

Udostępnianie w Internecie informacji o zbiorach muzealnych

Warszawski Instytut Studiów Ekonomicznych, Izabela Koryś

Streszczenie:

Poniższy raport omawia rezultaty przeglądu polskiej literatury przedmiotu dotyczącej zagadnień digitalizacji muzealiów oraz zasad ich udostępniania w Internecie. Podstawę kwerendy stanowią opracowania naukowe, artykuły prasowe i internetowe oraz wypowiedzi kluczowych uczestników prowadzonej debaty. Tematyka udostępniania w Internecie informacji o zbiorach muzealnych pojawia się marginalnie w dyskursie zdominowanym przez techniczne zagadnienia towarzyszące digitalizacji. Brakuje obiektywnych porównań atrakcyjności witryn internetowych i profili placówek muzealnych oraz ich skuteczności w kreowaniu społecznościowego zaangażowania. Nieznany jest profil społeczno-demograficzny osób korzystających z udostępnionych w Internecie informacji o zbiorach muzealnych oraz to, na ile grupa ta różni się lub pokrywa z osobami fizycznie odwiedzającymi muzea.

Metody i materiały

Poniższy raport omawia rezultaty przeglądu polskiej literatury przedmiotu dotyczącej zagadnień digitalizacji muzealiów oraz zasad ich udostępniania w Internecie. Podstawę kwerendy stanowią zarówno opracowania stanowiące swoisty kanon literatury przedmiotu jak i najświeższe ustalenia w dziedzinie. Celem opracowania, oprócz analizy dostępnych materiałów i opracowań jest rekonstrukcja głównych wątków prowadzonej debaty oraz identyfikacja zagadnień problemowych – w różny sposób artykułowanych przez uczestników debaty lub też pomijanych.

Badanie zrealizowano metodą *desk research*. Głównymi kryteriami selekcji materiałów będących przedmiotem niniejszego opracowania były ich jawność oraz dostępność. Podstawę stanowią polskie publikacje naukowe – recenzowane artykuły z czasopism naukowych i tomów zbiorowych oraz monografie i raporty, uzupełnione artykułami prasowymi i internetowymi, a także wypowiedzi osób, których stanowisko lub doświadczenie zawodowe sytuuje w pozycji eksperta w zakresie analizowanego zagadnienia.

Wyniki

Najstarszy dokument elektroniczny prezentujący treść Deklaracji Niepodległości utworzono w 1971 r. jako zaczątek kolekcji „Project Gutenberg” (www.gutenberg.org). Do 1989 r., gdy zaczęto używać pierwszych skanerów, teksty były przepisywane przez wolontariuszy i udostępniane za pomocą płyt CD. To właśnie projekty w rodzaju *American Memory* i *Memory of the World* czy *Europeana* zmierzające do zabezpieczenia światowego dziedzictwa kulturowego spowodowały, że „digitalizacja stała się powszechnym doświadczeniem wielu instytucji pamięci na całym świecie, inspirując je do własnych programów cyfryzacji zbiorów” (Lis 2014:156).

Proces digitalizacji i udostępniania informacji o zbiorach zapoczątkowały biblioteki, ponieważ wcześniejsze formaty internetowe były ograniczone tylko do tekstu i tym samym najbardziej przydatne do materiałów bibliotecznych (Piotrowicz 2012:26). Wraz z rozwojem możliwości technicznych umożliwiających rejestrację artefaktów nietekstowych oraz powstaniem Internetu w jego obecnym kształcie, w proces digitalizacji i udostępniania zbiorów mogły włączyć się pozostałe „instytucje pamięci” czyli archiwa, muzea i galerie (sektor GLAM). W tradycyjnej bibliotece, dostęp do jej zbiorów jest zapośredniczony – czytelnicy wprawdzie samodzielnie wyszukują w katalogach (kartkowych lub elektronicznych) interesujące ich pozycje, z którymi zgłaszają się do bibliotekarzy. Dopiero po krótszej lub dłuższej chwili oczekiwania wybrane przez nich książki są im „bezpośrednio i fizycznie udostępniane”. Muzea, zdaniem Grażyny Piotrowicz (2012:24) – „działają w trybie niezapośredniczonego dostępu” gdyż to personel muzeum dokonuje wcześniejszego wyboru eksponatów wchodzących w skład danej ekspozycji zaś oglądający nie mają ani wpływu na zawartość oglądanych ekspozycji, ani bezpośredniego, fizycznego kontaktu z eksponatami. W środowisku cyfrowym owe tradycyjne modele działania obu instytucji ulegają redefinicji, zaś w całym sektorze GLAM zachodzą procesy konwergencji (Robinson 2012, Trant 2009). Muzea, przynajmniej potencjalnie, mogą tak jak biblioteki prezentować pełne kolekcje swoich zbiorów, skatalogowane i opisane za pomocą metadanych i udostępnione użytkownikom do ich samodzielnego przeszukiwania (choć w praktyce w Internecie udostępniana jest najczęściej jedynie część zbiorów muzealnych). Z kolei biblioteki – jak konkluduje Piotrowicz - udostępniając swe zbiory w Internecie zaczęły selekcjonować wybrane pozycje łącząc je w prezentacje tematyczne określane nawet mianem „wystaw” (Piotrowicz 2012:25).

