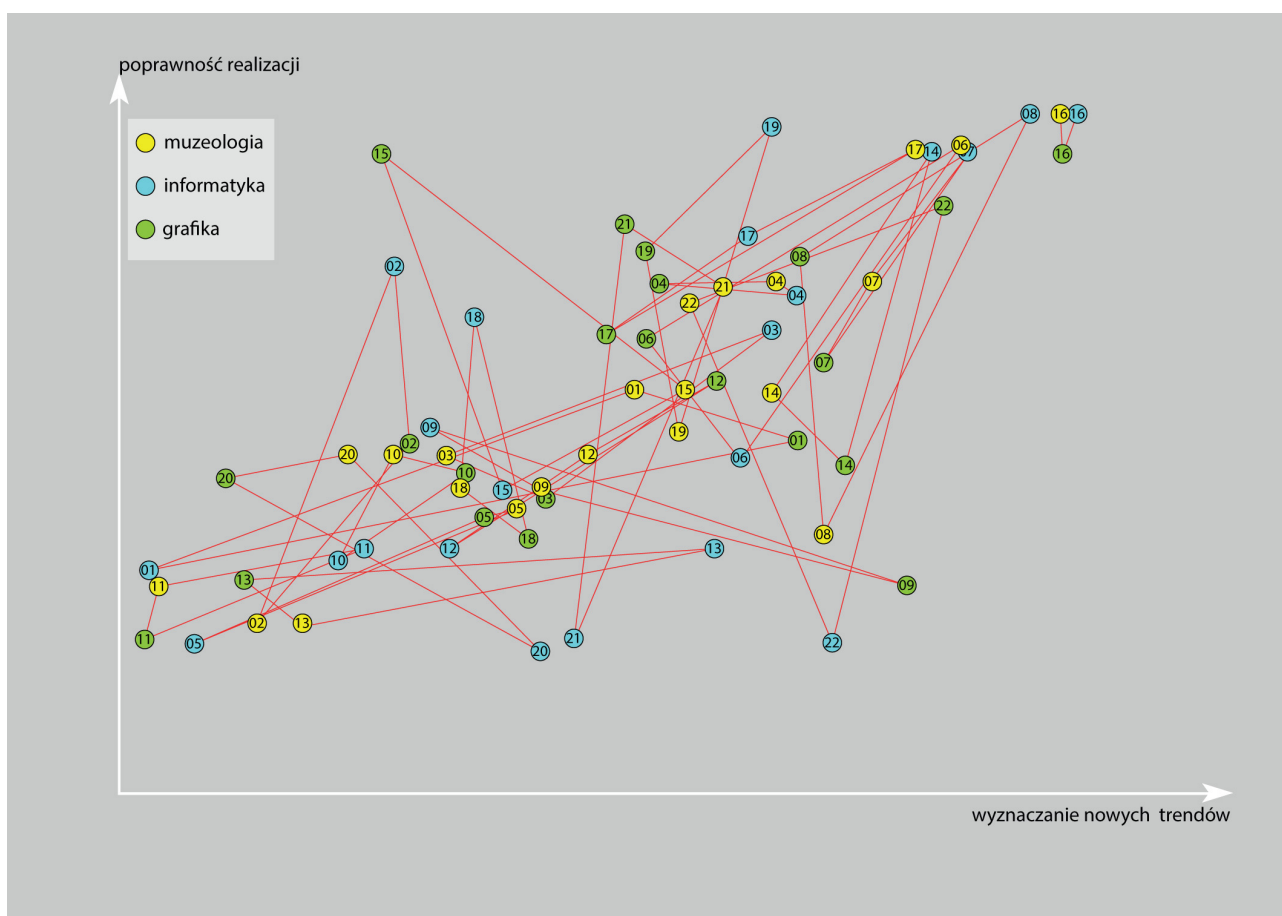
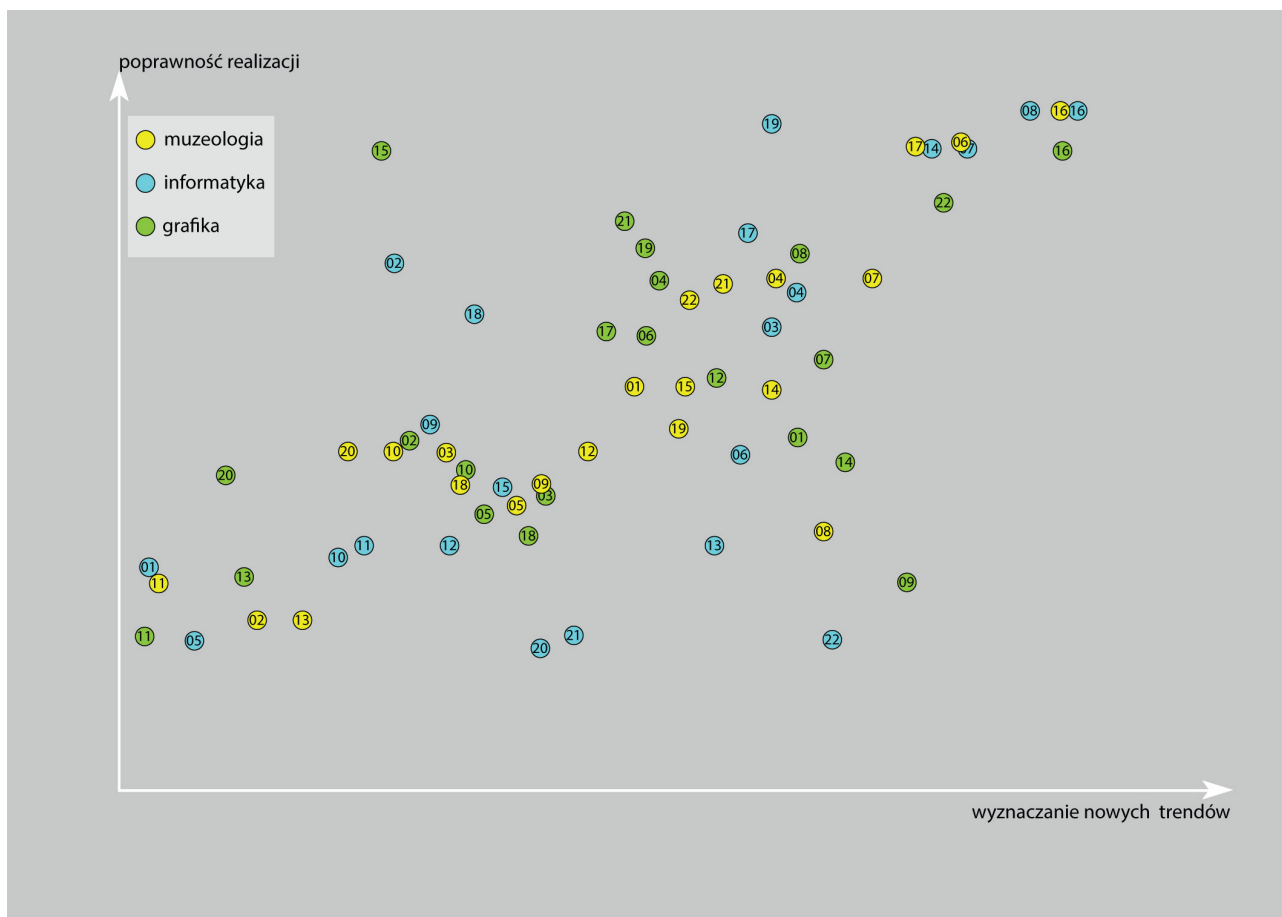


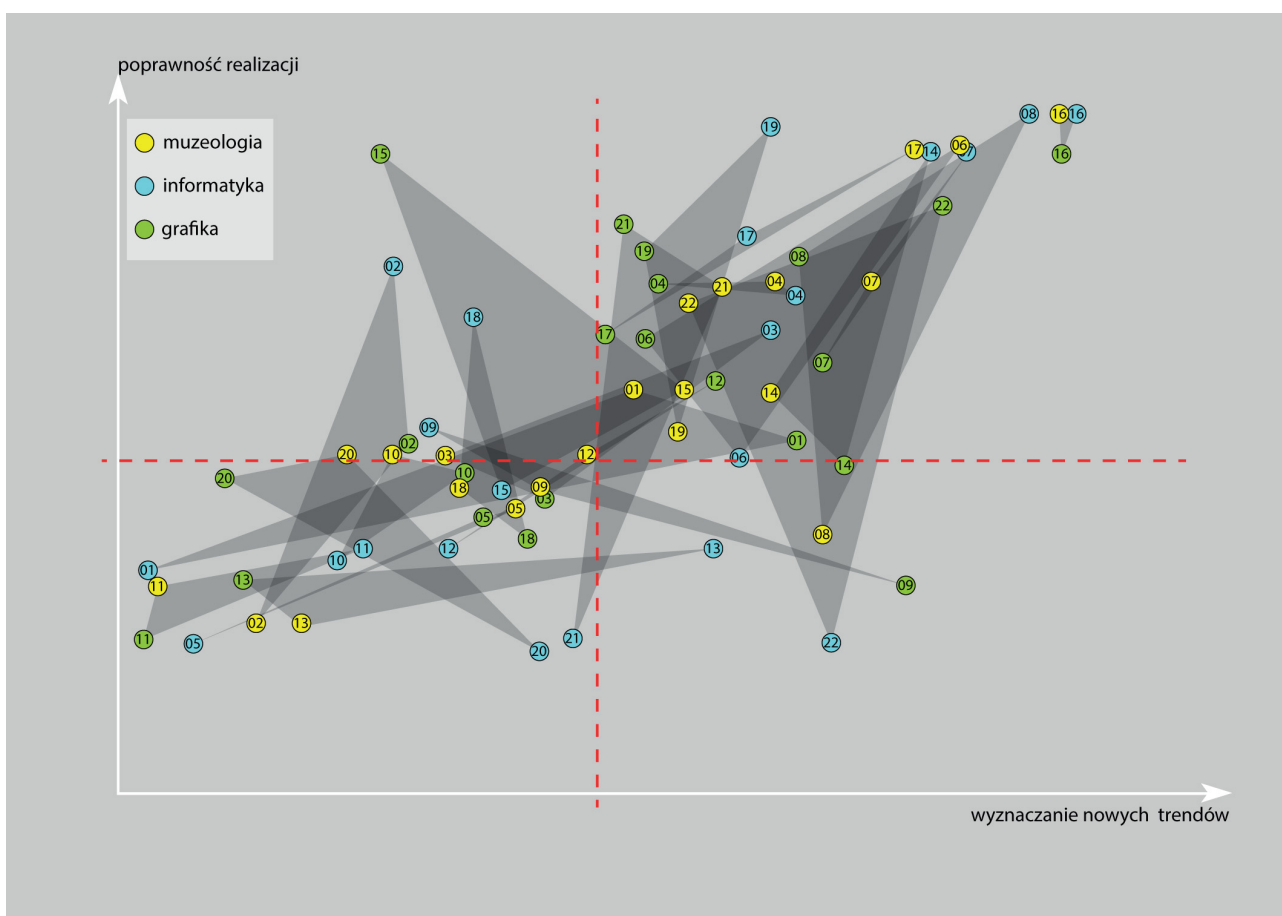
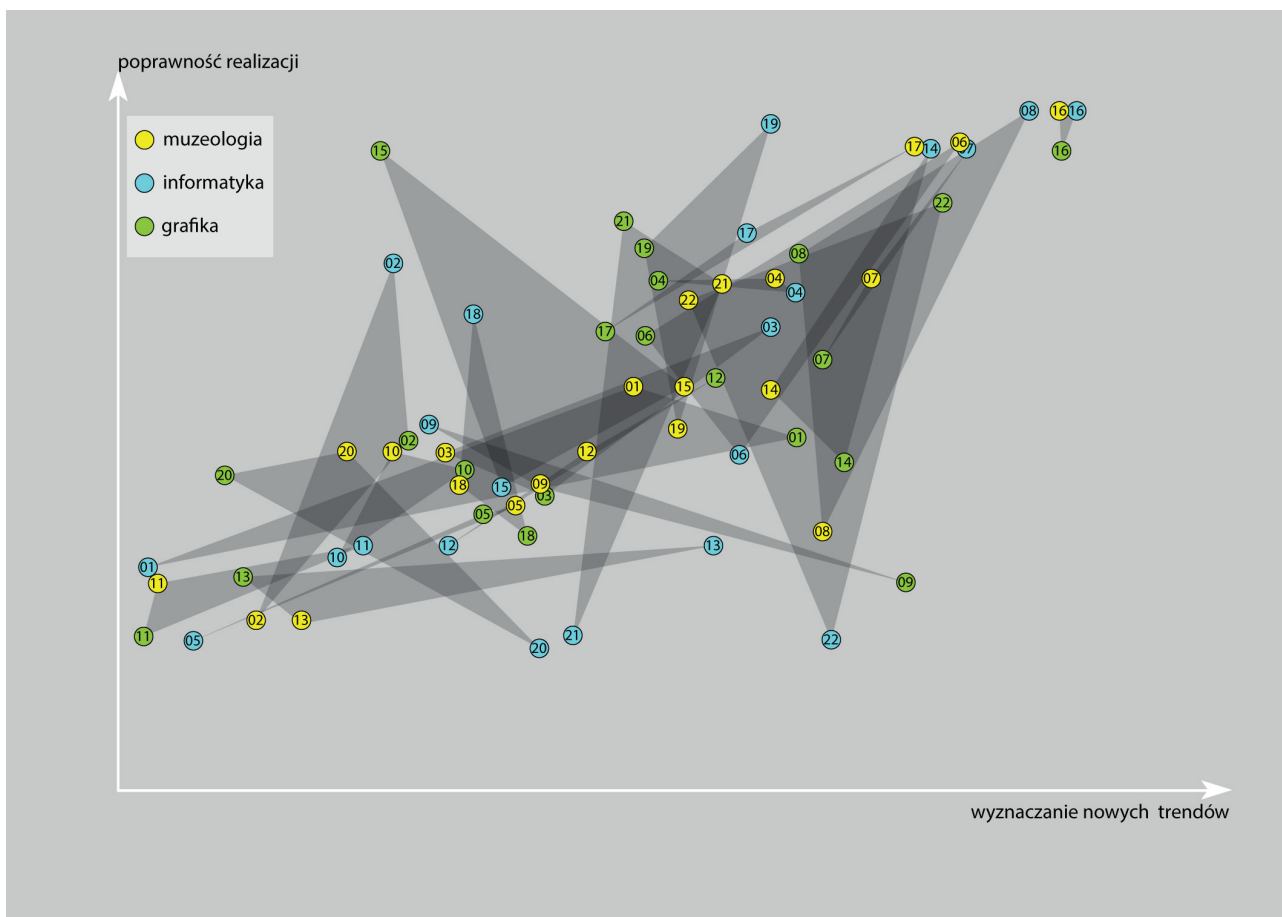