W wyniku rewolucji cyfrowej, która dostarczyła jednostkom narzędzi nieograniczonego gromadzenia danych, zarówno muzea jak i biblioteki zmuszone zostały do rewizji pełnionych przez siebie funkcji oraz miejsca zajmowanego we współczesnym świecie (Folga-Januszewska 2015:112). „Zbieranie i przechowywanie” czyli to, co kiedyś było wyjątkową funkcją muzeów, bibliotek i archiwów, a zarazem „głównym celem ich istnienia”, stało się w ostatnich latach udziałem milionów, (jeśli nie miliardów) użytkowników Internetu. „Potencjalnie każda większa elektroniczna baza danych jest wirtualnym muzeum lub archiwum z jakiejś dziedziny” – argumentuje Dorota Folga-Januszewska – a „powszechność i łatwość transferowania obrazów, dźwięków, filmów, ich cyfrowe zapisywanie, udostępnianie, uzupełnianie nowymi informacjami i wynikami badań stwarza nieograniczony potencjał wizualizacji zbiorów” (Folga-Januszewska 2015:112). Postuluje, aby w miejsce „magazynów przeszłości” muzea stały się najważniejszymi obszarami wielozmysłowej edukacji, stymulującymi rozwój percepcji, rozumienia i inteligencji kulturowej. „Kończy się wielka era przedmiotów” – konkluduje Folga-Januszewska, zaczyna „epoka działań wyobrażonych, wirtualnych, scenariuszy twórczo wykorzystujących historyczne artefakty zgromadzone w muzealnych zbiorach (Folga-Januszewska 2015:100). Muzeum w coraz większym stopniu staje się „otwartą platformą relacji międzyludzkich”, zaś jego zbiory nie powinny już dłużej służyć „określonym celom” (takim jak badania naukowe, opieka konserwatorska, programy edukacyjne itp.), lecz „określonym ludziom” (Folga-Januszewska 2015:135, por także Weil 1999 oraz Simon 2010).

W Polsce, w debatę dotyczącą digitalizacji i udostępniania zbiorów od początku obok bibliotekarzy włączyli się muzealnicy i archiwiści uczestnicząc we wspólnych konferencjach¹, współpracując w przygotowaniu opracowań zbiorowych (por. Kocójowa 2005; Filip 2011; Hollender 2011) i wzajemnie korzystając ze swoich doświadczeń (por. Kalota 2011 czy Paradowski 2010 i Płoszajski 2008 cytowani w *Katalogu Dobrych Praktyk Digitalizacji obiektów*

¹ Przykładem takich inicjatyw są konferencje: „Informacja o obiektach kultury i Internet”, Kraków 6-7 VI 2005 zorganizowana przez Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego; „Cyfrowość bibliotek i archiwów, Warszawa, 26-27 XI 2009 zorganizowana przez Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich; „Archiwa, biblioteki, muzea wobec nowych wyzwań w dobie digitalizacji”, Kraków 03 XII 2010 zorganizowana przez Archiwum Nauki PAN i PAU czy publikacja zbiorowa *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa* (Hollender 2011).

muzealnych 2013). Oprócz ekspertów i praktyków z sektora GLAM, swój wkład w problematykę digitalizacji i udostępniania zbiorów muzealnych wnieśli informatycy (np. Gontar 2013, Marciniak 2013, Werla 2011; Mazurek, Parkoła, Werla 2014). Tematyką digitalizacji i udostępniania zbiorów muzealnych interesują się pedagodzy, dostrzegający pozytywną rolę sztuki w wychowaniu i edukacji dzieci. Małgorzata Karczmarzyk (2013) przeanalizowała strony internetowe polskich i zachodnich galerii sztuki pod kątem ich przystosowania do dziecięcej wrażliwości i potrzeb psycho-rozwojowych. Anna Kamińska (2015) zbadała postrzeganie społecznej i edukacyjnej roli muzeum wśród zielonogórskich licealistów.