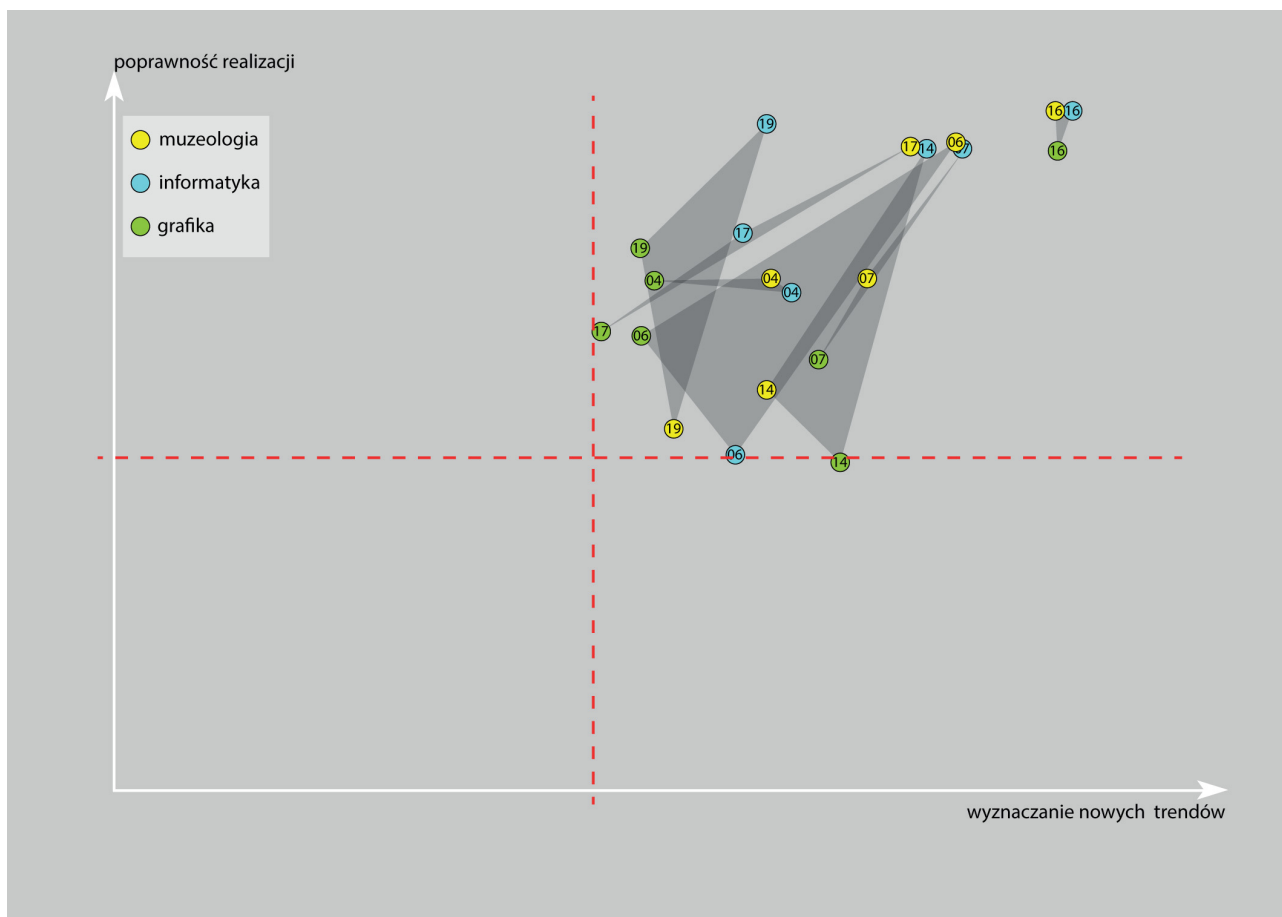
Poniżej zaprezentowane wykresy pokazują w jaki sposób poszczególne projekty są zlokalizowane na wykresach zgodnie z wynikami analizy muzeologicznej oraz ocen informatycznej i graficznej. Na dalszym wykresie punkty połączone są liniami w celu pokazania jak daleko od siebie zlokalizowane są dane punkty. Jak wyraźnie widać, na wszystkich trzech wykresach projekty są inaczej rozmieszczone. Oznacza to, że z perspektywy trzech dyscyplin projekty reprezentują inne podejście do prawidłowości realizowanych rozwiązań oraz podążania nowymi trendami. Wykres wyraźnie ilustruje, że nie wszystkie projekty jednocześnie osiągają takie same wyniki w odniesieniu do analizy muzeologicznej oraz ocen informatycznej i graficznej.

Na dalszych wykresach obszary między punktami przypisanymi konkretnym projektem zostały zaznaczone na szaro. Dodatkowo wprowadzone zostały czerwone linie, które dzielą wykres na cztery ćwiartki. W II ćwiartce znajdują się projekty, które uzyskały relatywnie najlepsze oceny.

Na ostatnim wykresie zostały znajdują się tylko projekty z II ćwiartki, które uzyskały najlepsze oceny z perspektywy wszystkich trzech dyscyplin: *Digitalt Museum* (4), *Europeana* (6), *Museum Finna* (7), *NYPL Digital Collections Beta* (14), *Rijksmuseum Rijksstudio* (16), *Smithsonian Institution – Collections Search Center* (17) oraz *Tate Collection Online* (19).







Na tle 22 przeanalizowanych serwisów *Digitalt Museum* (4), *Europeana* (6), *Museum Finna* (7), *NYPL Digital Collections Beta* (14), *Rijksmuseum Rijksstudio* (16), *Smithsonian Institution – Collections Search Center* (17) oraz *Tate Collection Online* (19) są przykładami projektów, które zarówno aktywnie udostępniają swoje zbiory, są prawidłowo zrealizowane w kontekście rozwiązań technologicznych i graficznych oraz wyznaczają najnowsze trendy. Są to projekty, które należy brać pod uwagę podczas prac nad projektem E-muzea.

Od strony informatycznej powyższe projekty wykorzystują najnowsze technologie. Zaletą Internetu, jako globalnej sieci, jest istnienie relacji pomiędzy jej poszczególnymi elementami – portalami. Relacje mają charakter bezpośrednich odnośników, linkowania bądź importowania treści. Dzięki temu Internet można wyobrazić sobie jako rozległy graf wierzchołków pozostających ze sobą w relacji. Kunsztem jest przeniesienie powyższej koncepcji w głąb pojedynczego elementu funkcjonalnego – portalu. Przy pomocy możliwych narzędzi informatycznych, należy utworzyć wewnętrzną strukturę reprezentacji danych oraz nawigacji pomiędzy rekordami. Zachowując strukturę grafu, portal otwiera się na zewnętrzne indeksowanie, co bezpośrednio przyczynia się do wzrostu jego popularności. Jest to jednak relacja dwukierunkowa – serwis internetowy powinien także korzystać z narzędzi udostępnianych przez zewnętrznych usługodawców posiadających znacznie większe doświadczenie w świadczeniu określonych typów usług, oraz często dużo bardziej rozbudowane zaplecze techniczne, zapewniające wysoką elastyczność portalu.



Dla użytkownika takiego serwisu istotna jest także jakość uzyskanego doświadczenia. Z jednej strony związane jest to z jakością oferowanego materiału. W odniesieniu do obiektów oznacza to, że portal powinien oferować jak największą ilość treści – czyli np. informacje o całej kolekcji znajdującej się w danej instytucji. Obiekty muszą być prawidłowo opisane (metadane) oraz posiadać wysokiej jakości wizerunek cyfrowy, czyli obiekty muszą być prawidłowo zdigitalizowane. Z drugiej strony portal powinien w taki sposób udostępniać wizerunki, aby doświadczenia użytkownika były pozytywne. Niewątpliwy wpływ na nie ma dostępność świadczonych usług – mnogość platform programowych oraz sprzętowych, na które serwis jest przystosowany, oraz sposób prezentacji treści – nawiązanie interakcji z użytkownikiem przy pomocy responsywnych obiektów. Najlepsze serwisy gromadzące cyfrowe reprezentacje obiektów z zakresu dziedzictwa kulturowego powinny uwzględniać powyższe sugestie.

Udostępnianie oznacza także, że serwis oferuje API – interfejs programowania aplikacji (API – *application programming interface*). W kontekście europejskim i oferowania API, najważniejszym projektem jest *Europeana*. Prezentowane przez serwis dane mają wyraźny charakter hierarchiczny oraz są jednoznacznie otagowane. Serwis zapewnia także wysoką dostępność do zgromadzonych danych za pomocą usług kategorii REST – poprzez odpowiednio skonstruowane zapytania możemy uzyskać bezpośredni dostęp do danych – z pominięciem interfejsu graficznego. Jest to idealne rozwiązanie dla deweloperów.

Jednak przeciętni użytkownicy potrzebują intuicyjności – dlatego hierarchicznie uporządkowane dane z wytworzonymi relacjami (np. w postaci linkowanych metatagów) są połączone z intuicyjnym interfejsem dostosowującym się do urządzenia z którego w danym momencie korzystamy. Oczywiście jest, że interfejs w zależności od rozmiaru ekranu powinien być inny. Portal *Europeana* zapewnia responsywny layout, którego układ dostosowuje się do rozmiaru ekranu urządzenia odbiorcy – widok wielokolumnowy dla ekranów panoramicznych, dynamicznie przekształcający się w widok jednokolumnowy, linearny – dla ekranów tabletów czy smartfonów. Zadbano także o dostępność treści na rozmaitych urządzeniach eliminując technologie, które nie są uniwersalne. Niektóre z innych serwisów zadbały również o poprawne formatowanie wydruków implementując oddzielny arkusz stylów dla wydruków.

Portal *Europeana* oraz kilka innych (*Museum Finna*, *Digitalt Museum*, *NYPL Digital Collections*, *Rijksmuseum Rijksstudio*, *Smithsonian Institution – Collections Search Center*), wyróżniających się pod względem zastosowanych rozwiązań technicznych w pełni korzysta z dynamicznych funkcjonalności oferowanych przez CSS3, a także wspierających metody organizacji treści udostępniane przez standard HTML5.