Zaawansowane techniki digitalizacyjne, zwłaszcza wirtualne rekonstrukcje i wizualizacje 3D znalazły szerokie zastosowanie w archeologii (Markiewicz 2014a, Markiewicz 2014b, Zapata 2014; Pawleta, Zapata 2014; Marciniak-Wisłocka 2009) oraz architekturze i urbanistyce (Koszewski 2014; Szrajber 2014; Zawadzki, Filipczak 2014, Kuroczyński 2014; Kuroczyński 2008; Kępczyńska-Walczak 2008;). Kwestia ta żywo interesuje też specjalistów od krajoznawstwa i turystyki kulturowej (por. Stasiak 2013, Stefanik, Kamel 2013; Pawłowska, Matoga 2014). W ujęciu rodzimych specjalistów tej dyscypliny, wszelkie witryny internetowe oraz upublicznione w Internecie informacje o zbiorach muzealnych zachęcające do odwiedzin realnie istniejących placówek kreują „nowe walory turystyczne” i „potencjał rozwojowy” instytucji muzealnych oraz regionów, w których się znajdują, tworząc „ramy rozwoju współczesnej turystyki opartej na dziedzictwie kulturowym” (Pawłowska, Matoga 2014:57).

Środowiska opiniotwórcze

Najważniejszym i najaktywniejszym moderatorem dyskursu wokół digitalizacji muzealiów i ich udostępniania jest Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. Wcześniej funkcję tę pełniło Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (por. zlecony przez MKiDN raport Doroty Folgi-Januszewskiej *Muzea w Polsce...* 2009). Godna podkreślenia jest spójność działań NIMOZ z ideą otwartego dostępu do zasobów kultury: wszystkie publikacje NIMOZ dostępne są w całości w Internecie, włączając w to artykuły z Rocznika *Muzealnictwo* (od 2014 roku opatrzone numerem DOI); przygotowane na zlecenie NIMOZ i udostępniane w ramach licencji Creative Commons Uznanie Autorstwa 3.0 raporty tematyczne (NIMOZ 2014, NIMOZ 2013, NIMOZ 2012a, NIMOZ 2012b, NIMOZ 2011) oraz zarchiwizowane artykuły i wpisy z portalu <http://muzealnictwo.com/>.

Drugim, zinstytucjonalizowanym już forum wymiany doświadczeń jest redagowana przez Agnieszkę Siedel-Grzezińską i Ksenię Stanicką-Brzezicką seria wydawnicza „Cyfrowe spotkania z zabytkami”, oraz towarzysząca jej konferencja organizowana z różnymi partnerami przez Instytut Historii Sztuki Uniwersytetu Wrocławskiego. Serię otwiera tom zbiorowy zatytułowany *Nowoczesne metody gromadzenia i udostępniania wiedzy o zabytkach*, (Siedel-Grzezińska, Stanicka-Brzezicka 2008) zawierający przegląd zagadnień związanych z digitalizacją (od standardów i systemów klasyfikacji zabytków, przez doświadczenia z wdrażaniem muzealnych systemów informatycznych i bazodanowych, prowadzenia inwentaryzacji muzealiów przy użyciu technik cyfrowych i tworzenia cyfrowych kolekcji on-line, po praktyczne aspekty wykorzystania skanerów i odwzorowania struktury 3D). W następnym roku, pod redakcją tych samych autorek ukazała się *Informatyka w historii sztuki: Stan i perspektywy rozwoju współczesnych metodologii*, w której omówiono m.in. kryteria oceny zabytku wirtualnego i rolę Karty Londyńskiej (Bentkowska-Kafel 2009) oraz wypracowany w Polsce standard SSWIM (Jaskanis 2009). Po 3 letniej przerwie w 2012 ukazał się współredagowany przez Elżbietę Herden międzydyscyplinarny i zróżnicowany tematycznie tom pt. *Dobra kultury w sieci*, w dwa lata później, w 2014 - *Obraz i metoda*, w którym dużo uwagi poświęcono właśnie prawno-

terminologicznym oraz techniczno-praktycznym kwestiom cyfrowego obrazowania muzealiów. Niestety, publikacje z tej serii dostępne są wyłącznie w formie tradycyjnych (i dystrybuowanych odpłatnie) publikacji książkowych.

Trzecim, aktywnym uczestnikiem debaty digitalizacyjnej jest Centrum Cyfrowe Projekt: Polska – organizacja pozarządowa, która propagując postulat nielimitowanego dostępu do zasobów kultury aktywnie działa w sektorze GLAM. Eksperti Centrum Cyfrowego opracowują ekspertyzy prawne (Rymar, Rybicka 2013) i opiniują propozycje regulacji prawnych, jak te dotyczące wdrożenia nowelizacji Dyrektywy UE o ponownym wykorzystywaniu informacji sektora publicznego (por. Rybicka, Rymar, Tarkowski 2014). Centrum Cyfrowe realizuje własne projekty badawcze (Buchner, Janus, Kawęcka, Znaniewska 2015) i współpracuje w projektach digitalizacyjnych (Wirtualne Muzea Małopolski), wreszcie – popularyzuje dobre praktyki digitalizacyjne w formie przejrzystych i przyjaznych dla użytkowników podręczników (cykl Otwarte zabytki). Tak jak publikacje NIMOZ – wszystkie opracowania i ekspertyzy Centrum Cyfrowego są upublicznione na licencji Creative Commons Uznanie Autorstwa 3.0., co akurat w przypadku partnera instytucjonalnego Creative Commons Polska wydaje się oczywiste.