Prawie wszystkie z powyższych serwisów wyposażone są w intuicyjną, dynamiczną wyszukiwarkę z funkcją autouzupełniania wpisywanych fraz oraz ich automatycznej korekacji. Znacząco wspomaga to efektywność wyszukiwania informacji w przypadku nieprecyzyjnych zapytań. Samo wyszukiwanie to jednak tylko pierwszy krok – kolejnym jest możliwość filtrowania otrzymanych wyników. Precyzowanie zapytania na drodze filtrowania otrzymanych wyników to bardzo popularna metoda wybierania interesujących użytkownika treści, pręźnie wykorzystywana w projekcie *Tate Collection Online*, na stronach *Smithsonian Institution – Collections Search Center* oraz *Rijksmuseum Rijksstudio*. Niektóre z projektów, jak np. *Museum Finna* umożliwiają zdalne zapisywanie wyników wyszukiwania, a także zapisywanie kryteriów wyszukiwania by skorzystać z nich w przyszłości, co należy rozpatrywać jako pozytywne w kontekście doświadczenia użytkownika. Istotnym aspektem jest także sposób prezentacji wyników wyszukiwania ponieważ

często użytkownicy mają w tym aspekcie indywidualne preferencje. Tylko nieliczne portale umożliwiają wybranie sposobu prezentacji wyników, jak np. lista, siatka, czy miniaturki.

Standardowo treści dostępne są w wielu różnych językach. Jednak twórcy niektórych portali (jak np. *Europeana*) posunęli się o krok dalej – dzięki skorzystaniu z narzędzi firm zewnętrznych, zapewнили użytkownikom możliwość dynamicznego tłumaczenia treści witryny na dowolnie wybrany język. Faktem jest, że tego typu tłumaczenia często odbiegają od ideału, ale w wielu przypadkach mogą przyczynić się do lepszego zrozumienia treści. Istotnym aspektem jest zapewnienie wielu wersji językowych przygotowywanego portalu, co konsekwentnie realizuje większość serwisów.

Współczesne serwisy internetowe w celu podwyższenia wrażeń płynących z ich użytkowania powinny w szerokim zakresie wykorzystywać technologię JavaScript umożliwiającą dynamiczną modyfikację wyglądu strony bez konieczności jej przeładowywania. Najbardziej zaawansowane serwisy, takie jak *Rijksmuseum Rijksstudio* oferują także wsparcie dla zapytań asynchronicznych XHR lub Ajax pozwalających na dynamiczne wczytywanie treści do poszczególnych elementów strony bez przeładowywania zawartości całej witryny. Przy dużej ilości informacji dostępnych na stronie (szczególnie w przypadku rozbudowanych elementów multimedialnych) należy zwrócić szczególną uwagę na dynamiczne ładowanie poszczególnych elementów dopiero w momencie, gdy będą one zaprezentowane na ekranie – np. wczytywanie dalszego ciągu strony w momencie przewijania jej w dół. Powyższe rozwiązanie idealnie zostało zaimplementowane w serwisie *Rijksmuseum Rijksstudio*.

Ważnym elementem jest udostępnienie użytkownikowi możliwości lokalnego lub zdalnego oznaczania „ulubionych” obiektów. Umożliwia to późniejsze zapoznanie się z obiektem bez konieczności ponownego wyszukiwania. W wielu serwisach zrealizowane jest to lokalnie – po stronie komputera użytkownika przy pomocy plików cookie lub mechanizmów LocalStorage pozwalających witrynom przechowywać dane na komputerze użytkownika. Kilka z serwisów przechowuje „ulubione” obiekty w zdalnej bazie danych. Jest to rozwiązanie wygodne ze względu na niezależnienie użytkownika od konkretnego komputera, czy miejsca, jednak stwarza ono konieczność utworzenia konta użytkownika oraz późniejszego logowania. Dzięki wykorzystaniu standardu OAuth 2.0, logowanie nie musi być uciążliwe dla użytkownika. Zgodnie z tym standardem, użytkownik może zalogować się do naszego serwisu przy pomocy uwierzytelniania przez inny portal – np. Facebook, czy Google+. Z takiego rozwiązania korzysta *Museum Finna*.

Przy przeglądaniu zasobów sieci, często istnieje konieczność zapisania adresu strony w celu jej późniejszego odwiedzenia. Z perspektywy użytkownika ważne jest, żeby adres strony w sposób intuicyjny prezentował hierarchię serwisu i typ przeglądanej zawartości. Adres zbudowany zgodnie z konwencją identyfikatora <http://id.nimoz.pl/plmoi:00026:M.Ob.953>, mógłby wyglądać w sposób bardziej zrozumiały dla zwykłego użytkownika, np: <http://id.nimoz.pl/m-narodowe-warszawa/kolekcja/nazwa-obiektu/>. Można to zrealizować przy pomocy odpowiedniej konfiguracji ustawień URL *rewriting*. Usługa ta jest wspierana we wszystkich współczesnych serwerach, jednak nieliczne serwisy decydują się na jej konfigurację. Użyty przykład prezentuje oczywiście jedynie koncepcję, a nie konkretne rozwiązanie.

W erze dynamicznie rozwijającej się technologii, mnogości urządzeń docelowych, na których serwis może być wykorzystywany, istotne jest odpowiednie dostosowanie prezentowanej grafiki – nie tylko do rozmiarów ekranu, ale co ważne do gęstości pikseli na konkretnym ekranie. Dziś coraz częściej mamy do czynienia z ekranami o podwyższonej gęstości pikseli – zarówno w

smartfonach, tabletach, jak również w komputerach osobistych. Wymusza to na twórcach konieczność przygotowania grafiki w dwóch rozmiarach – standardowym, oraz tak zwanym 2x (dla ekranów o wyższym zagęszczeniu pikseli). Obecnie tylko nieliczne, najbardziej nowoczesne serwisy zaimplementowały poprawnie tę funkcjonalność. Ogromną pracę w tym zakresie wykonało *Rijksmuseum Rijksstudio*. *Rijksmuseum Rijksstudio* wyznacza także trendy w dziedzinie interaktywności – zapewniając architekturę dynamicznej aplikacji internetowej. Serwis wyposażony jest w dynamiczną przeglądarkę mediów pozwalającą na podstawowe operacje na udostępnianych zdjęciach, czy innego typu mediach.

Prawie wszystkie z omawianych serwisów oferowały także mechanizmy sugerowania treści. Ich implementacja bywała różna – mechanizmy znajdowały się na stronie głównej lub przy przeglądaniu innych obiektów. Udostępniały one reprezentacyjne miniaturki podobnych obiektów, które użytkownik potencjalnie chciałby obejrzeć. W przypadku, gdy użytkownik zechce pobrać zdjęcie danego obiektu w pełnej rozdzielczości, tylko niektóre z serwisów udostępnią mu tę możliwość bez konieczności logowania – inne wymuszają konieczność zarejestrowania się oraz zalogowania w celu pobrania zdjęć w wyższej rozdzielczości. *NYPL Digital Collections* idzie jednak o krok dalej, umożliwiając zgrupowanie interesujących obiektów, a następnie zintegrowane pobranie wszystkich zdjęć obiektów przy pomocy pojedynczego kliknięcia. Ciekawym udogodnieniem dla użytkownika jest możliwość zamówienia rzeczywistego obiektu z wybranym nadrukiem – taką funkcjonalność oferuje tylko *Rijksmuseum Rijksstudio*. Na innych portalach można dodatkowo zamawiać standardowe wydruki wybranych zdjęć.

Prawidłowe wykorzystanie najnowszych technologii oraz oferowanie dobrej jakości treści wymaga także aby interfejs użytkownika był prawidłowo skonstruowany. Od strony wizualnej wskazane projekty są także najlepsze. Interfejs stworzony jest w wykorzystaniem zasad graficznych odnoszących się do kompozycji, typografii, kolorystyki, wykorzystania piktogramów, łóg oraz innych elementów graficznych. Istotne są także pierwsze wrażenie użytkownika, czyli jakie estetyczne wrażenia serwis może wywołać w użytkowniku. Dodatkowo ważna jest także oryginalność rozwiązań graficznych, dzięki którym stworzona jest tożsamość danego serwisu mająca także wpływ na jego odbiór. Serwisy stosują różne rozwiązania, ale wszystkie cechuje bardzo wysoki profesjonalizm oraz poprawność zastosowanych rozwiązań.

Ocena wszystkich portali pokazuje także, że różna jest także rola designera w tworzeniu serwisu. Jedne projekty, jak np. *Europeana* czy *Smithsonian Institution – Collections Search Center* podporządkowane są funkcjonalności serwisu, design jest prawie niewidoczny. Serwisy pozbawione są indywidualnych cech – mają być neutralnymi narzędziami, których strona wizualna odgrywa podrzędną rolę. W innych projektach – np. *Museum Finna* rola graficznego interfejsu jest bardziej wyraźna dla odbiorcy. Serwis buduje swoją tożsamość np. poprzez kolorystykę, typografię, użycie piktogramów. Jednak najważniejszą różnicą jest to, że tego typu serwisy są od strony graficznej niejako nie do końca gotowe. Projektowanie graficzne interfejsu związane jest z ciągłym przewidywaniem – zarówno zachowania odbiorcy, jak i zmieniającej się roli danego serwisu, jego usług i treści. Designer pracujący przy projekcie *Finna* ma ciągle aktywną rolę – widać, że wprowadzenie nowych funkcji będzie wymagało od niego dalszej pracy, która może w bardzo duży sposób wpłynąć na wizualną stronę serwisu. Serwisy typu *Smithsonian Institution – Collections Search Center* wymagały większego wkładu projektanta w początkowej fazie serwisu. Dalsze zmiany będą bardziej widoczne – serwis zapewne uzyska nową odsłonę. W przypadku modelu zastosowanego w *Finna* można szybciej odpowiadać na wyniki ciągłego monitoringu i

analizowania doświadczenia użytkownika. Każdy z modeli jest odpowiedni, kluczowym jest tylko wybranie takiego rozwiązania, które jest najkorzystniejsze z perspektywy zasobów i możliwości danego projektu.

Innym aspektem związanym z graficznym interfejsem użytkownika jest interaktywność i jej projektowanie (*interaction design*). Jak demonstruje przykład *Rijksmuseum Rijksstudio*, najnowsze podejście zmienia sposób kontaktu odbiorcy z instytucją. Projektowanie interaktywności zakłada ciągłe myślenie o odbiorcy i jego możliwych zachowaniach, czyli jest swego rodzaju projektowaniem przyszłości. Przewidywanie potrzeb użytkownika i planowanie w jaki sposób na nie odpowiedzieć są kluczowymi elementami takiego podejścia. Twórcy *Rijksmuseum Rijksstudio* bardzo wyraźnie pokazują poprzez swój serwis, że muzeum nie jest w stanie przewidzieć jakie są wszelkie możliwe sposoby użycia zbiorów i do jakich celów użytkownik chciałby wykorzystać wizerunki. Dlatego rolą *Rijksstudio* jest inspirowanie odbiorcy. Zaproponowane narzędzia pozwalają na bardzo zaangażowaną pracę z wizerunkami. Od strony technologicznej usuwane są wszelkie przeszkody utrudniające to zadanie, np. serwis jest responsywny i dobrze działa na różnego rodzaju urządzeniach oraz zaoferowane jest API dla deweloperów. Od strony graficznej wszystkie elementy kierują użytkownikiem i pozwalają mu na przyjemne korzystanie z funkcji serwisu. Od strony merytorycznej muzeum ma świetnie przygotowaną politykę udostępniania zbiorów, która jest przejrzysta i łatwa do zrozumienia. Nie oznacza to, że muzeum traci kontrolę nad wizerunkami, np. komercyjne wykorzystanie wymaga kontaktu i określenia sposobu użycia zbiorów.

Projekty wskazane jako najlepsze zmieniają także sposób udostępniania zbiorów. Jest to przede wszystkim otwarcie zasobów na każdej płaszczyźnie, również technologicznej i uznanie, że użytkownik jest kreatywnym odbiorcą. Udostępnienie zbiorów jest umożliwieniem odbiorcy pracy na obiektach. Rolą instytucji jest udostępnienie ich w taki sposób, aby spektrum wykorzystania było jak najszersze, i aby udostępniany materiał był jak najbardziej rzetelny. Otwarcie zasobów instytucji jest także dwukierunkowym procesem, w którym odbiorca musi mieć możliwość bycia aktywnym partnerem. Na przykład umożliwienie wykorzystania mediów społecznościowych i publikacji na prywatnych stronach i w serwisach społecznościowych jest krokiem w tym kierunku.

Należy także podkreślić, że wszystkie projekty, nawet te zaliczone do grupy najlepszych, mają swoje braki lub nieprawidłowości. Dodatkowo, zastosowana metoda analizy i oceny pozwalają na uzyskanie tylko określonych danych. Nie zostało sprawdzone np. w jaki sposób odbywa się agregowanie danych. Portale nie zostały także ocenione pod kątem ich przystosowania dla użytkowników mających określone potrzeby (np. korzystających z opcji powiększania treści).

W kontekście udostępniania najbardziej aktualnych danych, proces odbywający się w czasie rzeczywistym byłby najkorzystniejszy. Ważne jest to także przez wzgląd na odbiorcę, który także może uzupełniać wiedzę o kolekcji. Wyniki przedstawione w tym opracowaniu odnoszą się także do rozwiązań z ocenianych projektów, które niekoniecznie posiadają funkcje, które mogłyby być bardzo przydatne, a które są stosowane w innych serwisach. Takim przykładem może być zawiadywanie głosem, czyli dyktowanie tekstu podczas wyszukiwania. Funkcja ta mogłoby niektórym odbiorcom ułatwić proces wyszukiwania. Żaden z projektów nie miał jej zaimplementowanej.

Obecne są także rozwiązania, które w analizowanych projektach zastosowane były tylko w ograniczonym stopniu, a które są główną cechą innych projektów, jak na przykład tagowanie.

Wokół tagowania i folksonomii zbudowane są inne projekty, np. *the Steve Project* <<http://www.steve.museum>> oraz *Your Paintings. Tagger* <<http://tagger.thepcf.org.uk/>>. Projekty skupione są także na pokazywaniu przede wszystkim metadanych i cyfrowych wizerunków obiektów, a nie na udostępnianiu całego spektrum materiału, np. cyfrowego lub niematerialnego dziedzictwa kulturowego.

Jako podsumowanie można powiedzieć, że najlepsze projekty wykazują się najwyższą stabilnością oraz są zbudowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. W kontekście systemów do udostępniania zbiorów oznacza to, że wybrane rozwiązania służą jak najlepszemu wykorzystaniu zbiorów zgodnie z obecnymi możliwościami, również technologicznymi i projektowymi.

## 6. Ocena informatyczna serwisów i portali

---

### 6.1. Analizowane strony

1. Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux
2. Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde
3. Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie
4. Digitalt Museum
5. eSbírky
6. Europeana
7. Finna / Museum Finna
8. Google Art. Project
9. Het Geheugen van Nederland
10. Joconde – Portail des collections des musées de France
11. Kunstindex Danmark
12. LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System
13. Nationalmuseum: Samlingara Online
14. NYPL Digital Collections Beta
15. NZMuseums
16. Rijksmuseum Rijksstudio
17. Smithsonian Institution – Collections Search Center
18. Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection
19. Tate Collection Online
20. The National Gallery Collection Online
21. V&A Collections
22. Virtual Collection of Masterpieces (VCM)

---

## 6.2. Kryteria oceny

W poniższej ocenie uwzględnione zostały zastosowane rozwiązania technologiczne wpływające na wydajność funkcjonowania serwisu, budujące wrażenia użytkownika końcowego oraz mające odzwierciedlenie w prezentacji treści. Przeanalizowano interoperacyjność, kompatybilność z różnymi przeglądarkami dostępnymi na rynku, responsywność interfejsu użytkownika oraz layoutu strony – wygląd serwisu na różnych urządzeniach. Uwzględniono też wykorzystanie technologii obsługi i osadzania multimediiów, a także interaktywne elementy interfejsu. Skupiono się na metodach wyszukiwania informacji, dynamicznego precyzowania wyników wyszukiwania, sposobach sugerowania treści w oparciu o przeglądane wcześniej elementy, a także zdalnego przechowywania wybranych obiektów. Zapoznano się ze sposobami i technologiami przechowywania danych, udostępniania danych dla deweloperów (dostępność API), a także przetwarzania danych – technologiach generowania wynikowego kodu HTML strony.

---

## 6.3. Ocena poszczególnych serwisów

---

### Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux

**WADY:**

- elementy Adobe Flash – niekompatybilne z urządzeniami przenośnymi,
- technologia ASPX – efektywna w programowaniu, ale wywołująca częste błędy po stronie serwera, mało elastyczna, wymagająca rekompilacji przy dowolnej zmianie w funkcjonowaniu serwisu.
- wykorzystanie gotowych skryptów.

---

### Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde

**ZALETY:**

- URL rewriting – przyjazne linki reprezentujące hierarchiczną strukturę serwisu,
- wykorzystanie zewnętrznych serwisów – Google Maps API.

**WADY:**

- niska wydajność serwera/hostingu,
- brak możliwości pobierania odwzorowań,
- statyczność treści

---

### Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie

**ZALETY:**

- zastosowanie technologii PHP – otwartość, elastyczność, brak konieczności kompilacji,
- złożony filtr w wynikach wyszukiwania – wiele kryteriów, możliwość zaznaczenia kilku,
- format RDF do eksportu danych „na zewnątrz” serwisu,
- zastosowanie kodów QR do udostępniania informacji o obiekcie,

- dynamiczne rozwijanie – wczytywanie elementów przy przewijaniu dopiero w momencie, gdy są widoczne (znacznie odciąża komputer klienta podczas przeglądania wielu zasobów),
- metatagi jako linki do kolejnych kategorii powiązanych z obiektem.

**WADY:**

- brak zastosowania technologii URL rewriting.
- 

## Digitalt Museum

**ZALETY:**

- sugerowanie treści na stronie głównej,
  - mnogość wersji językowych,
  - zakładki jako sposób organizacji treści,
  - URL rewriting – przyjazne linki,
  - możliwość zamówienia wydruków,
  - obiekty oznaczane tagami,
  - responsywny layout – dostosowanie się do rozmiaru ekranu urządzenia docelowego,
  - różne sposoby prezentacji treści (lista, siatka, zdjęcia),
  - agregowanie treści z zewnętrznych serwisów (np. Wikipedia),
  - możliwość gromadzenia obiektów w postaci własnych folderów (po zalogowaniu).
- 

## eSbírky

**WADY:**

- brak responsywnego layoutu,
  - niedopracowana struktura i layout,
  - brak kompatybilności z popularnymi przeglądarkami,
  - brak możliwości pobrania pełnowymiarowych zdjęć.
- 

## Europeana

**ZALETY:**

- responsywny layout,
- integracja z serwisami społecznościowymi – możliwość udostępniania treści,
- zaawansowana wyszukiwarka,
- zaawansowane filtrowanie wyników,
- zastosowanie wielu wersji językowych,
- dynamiczne tłumaczenie treści dzięki Microsoft Translator,
- metatagi jako linki do kategorii,
- udostępnianie danych jako RSS,
- udostępnienie zewnętrznego API.

**WADY:**

- niespójny layout.



---

## Finna / Museum Finna

### **ZALETY:**

- responsywny layout – dostosowanie do urządzeń mobilnych,
- dynamiczne linki do metadanych obiektu,
- kreator wyszukiwania – selekcja „step by step”,
- integracja z portalami społecznościowymi,
- publikacja informacji w formacie XML dostępnym dla zewnętrznych serwisów,
- zastosowanie kodów QR udostępniających informacje o obiekcie,
- możliwość wysłania mailem obiektu (strony),
- zastosowanie wielu wersji językowych,
- możliwość logowania za pomocą zewnętrznych serwisów (OAuth 2.0)
- możliwość dodawania komentarzy pod obiektami,
- spójne wrażenia wizualne,
- URL rewriting,
- sugerowanie obiektów do przeglądania,
- możliwość zapisania własnych kryteriów wyszukiwania,
- zdalne przechowywanie wybranych odwzorowań poprzez oznaczenie jako „ulubione”,
- różne sposoby prezentacji danych (lista, siatka, karty, wizytówki),
- rozgłaszanie RSS,
- narzędzie do przesyłania opinii (feedback).

### **WADY:**

- brak możliwości pobierania zdjęć w pełnym rozmiarze.

---

## Google Art. Project

### **ZALETY:**

- interaktywna prezentacja,
- wykorzystanie elementów CSS3 oraz standardu HTML5,
- elastyczność dzięki PHP 5,
- mnogość wersji językowych,
- połączenie z innymi usługami Google,
- możliwość porównania obiektów,
- wykorzystanie technologii drag&drop,
- dynamiczne wyszukiwanie,
- możliwość zapisania ulubionych obiektów,
- możliwość tworzenia publicznej galerii użytkownika,
- URL rewriting – przyjazne linki,
- dynamiczne style,
- wykorzystanie interaktywnych elementów HTML zamiast technologii Flash,
- responsywny layout – dostosowanie do rozmiaru ekranu urządzenia,
- narzędzie opinii – feedback.

### **WADY:**

- brak możliwości pobierania zdjęć.

---

## Het Geheugen van Nederland

### **ZALETY:**

- dynamiczne sugestie treści na stronie głównej,
- mnogość wersji językowych,
- możliwość pobierania odwzorowań,
- metadane jako linki do kategorii.

---

## Joconde – Portail des collections des musées de France

### **ZALETY:**

- ascetyczny design,
- słowa kluczowe i metatagi jako linki do kategorii.

### **WADY:**

- technologia Java – wysokie koszty utrzymania infrastruktury serwerowej lub hostingu,
- skomplikowane linki.

---

## Kunstindex Danmark

### **ZALETY:**

- słowa kluczowe i metatagi jako linki do kategorii,
- oddzielny arkusz stylów dla wydruku – indywidualne formatowanie treści dla wydruków.

### **WADY:**

- webservice w technologii Java – kosztowny hosting, rozwiązania własnościowe.

---

## LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System

### **ZALETY:**

- możliwość dodania wielu zdjęć w ramach pojedynczego obiektu,
- interaktywna przeglądarka zdjęć,
- oddzielny arkusz stylów do wydruku,
- możliwość udostępniania treści w serwisach społecznościowych.

### **WADY:**

- brak przyjaznych linków (wyłączona technologia URL rewriting),
- niekonsekwentne tłumaczenie – struktura strony w w wersji litewskiej i angielskiej, a treść tylko w angielskiej (np. opisy wystaw, czy eksponatów),
- konieczność zamówienia zdjęć w wysokiej rozdzielczości (brak możliwości bezpośredniego pobrania),
- eksport danych do PDF (brak możliwości przetwarzania)

- brak responsywnego layoutu – niedostosowanie do urządzeń mobilnych,
- niska rozdzielczość elementów graficznego interfejsu użytkownika
- brak dynamicznych elementów interfejsu użytkownika,
- brak elementów CSS3 i HTML5,
- brak sugerowania treści,
- tylko podstawowa wyszukiwarka.

---

## Nationalmuseum: Samlingara Online

### **ZALETY:**

- metadane jako łącza do kategorii,
- udostępnianie łącza do strony obiektu,
- możliwość pobierania pełnowymiarowych odwzorowań,
- wykorzystanie otwartej technologii PHP,
- baza danych oparta na otwartym i darmowym MySQL,
- sklep online z powiązаныmi artykułami.

---

## NYPL Digital Collections Beta

### **ZALETY:**

- możliwość udostępniania zbiorów na portalach społecznościowych,
- interaktywna przeglądarka obiektów (możliwość powiększania, obracania),
- dedykowany arkusz stylów dla wydruków,
- responsywny layout – dopasowanie layoutu do rozmiaru i rodzaju urządzenia odbiorcy,
- sugestie interesujących obiektów na stronie głównej,
- wydzielone panele tematyczne,
- możliwość rejestracji (utworzenia konta użytkownika),
- możliwość personalizacji zbiorów – tworzenie własnych list obiektów,
- możliwość komentowania oraz recenzowania obiektów,
- tagowanie zbiorów przez użytkowników,
- możliwość pobierania odwzorowań wielu zaznaczonych obiektów jednocześnie.

---

## NZMuseums

### **ZALETY:**

- URL rewriting – przyjazne linki,
- możliwość dodawania komentarzy,
- sugerowanie treści na stronie głównej.