Digitalizacja a udostępnianie w Internecie

Choć liczba dostępnych w Polsce publikacji związanych z problematyką digitalizacji systematycznie rośnie, kwestii udostępniania w Internecie informacji o zdigitalizowanych zbiorach muzealnych oraz form ich prezentacji (np. w postaci zdjęć, modeli 3D, panoram sferycznych, animacji itp.) poświęca się mniej uwagi. Temat ten pojawia się raczej jako wątek poboczny, przy okazji omawiania zrealizowanych w Polsce projektów digitalizacyjnych, takich jak Wirtualne Muzea Podkarpacia (zespół WMP 2013), realizujący ciekawe założenia projekt Wirtualne Muzea Małopolski (Berestecka 2011), projekt digitalizacji obiektów muzealnych 2D w Muzeum Historycznym Miasta Krakowa (Niezabitowski 2013) czy strona internetowa Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku (Kisiel 2013).

Osobnym wątkiem są teksty ogólnie prezentujące ideę digitalizacji w muzealnictwie (Góral 2012) oraz nowe możliwości technologiczne (Gontar 2013), jeszcze innym - prezentacja zachodnich praktyk w tym obszarze (Bentkowska-Kafel 2013, Laine-Zamojska 2012). Uzupełnieniem dyskusji są wywiady prasowe i wypowiedzi publicystyczne wysokich urzędników państwowych (Omilanowska 2013 i 2015, Majewski 2012) oraz dyrektorów instytucji muzealnych i profesorów akademickich (Niezabitowski 2013, Gaweł 2014, Pomian 2014, Poprzęcka 2013).

Zbliżone w tematyce, choć o bardziej pragmatyczno-instruktażowym charakterze są artykuły w przystępny sposób objaśniające specyfikę i zasady funkcjonowania platform i mediów społecznościowych, m.in. takich jak: blogi internetowe (Zugaj 2013 a i b), Facebook (Ogonowska 2013a, Kucharska 2013), Twitter (Stańska 2013b, Zdziebłowski 2013), Instagram (Stańska 2014) czy Google Art Project (Stańska 2013a, Romanowski 2013). Apelując o większą aktywność w Internecie autorzy artykułów chętnie odwołują się do dobrych praktyki renomowanych muzeów. Sylwia Kucharska (2013) omawia organizowane przez The Metropolitan Museum of Art i The Smithsonian American Art Museum konkursy na platformie Flickr, zaoferowaną przez Guggenheim Museum możliwość publikowania własnych zdjęć na stronie przez Instagram, integrację domowej strony the British Museum z serwisami Twitter i TripAdvisor, a także uruchomioną przez TATE oraz The Victoria and Albert Museum możliwość zakupu biletu na wystawy przez FB. Zuzanna Stańska (2013c) przedstawia rewolucyjną decyzję holenderskiego Rijksmuseum o otwartym udostępnianiu jego zdigitalizowanych zbiorów. Dorota Folga-Januszewska w swej najnowszej książce (2015) cytuje badania popularności 25 najczęściej odwiedzanych muzeów w Stanach Zjednoczonych. Podkreśla, że grupa cieszących się najwyższą frekwencją muzeów amerykańskich ma zarazem najbardziej rozbudowane prezentacje wirtualne w

Internecie, co jej zdaniem przeczy teorii jakoby „drugie byty” czyli muzea wirtualne nadbudowane na zbiorach rzeczywistych zabierały publiczność tym ostatnim. Na poparcie swojej tezy przytacza przykład Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Nowym Jorku. Wyraźny, ponad dwukrotny wzrost frekwencji w MoMA wystąpił nie w wyniku wielkiej rozbudowy gmachu muzeum, lecz rok później, w 2007 po uruchomieniu jego wirtualnej wersji, a zwłaszcza po wprowadzeniu spersonalizowanej strony, identyfikującej odbiorcę. Zdaniem autorki, o sukcesie MoMA zdecydował właśnie „krok w stronę nie anonimowego gościa lecz konkretnego, mającego swe wymagania uczestnika programów muzeów” (Folga-Januszewska 2015: 135).