---

## Rijksmuseum Studio

### **ZALETY:**

- zbudowana w oparciu o filozofię interaktywnej aplikacji sieciowej,

- wykorzystanie technologii HTML5 do organizacji treści,
- wykorzystanie technologii CSS3 do prezentacji treści i efektów graficznych,
- mnogość wersji językowych,
- możliwość oceniania zbiorów (oznaczanie jako „ulubione”),
- możliwość pobierania pełnowymiarowych odwzorowań,
- sklep z rzeczywistymi obiektami spersonalizowanymi nadrukiem z wybranym dziełem,
- udostępnianie treści na serwisach społecznościowych,
- interaktywna przeglądarka obiektu (przybliżanie, obracanie),
- URL rewriting – przyjazne linki,
- elementy oznaczone tagami/słowa kluczowymi,
- sugestie obiektów na stronie głównej,
- pokazy slajdów jako metoda interaktywnej prezentacji,
- animacje oparte na technologii CSS3 oraz WebCanvas,
- interaktywna, dynamiczna wyszukiwarka,
- filtrowanie wyników wyszukiwania, doprecyzowanie zapytania,
- dynamiczne ładowanie treści przy przewijaniu strony (odciąża przeglądarkę i komputer użytkownika),
- historia przeglądanych stron i obiektów – zastosowanie elementów nawigacyjnych (wstecz itd.),
- responsywny layout – dostosowanie na urządzenia przenośne,
- słowa kluczowe, metadane obiektu jako linki do powiązanych kategorii,
- przystosowanie do nowoczesnych ekranów o podwyższonej gęstości pikseli.

#### **WADY:**

- skomplikowana struktura – możliwe, że z powodu możliwości dojścia do tego samego elementu z wielu poziomów i odnośników, co zaburza strukturę.

## Smithsonian Institution – Collections Search Center

#### **ZALETY:**

- możliwość prezentacji wyników wyszukiwania jako lista, siatka albo pokaz slajdów,
- oddzielny arkusz stylów dla wydruków,
- możliwość udostępniania treści na portalach społecznościowych,
- możliwość tworzenia własnych list – przechowywanych jako LocalStorage,
- przesyłanie asynchroniczne – minimalizacja zużycia łącza,
- dynamiczna, interaktywna przeglądarka mediów,
- możliwość dodawania tagów do obiektów przez użytkowników (tagi są oceniane przez innych),
- dynamiczna wyszukiwarka,
- sugerowanie treści na stronie głównej,
- dynamiczne zawężanie wyników wyszukiwania,
- możliwość sortowania wyników wyszukiwania.

#### **WADY:**

- brak linkowania do metadanych,
- brak udostępnienia „surowych” danych do przetwarzania w serwisach zewnętrznych,
- brak API,

- brak zastosowania technologii URL Rewriting.

---

## Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection

### **ZALETY:**

- sugestie obiektów na stronie głównej,
- liczne pokazy slajdów jako metoda prezentacji treści,
- mnogość wersji językowych.

### **WADY:**

- multimedia osadzone w technologii Flash (niemożliwe odtworzenie na wielu współczesnych urządzeniach przenośnych),
- brak responsywnego layoutu – niedostosowanie do urządzeń mobilnych,
- statyczna treść – dużo tekstu,
- brak udostępnienia metadanych obiektu,
- brak możliwości pobierania odwzorowań obiektów,
- grafiki w niskiej rozdzielczości,
- niedostosowanie do ekranów o podwyższonej gęstości pikseli.

---

## Tate Collection Online

### **ZALETY:**

- możliwość dodawania wielu zdjęć w ramach jednego obiektu (rzadko spotykane!),
- zagnieżdżone kategorie (drzewa kategorii) – pozwalające doprecyzować przypisanie do kategorii,
- wyświetlanie popularnych kategorii wraz z ilością obiektów w danej kategorii,
- możliwość udostępniania treści na portalach społecznościowych,
- możliwość zapisania się do newsletter'a,
- możliwość komentowania obiektów, dodawania tagów,
- połączony sklep internetowy,
- dynamiczna wyszukiwarka z sugestiami podczas wpisywania,
- sortowanie wyników wyszukiwania,
- zaawansowane wykorzystanie JavaScriptu,
- organizacja treści przy użyciu HTML5,
- prezentacja i formatowanie treści z wykorzystaniem CSS3,
- wykorzystanie grafiki w podwyższonej rozdzielczości.

### **WADY:**

- brak możliwości pobierania odwzorowań w pełnej rozdzielczości,
- brak responsywnego layoutu – niedostosowanie do urządzeń mobilnych.

---

## The National Gallery Collection Online

**ZALETY:**

- URL rewriting – przyjazne linki,
- interaktywna przeglądarka obiektów – możliwość skalowania, rotacji,
- możliwość zamówienia wydruków,
- udostępnianie materiałów w formie podcastów.

**WADY:**

- brak kompatybilności z wieloma popularnymi przeglądarkami internetowymi,
- serwis stworzony z wykorzystaniem technologii ASP – brak elastyczności, wyższe koszty hostingu,
- częste błędy serwera przy przetwarzaniu zapytania.

---

## V&A Collections

**ZALETY:**

- wykorzystanie zewnętrznych serwisów dostarczających treści – YouTube, Google Maps,
- możliwość dodania wielu zdjęć w ramach jednego obiektu,
- sugestie obiektów na stronie głównej,
- możliwość zamówienia wydruków,
- wykorzystanie technologii przesyłania asynchronicznego AJAX,
- wykorzystanie okienek do prezentacji treści,

**WADY:**

- brak responsywnego layoutu – niedostosowanie do urządzeń mobilnych,
- brak interaktywnej wyszukiwarki,
- możliwość pobrania pliku PDF z informacjami o obiekcie – PDF nie jest edytowalny, więc nie można przetwarzać takich informacji,
- konieczność zalogowania by pobrać zdjęcia,
- wykorzystanie Google Captcha do weryfikacji – ostatnio pod falą krytyki ze względu na stopień skomplikowania,
- grafika strony w niskiej rozdzielczości,
- brak możliwości pobrania „surowych” danych.

---

## Virtual Collection of Masterpieces (VCM)

**ZALETY:**

- interaktywna przeglądarka zdjęć,
- możliwość pobierania odwzorowań,
- integracja z serwisami społecznościowymi,
- sugestie kolejnych elementów do obejrzenia – na podstawie aktualnie przeglądanych,
- interaktywna wyszukiwarka z sugestiami.

**WADY:**

- brak przyjaznych linków – brak technologii URL rewriting,
- tekst jako grafika w wielu miejscach – utrudnia indeksowanie, zwiększa transfer danych,
- brak responsywnego layoutu – niedostosowanie do urządzeń mobilnych,
- brak podlinkowanych metadanych.

## 7. Ocena graficzna serwisów i portali

---

### 7.1. Analizowane strony

1. Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux
2. Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde
3. Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie
4. Digitalt Museum
5. eSbírky
6. Europeana
7. Finna / Museum Finna
8. Google Art. Project
9. Het Geheugen van Nederland
10. Joconde – Portail des collections des musées de France
11. Kunstindex Danmark
12. LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System
13. Nationalmuseum: Samlingara Online
14. NYPL Digital Collections Beta
15. NZMuseums
16. Rijksmuseum Rijksstudio
17. Smithsonian Institution – Collections Search Center
18. Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection
19. Tate Collection Online
20. The National Gallery Collection Online
21. V&A Collections
22. Virtual Collection of Masterpieces (VCM)



## 7.2. Kryteria oceny

W celu dokonania analizy konieczne było odwołanie się zarówno do podstaw projektowania graficznego, jak i ogólnej oceny wizualnej (estetyka, poprawność kompozycji, oryginalność). Wyodrębnione zostały następujące kryteria:

1. Pierwsze wrażenie użytkownika
2. Oryginalność rozwiązań graficznych
3. Kompozycja
4. Wizualna identyfikacja
5. Kolorystyka
6. Typografia
7. Piktogramy
8. Inne elementy graficzne
9. Loga

1. Pierwsze wrażenie użytkownika jest subiektywną kategorią, trudno mierzalną za pomocą analitycznych kryteriów. Jest to jednak istotny element związany z doświadczeniem użytkownika. Wykształcenie oraz doświadczenie wynikające z ciągłego obcowania z różnego rodzaju projektami i samodzielne projektowania pozwalają oceniającemu na użycie tej kategorii.

2. Oryginalność rozwiązań graficznych – użycie tej kategorii pozwala na zidentyfikowanie autorskich, kreatywnych rozwiązań, które wyróżniają się na tle innych.

3. Kompozycja – ocena prawidłowości zastosowanych wszystkich elementów graficznych na stronie, których celem jest budowa harmonijnej i funkcjonalnej całości.

4. Wizualna identyfikacja – użycie tej kategorii pozwala na ocenę czy wszystkie elementy są stosowane konsekwentnie i spójnie tworzą indywidualny charakter projektu.

5. Kolorystyka – ocena indywidualnego zestawienia barw, charakterystycznego dla danego projektu oraz ocena ich użycia.

6. Typografia – ocena zaprojektowanej i zastosowanej układów liter niczych i krojów czcionek w kontekście funkcjonalności, czytelności i estetyki.

7. Piktogramy – identyfikacja zasadności użycia piktogramów oraz ocena ich funkcjonalności, estetyki i oryginalności. Rozróżnienie na piktogramy autorskie i powszechnie znane.

8. Inne elementy graficzne – ocena indywidualnych rozwiązań graficznych.

## 9. Loga – ocena zastosowania łóg własnych oraz zewnętrznych.

Powyżej zastosowane kryteria analizy zostały wykorzystane do oceny funkcjonalności 22 serwisów i portali udostępniających zbiory.

---

### 7.3. Ocena poszczególnych serwisów

---

#### Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux

**Layout:** pozytywną cechą layoutu strony głównej jest jej odmienność od innych tego typu serwisów i oszczędność zastosowanych środków graficznych. Dzięki temu budzi zainteresowanie odbiorcy.

**Kolory:** interesujące wykorzystanie kolorów. Użycie ciemnej szarości jako tła daje możliwości ciekawego eksponowania poszczególnych tekstów. Widać to zarówno w menu głównym, jak i menu animowanym.

**Typografia:** typografia jest spójna. Nietrafione wydaje się natomiast zastosowanie tak małej czcionki w animacji. Teksty są mało czytelne. Użycie litery dwuelementowej w kontekście jednoelementowej jest prawidłowe.

**Piktogramy:** piktogramów praktycznie nie zastosowano. Brak także rozwiązań autorskich.

**Loga zewnętrzne:** w lewym, górnym rogu umieszczono logo, które domyślnie powinno łączyć ze stroną główną. Niestety logo to przekierowuje do innej strony, na szczęście w nowym oknie.

**Indywidualne cechy:** wprowadzenie w tle grafiki jest ciekawym rozwiązaniem graficznym, natomiast przy powiększeniu w oknie przeglądarki następuje „pocięcie” na mniejsze fragmenty.

**Strona obiektu:** podstrona przedstawiająca obiekt jest skomponowana tak samo jak strona główna. Niestety, dodanie dużej fotografii obiektu oraz opisu niszczy czystość graficzną. Poszczególne elementy nie współgrają ze sobą i sprawiają wrażenie dużej przypadkowości.

**Końcowa ocena:** wydaje się, że designer miał tylko za zadanie stworzenie głównego layoutu, a w późniejszym czasie strona kształtowała się już bez jego udziału. Strona ta posiada jednak własny, niepowtarzalny charakter. Szkoda, że nie została dopracowana.

---

#### Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde

**Layout:** układ graficzny strony głównej mało interesujący. Przypomina layout gazety. Kompozycja poprawna.

**Kolory:** bardzo ograniczone wykorzystanie kolorystyki.

**Typografia:** typografia spójna, ale także nieciekawa.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** loga mediów społecznościowych użyte prawidłowo.

**Indywidualne cechy:** jedyną cechą indywidualizującą layout jest duże i dobrze osadzone kompozycyjnie logo oraz napis główny.

**Strona obiektu:** podstrony pokazujące obiekty są skomponowane analogicznie jak strona główna. Ciekawym rozwiązaniem graficznym jest zaadoptowanie formy loga do oznaczania elementów menu.

**Końcowa ocena:** jeżeli celem było zaprojektowanie strony wizualnie podobnej do gazety przy jak użyciu jak najmniejszej ilości środków graficznych – to cel został osiągnięty.

## Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie

**Layout:** layout strony głównej jest skomponowany z prostokątnych elementów pełniących funkcję menu. Upodabnia się w ten sposób do innych, tego typu stron.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów w celu podniesienia funkcjonalności w stopniu minimalnym.

**Typografia:** typografia jest niespójna. Najróżniejsze kroje pism nie współpracują ze sobą i wprowadzają nieład graficzny. Teksty nie są profesjonalnie adjustowane, a tylko “wlane”, co powiększa ten nieład.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** loga zewnętrzne umieszczono w dolnej części layoutu w sposób nieprawidłowy; są zbyt blisko siebie i najprawdopodobniej zostały naruszone ich obszary ochronne.

**Indywidualne cechy:** strona ta nie posiada własnego, indywidualnego charakteru.

**Strona obiektu:** te same błędy zawiera strona prezentująca obiekt. Brak spójnej kompozycji, który nie wynika z responsywności. Rozrzucone elementy graficzne wprowadzają nieład.

**Końcowa ocena** – Można odnieść wrażenie, że rola designera przy projektowaniu była bardzo ograniczona. Niedopracowania projektowe bardzo obniżają wartość wizualną całego serwisu.

## Digitalt Museum

**Layout:** layout strony głównej jest skomponowany z prostokątnych elementów pełniących różne funkcje, oraz z fotografii będących linkami. Pierwsze wrażenie bardzo pozytywne. Być może dlatego, że większość zdjęć jest czarno-białych i nie ma nieładu kolorystycznego. Zastosowany układ graficzny bardzo dobrze akceptuje responsywność layoutu.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów jest poprawne, lecz służy przede wszystkim podniesieniu funkcjonalności i nie podkreśla indywidualnych cech layoutu. Połączenie elementów purpurowych (różowych) z elementami w kolorze cynobru (czerwieni) jest trochę irytujące, być może jednak było to założeniem.

**Typografia:** bardzo profesjonalne rozwiązanie problemów typograficznych. Mimo zastosowania wielu czcionek, całość jest spójna i elegancka. Przykładem może być chmura tagowa, która stała się interesującym elementem graficznym.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** loga Wikipedii i Google użyte poprawnie.

**Indywidualne cechy:** nie występują indywidualne elementy graficzne, w wyniku czego strona jest bardzo podobna do wielu innych.

**Strona obiektu:** charakteryzuje się dokładnie tymi wszystkimi cechami jak layout strony głównej.

**Końcowa ocena:** mimo poprawności graficznej strona jest mało intrygująca. Podobna do wielu innych.

---

## eSbírky

**Layout:** layout strony głównej zbudowany jest ze zdjęć, zarówno statycznych jak i animowanych, które sugerują treść i odsyłają do niej. Mimo tego pierwsze wrażenie jest mało zachęcające.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów jest nieciekawe. Dominantą kolorystyczną jest kolor bordowy, który w takiej ilości i formie jakiej tu zastosowano staje się agresywny i wchodzi w konflikt ze zdjęciami.

**Typografia:** typografia nieprzemyślana i niespójna.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Interesującym pomysłem jest zastosowanie piktogramów autorskich. Jest to jedyny projekt, który stosuje tak wiele piktogramów, co wydaje się ciekawą koncepcją. Niestety nie ma opracowanych piktogramów do wszystkich treści, a niektóre z nich są merytorycznie nietrafione (np. zegar jak piktogram daty).

**Loga zewnętrzne:** loga zewnętrzne umieszczono w bocznej części oraz dolnej layoutu. W części bocznej są zbyt wyeksponowane, a w części dolnej zostały umieszczone najprawdopodobniej z naruszeniem ich obszarów ochronnych.

**Indywidualne cechy:** indywidualnymi cechami layoutu są piktogramy i agresywne elementy kolorystyczne.

**Strona obiektu:** podstrona przedstawiająca obiekt jest zbudowana na tym samym layoutcie jak strona główna. Od strony wizualnej sprawia lepsze wrażenie, ale jest to wynikiem ograniczenia elementów graficznych.

**Końcowa ocena:** strona mało zachęca do oglądania. Od strony projektowej zawiera bardzo dużą ilość podstawowych błędów, które obniżają funkcjonalność serwisu.

---

## Europeana

**Layout:** poprawnie zaprojektowany layout. W wersji na ekran komputera układ graficzny nie podkreśla wagi poszczególnych funkcji, przez co użytkownik nie jest kierowany. Nie zachęca do dalszego eksplorowania. Struktura i budowa wynika z responsywności, więc podkreślona jest funkcjonalność, w efekcie czego estetyczne walory strony są ograniczone.

**Kolory:** poprawnie zastosowana kolorystyka.

**Typografia:** właściwie zastosowana typografia.

**Piktogramy:** prawidłowo użyte. Brak własnych piktogramów.

**Loga zewnętrzne:** użyte prawidłowo loga serwisów społecznościowych.

**Indywidualne cechy:** dominacja funkcjonalności nad wizualnym doświadczeniem.

**Strona obiektu:** bardzo konsekwentnie skonstruowana zgodnie z zaproponowanymi rozwiązaniami.

**Końcowa ocena:** celem nadrzędnym jest wysoka funkcjonalność, która jest konsekwentnie realizowana, kosztem oferowanych doznań estetycznych.

---

## Finna / Museum Finna

**Layout:** pierwsze wrażenie jest pozytywne. Layout składa się z dużego baneru, mniejszych wizerunków sugerujących treść oraz innych elementów funkcjonalnych. Design strony głównej sugeruje, że zastosowane rozwiązania, które w chwili obecnej dobrze się sprawdzają, będą wymagały stałej ingerencji designera aby sprostać dynamice rozwoju strony.

**Kolory:** cechą pozytywną jest wprowadzenie charakterystycznego koloru. W layoutach widoczna jest jednak niekonsekwencja w stosowaniu wybranych kolorów.

**Typografia:** typografia nie jest dopracowana.

**Piktogramy:** piktogramy są wprowadzone i użyte prawidłowo. Wprowadzenie własnych piktogramów jest także prawidłowe.

**Loga zewnętrzne:** prawidłowo wprowadzone i użyte.

**Indywidualne cechy:** prostota wybranych rozwiązań graficznych oferuje przyjazne doświadczenie.

**Strona obiektu:** prawidłowa i bardziej uporządkowana niż layout strony głównej.

**Końcowa ocena:** strona reprezentuje określoną filozofię budowania i rozwijania systemu, w której rola designera jest duża, i którego wkład jest stale wymagany. Strona podporządkowana funkcjonalności, design prosty i oferujący przyjazne doświadczenie użytkownikowi.

---

## Google Art. Project

**Layout:** od strony rozwiązań graficznych jest to projekt całkowicie odmienny i trudno wykorzystać te same kategorie analizy jak w innych stronach. Ideą graficzną layoutu strony głównej są wymieniające się automatycznie wizerunki obiektów. Pozostałe elementy graficzne, jak menu, loga, linki są potraktowane podrzędnie.

**Kolory:** projekt wprowadza kolorystykę w stopniu bardzo ograniczonym. Ogranicza się do bieli, czerni i transparentnych czerni. Jedynym elementem kolorystycznym jest kolor niebieski, który przyciąga wzrok do funkcji logowania.

**Typografia:** bardzo staranna. Dobór czcionki adekwatny do przekazywanych treści i ich wagi.

**Piktogramy:** użyte są bardzo funkcjonalnie i pozwalają na intuicyjne działanie. System piktogramów bardzo elegancki, czytelny i zrozumiały.

**Loga zewnętrzne:** spójny i prawidłowy przekaz łączący instytucję z wizerunkiem firmy.

**Indywidualne cechy:** projekt jest bardzo indywidualny i nieporównywalny z innymi.

**Strona obiektu:** wszystkie elementy zastosowane prawidłowo, uwzględnienie funkcjonalności jest celem nadrzędnym.

**Końcowa ocena:** strona jest zbudowana zgodnie z filozofią podporządkowującą design funkcjonalności i wizerunkom obiektów. Zastosowane rozwiązania służą tylko funkcjonalności.

Estetyczne walory strony wynikają z bardzo dobrej jakości i ekspozycji wizerunków obiektów.

---

## Het Geheugen van Nederland

**Layout:** bardzo interesujący pomysł na layout strony głównej. Jest to jedyna strona, w której autor zaproponował spersonalizowany layout, to znaczy, że odwiedzający stronę może sam ją skomponować z prostokątnych elementów sugerujących treść, będących jednocześnie linkami. Niestety strona nie została dopracowana od strony graficznej. Tło layoutu jest dobrane niezbyt dobrze, symetryczna kompozycja odwraca uwagę od istotnych elementów. Ponadto fotografia w tle nie do końca jest responsywna, bo w zależności od rozdzielczości przyjmuje różne proporcje. Także jaskrawo-czerwona wyszukiwarka z logiem nie jest spójna graficznie.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów jest nieciekawe i nie służy podniesieniu funkcjonalności layoutu.

**Typografi:** typografia strony głównej w miarę spójna.

**Piktogramy:** wykorzystane na stronie piktogramy są w kontekście agresywnej kolorystyki za mało widoczne.

Loga zewnętrzne: brak.

**Indywidualne cechy:** dzięki nietypowemu pomysłowi strona jest zapewne zapamiętywana wizualnie.

**Strona obiektu:** podstrona prezentująca obiekt jest także bardzo niedopracowana. Irytujący jest fakt, że ruchomymi elementami można zawiadywać w ograniczonym stopniu. Typografia niespójna. Bez wyraźnego uzasadnienia użyto liternictwa dwuelementowego w kontekście jednoelementowego.

**Końcowa ocena:** przy bardzo ciekawym pomysle, rozwiązania graficzne są niespójne i nieadekwatne – nie podnoszą funkcjonalności serwisu.

## Joconde – Portail des collections des musées de France

**Layout:** pierwsze wrażenie pozytywne, ale po chwili układ graficzny wywołuje dyskomfort. Kompozycja niestabilna, zbyt dużo elementów umieszczonych w sposób przypadkowy.

**Kolory:** interesujący zestaw kolorów, który jednak nie służy podniesieniu funkcjonalności.

**Typografia:** nieprzestrzegane są podstawowe reguły dotyczące typografii, np. wielkości fontów nie są związane z funkcjonalnością. Zaletą jest stosowanie tylko jednego fontu, spójnego z logotypem.

**Piktogramy:** brak.

**Loga zewnętrzne:** zastosowane loga są niespójne z całością i źle wprowadzone.

**Indywidualne cechy:** próba rozwiązania kompozycji za pomocą szarych pasków budujących baner główny, menu boczne jak i inne elementy jest niespójna graficznie.

**Obiekt:** niespójność graficzna jeszcze w wyższym stopniu. Dodatkowe elementy graficzne są źle zaprojektowane.

**Ogólna ocena:** poza źle zaprojektowanym layoutem i elementami graficznymi, cechą pozytywną jest próba nadania indywidualnego wyglądu i ogólna prostota zaproponowanych rozwiązań graficznych.

## Kunstindex Danmark

**Layout:** pierwszym elementem, który uderza odwiedzającego stronę to agresywny kolor oraz „retro design”. Indywidualność layoutu polega tylko na bardzo agresywnym kolorze i wyjustowaniu kompozycji do lewej.

**Kolory:** na stronie nie ma żadnego kodu kolorystycznego. Dominuje jeden kolor, w różnych odcieniach.

**Typografia:** typografia jest potraktowana podrzędnie. Możliwości typografii w podniesieniu funkcjonalności i estetyki zostały wykorzystane w bardzo niewielkim stopniu.

**Piktogramy:** nie zostały użyte piktogramy ogólnie rozpoznawalne. Wprowadzono własne piktogramy, które mało kojarzą się z ukrytą pod nimi zawartością.

**Loga zewnętrzne:** brak.

**Indywidualne cechy:** nadużycie koloru różowego.

**Strona obiektu:** podstrony prezentują się podobnie jak strona główna. Agresywny kolor dominuje nad kolorystyką obiektu i utrudnia zapoznanie się z obiektem. Wizerunek obiektu jest bardzo mały i źle umieszczony.