Niewiele opracowań wychodzi jednak poza ogólny poziom opisu ilustrowany polskimi lub zagranicznymi przykładami. Agnieszka Masny (2013) przeanalizowała inicjalne (domowe) strony internetowe Muzeów Narodowych pod kątem zgodności ich budowy, zawartości i użytych sformułowań językowych z marketingowymi wytycznymi dla komercyjnych witryn. Masny zwraca uwagę, że placówki muzealne używają dla swoich witryn różnych adresów, np.: Muzeum Narodowe w Warszawie – www.nrw.art.pl, Muzeum Narodowe w Krakowie – www.muzeum.krakow.pl, Muzeum Narodowe w Gdańsku – www.muzeum.narodowe.gda.pl, Muzeum Narodowe w Kielcach – www.mnki.pl, Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie www.muzeum-szreniawa.pl. Zdaniem Masny nie wszystkie z tych adresów są intuicyjne. Część muzeów narodowych używa w nazwie skrótu nazwy własnej, inne rzeczownika „muzeum” i nazwy domeny funkcjonalnej lub lokalizacji, co może stanowić pewną trudność dla użytkowników przeszukujących te witryny (Masny 2013:384). W ocenie autorki język użyty na stronach domowych muzeów cechuje „wysoka frekwencja zdań pojedynczych rozwiniętych (...), z niedużym stopniem intelektualizacji” oraz „kondensacja treści i staranność polszczyzny”. W podsumowaniu z aprobatą stwierdza, że „wszystkie muzea realizują zasadę 3C - *content* (zawartość), *commerce* (handel), *community* (społeczność)”, budując wokół siebie społeczność, zapewniając jej możliwość interakcji (poprzez odesłanie do portali społecznościowych, pośrednio poprzez księgę gości i pocztę elektroniczną), sprzedając swoją ofertę (produkty) bezpośrednio przez sklepy on-line i pośrednio przez prezentację internetową, co „prowokuje do odwiedzenia muzeum (zakupienia usługi lub produktu) w rzeczywistości pozainternetowej” (Masny 2013:398).

Do podobnych, równie optymistycznych i pochlebnych, wniosków doszła Magdalena Grabarczyk-Tokaj (2013), która porównała profile facebookowe polskich muzeów, wykorzystując w swoich analizach ogólnodostępne statystyki internetowe. Pod względem liczby zarejestrowanych fanów w zestawieniu Grabarczyk-Tokaj zwyciężyło Muzeum Powstania Warszawskiego, z rzeszą fanów „wielkości średniego miasta” (64 tys.). Na kolejnych miejscach znalazły się Centrum Nauki Kopernik (52,5 tys.), Krakowskie Muzeum Sztuki Współczesnej (25,5 tys.) i Muzeum Erotyzmu (19 tys.), dopiero na dalszych miejscach znalazły się Muzeum Narodowe w Krakowie (15 tys.), Muzeum Pałac w Wilanowie (10 tys.) i Muzeum Narodowe w Warszawie (8 tys.). Autorka zauważa, że w przypadku pewnych placówek muzealnych liczba wskazań „byłem tu” jest wyższa niż „lubię to”, lecz nie proponuje własnego wyjaśnienia przyczyn lub interpretacji tej rozbieżności. W ocenie Grabarczyk-Tokaj profile facebookowe muzeów cechują się profesjonalizmem, ponieważ „są na bieżąco aktualizowane, pojawiają się zarówno treści graficzne, jak i video, a publiczność, nawet bez bezpośredniej zachęty ze strony administratora, angażuje się w komunikację – lajkując, komentując, udostępniając informacje na swoich osiach czasu” (Grabarczyk-Tokaj 2013:45).

Do odmiennych wniosków sformułowanych na podstawie podobnego przeglądu aktywności w mediach społecznościowych zrealizowanego w zbliżonym okresie doszła Sylwia Kucharska (2013). Grabarczyk-Tokaj (2013) porównywała łącznie profile różnych muzeów, bez względu na ich status, tematykę i formę własności, Kucharska

podobnie jak Masny (2013) ograniczyła swój „pilotaż” do muzeów narodowych (MN). W ocenie Kucharskiej placówki MN nie doceniają możliwości Google+, koncentrując się niemal wyłącznie na Facebooku, na którym wszystkie muzea narodowe mają swoje strony. Najskuteczniej, jej zdaniem korzysta z FB Muzeum Narodowe w Krakowie – jego profil posiada największą liczbę fanów, największy średni przyrost fanów miesięcznie (900) oraz drugą w kolejności liczbę skomentowanych statusów. W czasie prowadzonego przez nią pilotażu na drugim miejscu znalazło się Muzeum Narodowe w Warszawie (średnio 200 nowych fanów miesięcznie) na trzecim, Muzeum Narodowe we Wrocławiu (100). Pośrodku uplasowały się muzea narodowe w Szczecinie, Gdańsku i Poznaniu (średnio 80, 70, 70). Najgorzej w tym podsumowaniu wypadło w Muzeum Narodowe w Kielcach, którego strona działa ponad 3 lata, a zebrała najmniejszą liczbę fanów (przyrost średnio o 20).