**Końcowa ocena:** przez te wszystkie cechy strona ta na pewno jest zapamiętywana i rozpoznawana.

## LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System

**Layout:** layout strony głównej jest bardzo starannie przemyślany i zaprojektowany. Pierwsze wrażenie pozytywne. Całość skomponowana jest z prostokątnych form, które w zależności od wielkości, położenia na stronie lub kolorystyce informują o swoich funkcjach. Prosty zabieg „obcięć” narożników dwóch prostokątów spowodował przyciągnięcie do nich uwagi.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów jest ciekawe, lecz służy przede wszystkim podniesieniu funkcjonalności layoutu i nie indywidualizuje wizualnie serwisu.

**Typografia:** typografia jest niespójna. Wykorzystano: liternictwo z logo, inne liternictwo dwuelementowe (odwołujące się do logo) oraz co najmniej dwa kroje pisma jednoelementowego. W przypadku występowania tych różnych krojów obok siebie, buduje się wrażenie lekkiego nieładu. Być może na decyzję o zastosowaniu kilku rodzajów czcionek miały wpływ uwarunkowania techniczne lub chęć podkreślenia pewnych treści.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** loga zewnętrzne umieszczono w dolnej części layoutu w sposób uporządkowany i spójny.

**Indywidualne cechy:** w celu nadania layoutowi indywidualnych cech wizualnych, wprowadzono inne elementy graficzne w postaci kompozycji szarych rombów.

**Strona obiektu:** zdecydowanie gorzej prezentują się inne podstrony. Oprócz ciekawego rozwiązania górnego menu, w którym w pomysłowy (choć nie do końca spójny) sposób wykorzystano kolory i drobne formy graficzne, reszta jest wyraźnie pozbawiona wizji designerskiej. Na niektórych podstronach pojawiają się nawet autorskie piktogramy (ciekawe w formie), ale niestety nie są one wykorzystane w konsekwentny sposób.



**Końcowa ocena:** można odnieść wrażenie, że designer pracował tylko w początkowym okresie tworzenia strony tworząc główny layout, a w okresie późniejszym strona kształtowała się już bez jego udziału. Strona ta nie posiada także własnego, zdecydowanego indywidualnego wizerunku; przypomina wiele podobnych stron.

---

## Nationalmuseum: Samlingara Online

**Layout:** layout strony głównej jest mało ciekawy. Brak jakiegokolwiek pomysłu graficznego na zarówno menu górne jak i boczne. Umieszczone zdjęcia też sprawiają wrażenie przypadkowych; tym bardziej, że nie są linkami.

**Kolory:** strona nie wykorzystuje kolorów do uatrakcyjnienia i podniesienia funkcjonalności. Niezrozumiały jest przytłaczający żółto-czarny baner główny. Tym bardziej, że na podstronie z obiektem jest już inny.

**Typografia:** typografia sprawia wrażenie całkowicie przypadkowej.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte w dolnej części w sposób bardzo niestaranny.

**Loga zewnętrzne:** użyte niestarannie.

**Indywidualne cechy:** brakuje jakichkolwiek indywidualnych rozwiązań graficznych.

**Strona obiektu:** podstrona z obiektem przedstawia się nieco ciekawiej, ale jest głównie efekt wyrzucenia żółtego baneru, mniejszej ilości zdjęć oraz lepszych rozwiązań typograficznych, a nie ciekawszego designu.

**Końcowa ocena:** strona jest wizualnie nieciekawa i bardzo źle zaprojektowana. Robi wrażenie, jakby wiele elementów nie było przygotowanych przez designera.

---

## NYPL Digital Collections Beta

**Layout:** strona layoutem różniąc się od innych. Wizerunek obiektu zastosowany jako główny element graficzny. Ostatnio zdigitalizowane obiekty także użyte w formie elementu graficznego. Tradycyjne górne menu mało spójne graficznie z całością, za bardzo wyeksponowane linki dolne. Mnogość wizualnych elementów, które niekoniecznie są dobrze podkreślone.

**Kolory:** ascetyczne, użyte prawidłowo.

**Typografia:** użyta prawidłowo.

**Piktogramy:** jedyny piktogram to lupa, czyli ogólnie brak.

**Loga zewnętrzne:** brak.

**Indywidualne cechy:** layout jest inny, wprowadzone są inne rozwiązania graficzne.

**Strona obiektu:** rozwiązania graficzne w podstronie prezentującej obiekt są gorsze niż na stronie głównej i niespójne ze stroną główną, oraz niedopracowane. Zbyt duże podpisy, które miały za zadanie uporządkowanie informacji o obiekcie są nieatrakcyjne wizualnie. Układ graficzny nie służy zaprezentowaniu informacji o obiekcie – wizerunku i metadanych.

**Końcowa ocena:** Dużym plusem jest to, że strona charakteryzuje się własnym, niepowtarzalnym stylem graficznym. Może to wynikać z faktu, że nie do końca reprezentuje gatunek stron muzealnych.

## NZMuseums

**Layout:** strona o bardzo konserwatywnym designie. Układ kompozycyjny jest bardzo konsekwentny i dopracowany, dzięki czemu przegląda ją się z dużym komfortem, nie czując dużej ilości informacji, która jest tu zawarta.

**Kolory:** niebanalna kolorystyka, bardzo dobrze wykorzystana.

**Typografia:** typografia bardzo dobrze współgrająca z pozostałymi elementami.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** bardzo dobre jest w tym układzie kompozycyjnym umieszczenie okna Twitter'a.

**Indywidualne cechy:** jedną z indywidualnych cech jest umiejętne przyciągnięcie wzroku do dynamicznego okna w prawym, górnym rogu layoutu, które ma za zadanie sugerowanie treści.

**Strona obiektu:** wszystkie podstrony są także zaprojektowane z dużą konsekwencją. Wyjątkiem są „News” i „About NZMuseums”, w których pojawił się nieład graficzny i typograficzny.

**Końcowa ocena:** to co charakteryzuje tą stronę najbardziej to ciekawe rozwiązanie kolorystyczne i „retro design” Dzięki tym cechom stronę można łatwo zapamiętać i rozpoznać.

## Rijksmuseum Studio

Strona jest zbudowana według innej koncepcji niż pozostałe i dlatego poddana została ocenie kompleksowo. Wszystkie podstawowe elementy designu, jakimi są typografia, kolorystyka, kompozycja, użycie piktogramów i innych elementów graficznych są użyte poprawnie i są w pełni podporządkowane funkcjonalności strony. Graficznym atutem strony jest bardzo dobre wykorzystanie wizerunków, które w połączeniu z nowymi sposobami interakcji z użytkownikiem dają doskonały efekt. Strona realizuje prawidłowo wytyczne projektowania doświadczenia użytkownika (*user experience design*). Dzięki temu wszystkiemu powstał produkt, który wytycza nowe ścieżki w projektowaniu tego typu serwisów.

Dalsza analiza powinna być przeprowadzona przy użyciu metod, które pozwoliłyby ocenić serwis w kontekście projektowania doświadczenia użytkownika i interakcji (*user experience design, user interaction design*).

---

## Smithsonian Institution – Collections Search Center

**Layout:** design zarówno strony głównej jak i podstron jest całkowicie podporządkowany funkcjonalności. Traci na tym, niestety, ogólny wizerunek strony. Indywidualną cechą są tylko zaokrąglenia prostokątów budujących grafikę. Responsywność nie ma negatywnego wpływu na ocenę zmieniającej się kompozycji.

**Kolory:** wykorzystanie kolorów w celu podniesienia funkcjonalności jest odpowiednie i zharmonizowane.

**Typografia:** typografia bardzo spójna. Zarówno kolorystyka, wielkość i rodzaj czcionki jest dobrany bardzo precyzyjnie i konsekwentnie.

**Piktogramy:** piktogramy zostały użyte poprawnie. Brak indywidualnych rozwiązań.

**Loga zewnętrzne:** brak.

**Indywidualne cechy:** w projekcie nie ma najmniejszej próby wprowadzenia innych elementów graficznych. Nasuwa się wniosek, że było to świadome działanie; zbudowanie layoutu „czysto technicznego”.

**Strona obiektu:** podstrony są także bardzo „techniczne”, ale zbudowane prawidłowo.

**Końcowa ocena:** layout, od strony designerskiej jest bardzo elastyczny i pozytywnie akceptuje najróżniejsze treści, które są w nim umieszczane. Serwis robi wrażenie przede wszystkim narzędzia do wyszukiwania obiektów. Wielka szkoda, że nie zdecydowano się na jakiś indywidualny rys graficzny.

---

## Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection

**Layout:** strona jest w swoim wyrazie graficznym podobna do wielu innych; zbudowana jest z prostokątów (zdjęć), które sugerują zawartość i przekierowują dalej. Poczesne miejsce zajmuje wizerunek ważnego dzieła, jakim jest „Madonna Sykstyńska”. Pokazane to zostało w takim sam sposób jak w innych serwisach, z tą jednak różnicą, że tutaj wizerunki raczej nie wymieniają się przypadkowo. Wykorzystanie takiego środka wyrazu nie przystaje do celu – czyli zachęcenia do eksplorowania kolekcji.

**Kolory:** na stronie nie wykorzystuje się kolorów. Co prawda, przy takiej ilości barwnych fotografii, wprowadzenie dodatkowych kolorów w celu podniesienia funkcjonalności i atrakcyjności byłoby trudne, ale nie niemożliwe.

**Typografia:** typografia niespójna. Wykorzystane są różne kroje, ale nie podnosi to ani funkcjonalności, ani atrakcyjności strony.

**Piktogramy:** piktogramy (ogólnie rozpoznawalne) zostały użyte poprawnie. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie.

**Loga zewnętrzne:** poprawnie zastosowane loga mediów społecznościowych.

**Indywidualne cechy:** nie wyczuwa się najmniejszej próby wprowadzenia jakiegokolwiek indywidualnego rysu graficznego. Brak autorskich rozwiązań graficznych.

**Strona obiektu:** podstrona, przedstawiająca obiekt zbudowana według tych samych zasad. Konwencjonalny układ graficzny ani nie uatrakcyjnia strony, ani jej zbyt nie dewaluuje. Lekki nieład graficzny.

**Końcowa ocena:** strona ta nie posiada także żadnego, indywidualnego wizerunku; przypomina wiele podobnych stron.

---

## Tate Collection Online

**Layout:** charakterystycznie zbudowany layout, jak większość analizowanych serwisów. Posegregowane zdjęcia. Layout staranny. Kompozycja prawidłowa.

**Kolory:** użycie bardzo ograniczone, zawężone do oznaczeń w menu głównym, szarości logotypu oraz żółtych kółek służących do nawigacji, które wydają się zbyt wyeksponowane.

**Typografia:** staranna i dobrze komponująca się z całością layoutu.

**Piktogramy:** brak.

**Loga zewnętrzne:** loga mediów społecznościowych (przyciski) użyte prawidłowo.

**Indywidualne cechy:** zamiast indywidualnych rozwiązań graficznych wykorzystano fragment wizerunku obiektu jako głównego elementu graficznego.

**Strona obiektu:** prawidłowo i konsekwentnie zaprojektowana.

**Końcowa ocena:** strona bardzo staranna i dobrze zaprojektowana, jednak ma mało cech indywidualnych poprawiających doświadczenie użytkownika.

---

## The National Gallery Collection Online

**Layout:** pierwsze wrażenie – bez własnego charakteru graficznego. Kompozycja prawidłowa.

**Kolory:** brak wyraźnej palety kolorystycznej. Wykorzystanie bardzo silnego kontrastu jaki daje żółć z czernią, z punktu widzenia projektowania – nieuzasadnione.

**Typografia:** typografia niespójna. Liternictwo z logotypu wykorzystano tylko w głównym menu. W pozostałych menu zastosowano inną czcionkę.

**Piktogramy:** ogólnie rozpoznawalne piktogramy zastosowano na podstronach. Brak autorskich rozwiązań w tym zakresie. Jedyne autorskie rozwiązanie jest piktogram dla „LISTEN TO OUR PODCASTS”. Niestety nie jest on spójny z pozostałą częścią layoutu.

**Loga zewnętrzne:** brak.

**Indywidualne cechy:** brak.

**Strona obiektu:** podstrona z obiektem, wizualnie prezentuje się nieco lepiej, ale jest to raczej wynikiem mniejszej ilości elementów niż lepszego designu.

**Końcowa ocena:** Twórcy strony potraktowali design bardzo podrzędnie. Nie starali się wykorzystać możliwości jakie oferuje. Nie ma próby zindywidualizowania projektu poprzez inne elementy graficzne

## V&A Collections

**Layout:** layout strony głównej jest zbudowany jak wiele innych tego typu stron, czyli składa się z prostokątnych (kwadratowych) zdjęć sugerujących treść. Kompozycja wyważona, staranna.