Kucharska zwraca uwagę na niski jej zdaniem poziom partycypacji społecznościowej na profilach muzeów narodowych. Jak uzasadnia swoją diagnozę „wszystkie badane muzea mają niską ilość komentarzy i dalszych udostępnień treści”. Nawet liderzy jej zestawienia wypadają pod tym względem niesatysfakcjonująco: MNK opublikowało w badanym miesiącu 74 statusy, ale tylko jedna trzecia z nich została skomentowana. Profil MNWr posiadał ponad 4 tys. fanów, ale największa ilość ponownych udostępnień pojedynczego statusu to jedynie 17 razy. Zdaniem Kucharskiej skromny stopień zaangażowania społeczności świadczy o „kluczowym problemie, jakim jest trudność z nawiązaniem dialogu” z użytkownikami. Istotą mediów społecznościowych – argumentuje dalej autorka – jest „dialog, wymiana opinii, przekazywanie dalej treści. Aby nawiązać dialog, należy skłonić odbiorcę komunikatu do aktywności, przekazania informacji innym, do wyrażenia własnego zdania, nawet jeśli nie jest ono pozytywne”. Tymczasem muzea narodowe preferują taki sposób przekazu, który w opinii Kucharskiej, pasuje bardziej do tradycyjnych stron internetowych niż mediów społecznościowych, gdzie skuteczność komunikacji mierzy się intensywnością interakcji i zaangażowaniem odbiorców (por. Simon 2010; Richardson, Visser 2014). Nie jest to tylko polska specyfika, z trudnościami w dostosowaniu modelu komunikacji do specyfiki mediów społecznościowych zmagają się nawet muzea amerykańskie (por. Fletcher, Lee 2012; Russo 2011; Kelly 2010; Proctor 2010; Russo et al.2008).

Wyakcentowane powyżej rozbieżności w ocenie funkcjonowania profili społecznościowych muzeów sygnalizują głębszy problem: digitalizacja i udostępnianie informacji o zbiorach muzealnych jest wciąż zjawiskiem stosunkowo nowym, w związku z tym nieprecyzyjny bywa też język używany do opisu tych zjawisk (który dopiero się kształtuje). Można odnieść wrażenie, że pojęcie muzeum wirtualnego stosowane bywa nieomal zamiennie z terminem witryny internetowej. To samo dotyczy kwestii precyzyjnego rozróżnienia (zwłaszcza w wypowiedziach publicystycznych), między udostępnianiem w Internecie informacji o danym obiekcie muzealnym, a opublikowaniem jego cyfrowego wizerunku – z reguły milcząco zakłada się, że informacje o eksponatach znajdujących się w posiadaniu danego muzeum zilustrowane zostaną przynajmniej jego zdjęciem lub reprodukcją. Kontrowersje budzą nawet powszechnie używane terminy jak „wizerunek” cyfrowy (użyty min. w art. 25 a Ustawy o muzeach²). Monika Jankowska-Sabat, jako prawnik, argumentuje, że termin „wizerunek” zarezerwowany jest wyłącznie dla osób, więc w przypadku muzealiów należy używać określenia „wygląd” (Jankowska-Sabat 2014: 25). Eksperti NIMOZ posługują się określeniem „odwzorowanie cyfrowe” (NIMOZ 2012, NIMOZ 2014). Nie jest też oczywiste, że wszyscy uczestnicy debaty (zarówno nadawcy jak i adresaci wypowiedzi) świadomi są wszystkich etapów procesu digitalizacji i trafnie rozróżniają pliki wzorcowe (kopia master) od specjalnie konwertowanych na potrzeby udostępniania w Internecie wersji prezentacyjnych (por. Mazurek, Perkoła, Werla 2014; Werla 2011).

²Dz.U. Nr 64, poz 565.

Dyskusja

W 1990 zniesione zostały międzynarodowe restrykcje na sprzedaż sprzętu komputerowego i środków łączności do byłych krajów komunistycznych³. Rok 1991 jest symbolicznie uznawany za początek Internetu w Polsce, ale dopiero uruchomiona w 2001 roku Neostada – usługa TP S.A. umożliwiająca stały dostęp do Internetu poprzez linię telefoniczną zapoczątkowała proces upowszechnienia dostępu do Internetu w gospodarstwach domowych. W 2001 roku wdrożony został Program Powszechnej Informatyzacji Nowoczesna Polska, uważany za początek realizacji całościowego planu informatyzacji kultury (Komusińska 2014).

Z tego powodu działania digitalizacyjne w Polsce rozpoczęły się później niż w Europie Zachodniej (Makowski, Ślaska 2011). Dokumenty programowe Unii Europejskiej nałożyły na Polskę konieczność podjęcia konkretnych działań digitalizacyjnych (Makowski, Ślaska 2011) i wyznaczyły ramy dyskursu. Dyskusja skoncentrowała się wokół technicznych i praktycznych aspektów digitalizacji – tego „w jaki sposób” i „w jakiej kolejności” należy najefektywniej digitalizować zbiory muzealne oraz „jakie praktyki wypracowane w innych krajach są najbardziej przydatne w polskim kontekście”, kosztem ogólniejszych pytań o to „dlaczego, komu i na jakich zasadach należy udostępniać rezultaty digitalizacji dziedzictwa narodowego” oraz „jakim celem” społecznym czy ekonomicznym (np. inkluzja społeczna, tworzenie wartości dodanej i rozwój przemysłów kreatywnych, itp.) miałyby służyć udostępnione rezultaty projektów digitalizacyjnych.

„Dlaczego i na jakich zasadach?”

Zwolennicy otwartego dostępu do zdigitalizowanych zasobów kultury powołują się na koncepcję wspólnego dobra, argumentując, że „dziedzictwo kulturowe należy do wszystkich. Zostało stworzone przez – i dla – wszystkich ludzi” (Buchner, Janus, Kawęcka, Zaniewska 2015:10). Jego ochrona obejmować powinna nie tylko jak najlepsze zachowywanie dla przyszłych pokoleń, ale także zapewnianie wszystkim możliwie najszerszego dostępu do tych zasobów oraz możliwości ich przetwarzania. Podejście to najpełniej zostało wyartykułowane przez autorów raportu *Otwartość w instytucjach kultury* (Buchner, Janus, Kawęcka, Zaniewska 2015:10). W podobnym duchu Monika Jankowska-Sabat zinterpretowała 73 art. Konstytucji RP, w którym „każdemu zapewnia się wolność twórczości artystycznej (...) a także wolność korzystania z dóbr kultury” (Jankowska-Sabat 2014:27).

Innym sposobem legitymizacji otwartego dostępu do zdigitalizowanych zasobów kultury i dowolności ich przetwarzania jest argument ekonomiczno-rozwojowy, na który powołała się w swojej ekspertyzie Jagoda Komusińska (2014). Jej zdaniem upowszechnianie „cyfrowej kultury” sprawia, że staje się ona „materiałem”, z którego powstają towary i usługi wchodzące w obrót gospodarczy, generując w ten sposób nowe miejsca pracy i napędzając wzrost wewnątrz „gospodarki Internetu” oraz – poprzez stymulowanie zmiany społecznej i aktywności biznesowej – „pozytywnie wpływając na innowacje w usługach kulturalnych i rozwój społeczno-gospodarczy” (Komusińska 2014:3). Doskonałą egzemplifikacją takiego podejścia jest polityka dostępności wspomnianego już Rijksmuseum w Amsterdamie, które za pośrednictwem Rijksstudio nie tylko zezwala na nieodpłatne pobieranie i modyfikowanie plików odwzorowujących obiekty muzealne, ale także w corocznym konkursie nagradza najciekawsze projekty twórczo

³Źródło: <http://kalendarium.icm.edu.pl/>

wykorzystujące zbiory udostępnione przez muzeum w Internecie. Projekty nagrodzone w 2015 to m.in. wykorzystanie fragmentów obrazów na etykietach serii produktów spożywczych; designerskie lampy, których klosze przypominające holenderskie kryzy zainspirowane zostały obrazem z 1637 r.; projekt bransoletki (również nawiązującej wyglądem do kryzy) z fragmentami szkiców Rembrandta, nadruk na dziecięcym ubranku, będący wystylizowanym odwzorowaniem kształtu porcelanowej wazy, czy wreszcie element drewnianej sztukaterii wykorzystany w oprawkach okularów przeciwsłonecznych⁴).



Vormvagen by Dorine Vink-Janson



Kraag Lamp by Kosek Jaroslaw

Rys. 1. Przykłady prac wyróżnionych w konkursie Rijksstudio Award 2015 (po lewej) wraz z cyfrowym odwzorowaniem oryginalnego eksponatu (po prawej)

⁴<https://www.rijksmuseum.nl/nl/rijksstudio/201407--entries-rijksstudio-award-2015-top-10/creaties>

Rijksmuseum to chwalebny, lecz wciąż odosobniony przypadek. W polskiej dyskusji o wpływie digitalizacji na gospodarkę brakuje opracowań potwierdzających ekonomiczną zasadność nielimitowanego udostępniania zasobów kultury. Nie wiadomo też, w jaki sposób oszacować spodziewane korzyści ekonomiczne, zwłaszcza w relacji do znacznych nakładów przeznaczanych na projekty digitalizacyjne.