**Typografia:** liternictwo dobrane bardzo starannie i przemyślane. Użyto litery jednoelementowej, zastosowanie w liternictwie szarości dodaje dodatkowej lekkości.

**Kolorystyka:** użyto jednego dodatkowego koloru (zaczepniętego z logo), jest on użyty prawidłowo i konsekwentnie.

**Piktogramy:** na stronie głównej nie ma, natomiast w innych częściach użyte są prawidłowo.

**Loga zewnętrzne:** brak.

**Indywidualne cechy:** strona nie posiada własnych rozwiązań graficznych, które nadałyby jej osobiste cechy.

**Strona obiektu:** podobna do strony głównej. Zaprojektowana wg tych samych zasad. Niestety ponieważ jest tu dużo więcej informacji od strony graficznej pojawił się nieład.

**Końcowa ocena:** ogólna ocena dobra. Czysto i klarownie rozwiązana nawigacja i przejście do obiektu. Szkoda, że indywidualne cechy nie zostały bardziej podkreślone.

## Virtual Collection of Masterpieces (VCM)

**Layout:** oferuje przyjemne doświadczenie. Głównym elementem layoutu są ciekawie dobrane zdjęcia obiektów, które budzą zainteresowanie. Poprawna kompozycja. Elementy dobrze zaprojektowane.

**Kolory:** trafiona i spójna kolorystyka, dobrze współgrająca z resztą layoutu podwyższa funkcjonalność i prawidłowo kieruje użytkownikiem.

**Typografia:** mimo zastosowania wielu krojów liternictwa całość jest spójna i estetyczna.

**Piktogramy:** bardzo ładne i prawidłowo użyte własne piktogramy, spójne ze stroną graficzną.

**Loga zewnętrzne:** loga mediów społecznościowych i zewnętrzne prawidłowo użyte.

**Indywidualne cechy:** przesuający się główny baner, z ładnie zaprojektowanymi elementami wyświetlającymi informacje. Własne piktogramy budujące indywidualny wizerunek, który użytkownik zapamięta.

**Strona obiektu:** konsekwentnie i prawidłowo zbudowana strona przedstawiająca obiekt oferuje przyjemne doświadczenie. Małe niekonsekwencje kolorystyczne – tytuł obiektu, który wcześniej był żółty w osobno otwartym oknie z wizerunkiem jest biały. Informacje o obiekcie dobrze zaprezentowane.

**Końcowa ocena:** bardzo pozytywne wrażenia, przyjemne doświadczenie, indywidualne rozwiązania.

## 8. Analizowane serwisy i portale: linki

W tabeli znajdują się nazwy analizowanych portali i serwisów z linkami do stron internetowych oraz do analizowanych przez zespół obiektów. Wszystkie linki były aktywne 28.05.2014.

Nazwa	WWW
<i>Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency</i>	<a href="http://www.photo.rmn.fr/c/htm/home.aspx?FR=T">http://www.photo.rmn.fr/c/htm/home.aspx?FR=T</a>
<i>Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde</i>	<a href="http://alfredflechtheim.com">http://alfredflechtheim.com</a>
<i>Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie</i>	<a href="http://cyfrowe.mnw.art.pl/">http://cyfrowe.mnw.art.pl/</a>
<i>Digitalt Museum</i>	<a href="http://www.digitaltmuseum.no">http://www.digitaltmuseum.no</a>
<i>eSbirky</i>	<a href="http://www.esbirky.cz">http://www.esbirky.cz</a>
<i>Europeana</i>	<a href="http://www.europeana.eu/portal/">http://www.europeana.eu/portal/</a>
<i>Finna / Museum Finna</i>	<a href="https://museot.finna.fi">https://museot.finna.fi</a>
<i>Google Art. Project</i>	<a href="http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project">http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project</a>
<i>Het Geheugen van Nederland // The Memory of the Netherlands</i>	<a href="http://www.geheugenvannederland.nl/?/en/homepage">http://www.geheugenvannederland.nl/?/en/homepage</a>
<i>Joconde – Portail des collections des musées de France // The national collection database Joconde</i>	<a href="http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/">http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/</a>
<i>Kunstindex Danmark</i>	<a href="https://www.kulturarv.dk/kid/Forside.do">https://www.kulturarv.dk/kid/Forside.do</a>
<i>LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System</i>	<a href="http://www.limis.lt">http://www.limis.lt</a>
<i>Nationalmuseum: Samlingarna Online // The National Museum: Collections online</i>	<a href="http://www.nationalmuseum.se/collectionsonline">http://www.nationalmuseum.se/collectionsonline</a>
<i>NYPL Digital Collections Beta</i>	<a href="http://digitalcollections.nypl.org">http://digitalcollections.nypl.org</a>
<i>NZMuseums</i>	<a href="http://www.nzmuseums.co.nz/">http://www.nzmuseums.co.nz/</a>
<i>Rijksmuseum Rijksstudio</i>	<a href="https://www.rijksmuseum.nl/en/explore-the-collection">https://www.rijksmuseum.nl/en/explore-the-collection</a>
<i>Smithsonian Institution – Collections Search Center</i>	<a href="http://collections.si.edu/search/">http://collections.si.edu/search/</a>
<i>Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection</i>	<a href="http://skd-online-collection.skd.museum">http://skd-online-collection.skd.museum</a>
<i>Tate Collection Online</i>	<a href="http://www.tate.org.uk/art/">http://www.tate.org.uk/art/</a>
<i>The National Gallery Collection Online</i>	<a href="http://www.nationalgallery.org.uk/artists/">http://www.nationalgallery.org.uk/artists/</a>
<i>V&amp;A Collections</i>	<a href="http://collections.vam.ac.uk">http://collections.vam.ac.uk</a>
<i>Virtual Collection of Masterpieces (VCM)</i>	<a href="http://masterpieces.asemus.museum/">http://masterpieces.asemus.museum/</a>

Nazwa	Link do obiektu
<i>Agence photographique de la Réunion des Musées Nationaux // Photo Agency</i>	<a href="http://www.photo.rmn.fr/c/htm/CSearchZ.aspx?o=&amp;Total=500&amp;FP=">http://www.photo.rmn.fr/c/htm/CSearchZ.aspx?o=&amp;Total=500&amp;FP=</a>
<i>Alfred Flechtheim. Art dealer of the Avantgarde</i>	<a href="http://alfredflechtheim.com/en/works/maennliche-akte-1/">http://alfredflechtheim.com/en/works/maennliche-akte-1/</a>
<i>Cyfrowe Muzeum Narodowe w Warszawie</i>	<a href="http://cyfrowe.mnw.art.pl/dmuseion/docmetadata?id=17993">http://cyfrowe.mnw.art.pl/dmuseion/docmetadata?id=17993</a>
<i>Digitalt Museum</i>	<a href="http://www.digitaltmuseum.no/things/sag/SM/SM.009722">http://www.digitaltmuseum.no/things/sag/SM/SM.009722</a>
<i>eSbirky</i>	<a href="http://www.esbirky.cz/detail/172656/?series=d26d8c92d81398a9c6a419">http://www.esbirky.cz/detail/172656/?series=d26d8c92d81398a9c6a419</a>
<i>Europeana</i>	<a href="http://www.europeana.eu/portal/record/2026115/Partage_Plus_ProvidedCHO_Wojciech_Weiss_Museum_Foundation_0336.html?start=1&amp;query=renia+portrait+of+wife&amp;startPage=1&amp;rows=24">http://www.europeana.eu/portal/record/2026115/Partage_Plus_ProvidedCHO_Wojciech_Weiss_Museum_Foundation_0336.html?start=1&amp;query=renia+portrait+of+wife&amp;startPage=1&amp;rows=24</a>
<i>Finna / Museum Finna</i>	<a href="https://www.finna.fi/Record/metsastysmuseo.M011-109144">https://www.finna.fi/Record/metsastysmuseo.M011-109144</a>
<i>Google Art. Project</i>	<a href="http://www.google.com/culturalinstitute/asset-viewer/portrait-of-john-iii-sobieski-with-the-battle-at-the-background/8QHGClyO5k5wzg?projectId=art-project">http://www.google.com/culturalinstitute/asset-viewer/portrait-of-john-iii-sobieski-with-the-battle-at-the-background/8QHGClyO5k5wzg?projectId=art-project</a>
<i>Het Geheugen van Nederland // The Memory of the Netherlands</i>	<a href="http://www.geheugenvannederland.nl/?/en/items/RA01:30051001496196/&amp;st=cepelia&amp;sc=%28cepelia%29&amp;singleitem=true">http://www.geheugenvannederland.nl/?/en/items/RA01:30051001496196/&amp;st=cepelia&amp;sc=%28cepelia%29&amp;singleitem=true</a>
<i>Joconde – Portail des collections des musées de France // The national collection database Joconde</i>	<a href="http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/joconde_fr?ACTION=CHERCHER&amp;FIELD_98=REF&amp;VALUE_98=07350001028">http://www.culture.gouv.fr/public/mistral/joconde_fr?ACTION=CHERCHER&amp;FIELD_98=REF&amp;VALUE_98=07350001028</a>
<i>Kunstindex Danmark</i>	<a href="https://www.kulturarv.dk/kid/VisVaerk.do?vaerkId=538250">https://www.kulturarv.dk/kid/VisVaerk.do?vaerkId=538250</a>
<i>LIMIS Lithuanian Integral Museum Information System</i>	<a href="http://www.limis.lt/greita-paieska/perziura/-/exhibit/preview/1493167?s_id=og1ufwPvfXS1D9lr&amp;s_ind=2&amp;valuable_type=EKSPONATAS">http://www.limis.lt/greita-paieska/perziura/-/exhibit/preview/1493167?s_id=og1ufwPvfXS1D9lr&amp;s_ind=2&amp;valuable_type=EKSPONATAS</a>

<i>Nationalmuseum: Samlingara Online // The National Museum: Collections online</i>	<a href="http://emp-web-22.zetcom.ch/eMuseumPlus?service=ExternalInterface&amp;mo">http://emp-web-22.zetcom.ch/eMuseumPlus?service=ExternalInterface&amp;mo</a>
<i>NYPL Digital Collections Beta</i>	<a href="http://digitalcollections.nypl.org/items/510d47db-a947-a3d9-e040-">http://digitalcollections.nypl.org/items/510d47db-a947-a3d9-e040-</a>
<i>NZMuseums</i>	<a href="http://www.nzmuseums.co.nz/account/3021/object/49693/Eggcup">http://www.nzmuseums.co.nz/account/3021/object/49693/Eggcup</a>
<i>Rijksmuseum Rijksstudio</i>	<a href="https://www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?q=Giulio+Bonasone&amp;p=1&amp;ps=12&amp;ii=3#/RP-P-OB-35.343,3">https://www.rijksmuseum.nl/en/search/objecten?q=Giulio+Bonasone&amp;p=1&amp;ps=12&amp;ii=3#/RP-P-OB-35.343,3</a>
<i>Smithsonian Institution – Collections Search Center</i>	<a href="http://collections.si.edu/search/results.htm?q=poland&amp;gfq=CSILP_1">http://collections.si.edu/search/results.htm?q=poland&amp;gfq=CSILP_1</a>
<i>Staatliche Kunstsammlungen Dresden – Online Collection</i>	<a href="http://skd-online-collection.skd.museum/en/contents/show?id=244631">http://skd-online-collection.skd.museum/en/contents/show?id=244631</a>
<i>Tate Collection Online</i>	<a href="http://www.tate.org.uk/art/artists/marcel-duchamp-1036">http://www.tate.org.uk/art/artists/marcel-duchamp-1036</a>
<i>The National Gallery Collection Online</i>	<a href="http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/paul-cezanne-bathers-les-grandes-baigneuses">http://www.nationalgallery.org.uk/paintings/paul-cezanne-bathers-les-grandes-baigneuses</a>
<i>V&amp;A Collections</i>	<a href="http://collections.vam.ac.uk/item/O139808/pyramid-sunglasses-oliver-goldsmith-eyewear/">http://collections.vam.ac.uk/item/O139808/pyramid-sunglasses-oliver-goldsmith-eyewear/</a>
<i>Virtual Collection of Masterpieces (VCM)</i>	<a href="http://masterpieces.asemus.museum/masterpiece/detail.nhn?objectId=10241">http://masterpieces.asemus.museum/masterpiece/detail.nhn?objectId=10241</a>