Postulat otwartego dostępu do zdigitalizowanych dóbr kultury jest elementem szerszej wizji liberalnego ładu społeczno-politycznego, i jako taki najintensywniej propagowany jest przez skupione wokół tych idei NGOsy, takie jak Centrum Cyfrowe Projekt: Polska czy fundacja Warsztat Innowacji Społecznych (projekt ekultura – <http://ekultura.org/>). Nie są to opinie powszechnie podzielane w środowisku muzealników. Przeciwnie – autorzy prezentujący działające już w Polsce muzea wirtualne sugerują, aby w Internecie umieszczać fotografie jedynie wyselekcjonowanych eksponatów, których atrakcyjność ma pełnić funkcję zachęty „aby przyjść i zobaczyć jeszcze więcej na własne oczy”. W takim ujęciu część zbiorów powinna pozostać niedostępna, ponieważ: „ważne jest też, aby nie odsłonić przed internautą zbyt wiele, lecz wzbudzić w nim ciekawość i zachęcić do dokończenia wirtualnej wycieczki w realnej rzeczywistości” (zespół WMP 2013, por także Kisiel 2013). „Głęboki muzealny opór przed pokazaniem świata dzieł w wersji elektronicznej, lęk przed tym, że ktoś to wykorzysta, zarobi na tym, a przez to my stracimy”, o jakim wspomina minister Małgorzata Omilanowska (2013) może być właśnie konsekwencją zdominowania debaty digitalizacyjnej pytaniami technicznymi „jak?” udostępniać bez wypracowania powszechnego konsensusu w kwestii „dlaczego?” udostępniać i „komu?”.

Rezerwa środowiska muzealników względem otwartego dostępu do całości zdigitalizowanych zasobów muzealnych, staje się bardziej zrozumiała jeśli weźmie się pod uwagę coraz większą presję na to, aby muzea współfinansowały koszty swojego funkcjonowania poprzez dochód ze sprzedaży biletów. Żyją na to Mirosław Borusiewicz (2012) pisząc o komercjalizacji i disneylandyzacji placówek muzealnych skazanych na „sukces” wysokiej frekwencji. Zwiedzanie większości ekspozycji i oglądanie „fizycznych” eksponatów jest w Polsce biletowane, podczas gdy użytkownicy Internetu mogą w nieograniczony sposób przeglądać na stronach muzeów ich upublicznione odwzorowania cyfrowe. Może to budzić pewien dysonans wśród starszych muzealników, czy nawet obawy, że dając Internautom „poczucie obcowania z dziełami sztuki” (Pomian 2014: 152) zrezygnują oni z fizycznego odwiedzenia danej placówki. Nawet Małgorzata Omilanowska, z pozycji ministra kultury argumentuje, że „to co darmowe, nie jest szanowane” a pobieranie opłat za wstęp „ma motywować muzea do przyciągania publiczności, bo bilety są dla nich źródłem przychodów, widzowie zaś płacąc za wstęp mają poczucie, że mają do czynienia z czymś cennym” (Omilanowska 2015:47). Czy w takim razie internetowa dostępność dobrej jakości reprodukcji dzieł sztuki nie zniechęci potencjalnych odwiedzających do bezpośredniej wizyty w muzeum i zakupu biletu? Zdaniem Krzysztofa Pomiana, części z potencjalnych zwiedzających faktycznie wystarczą dobre technicznie reprodukcje dostępne w Internecie, dając im „poczucie obcowania z samymi dziełami sztuki”. W innych – przekonuje Pomian – pozostawią niedosyt, wzbudzając chęć zapoznania się z oryginałami i odwiedzin muzeów, gdzie są przechowywane. Choć ci ostatni stanowią mniejszość, w opinii Pomiana jest to wciąż mniejszość na tyle liczna, aby „zapewnić muzeom dziesiątki, jeśli nie setki milionów zwiedzających”(Pomian 2014:152).

„Komu?”

Obszarem zupełnie nierozpoznanym jest obszar potencjalnych adresatów programów digitalizacji i udostępniania muzealiów (wracamy tu do zaniechanego pytania „komu?”). Tradycyjne muzeum „poczuwało się przede wszystkim do

troski o swoje zbiory nie zaś o zwiedzających” (Kotler, Kotler 200:271), co przełożyło się na niewielkie zainteresowanie społeczną kompozycją osób odwiedzających muzea. Zmieniło się to dopiero w latach 80 XX wieku pod wpływem tzw. nowej muzeologii (Folga-Januszewska 2015:129). Specyfika publiczności muzealnej intrygowiała za to inne dyscypliny nauk społecznych, zwłaszcza socjologów. Znany amerykański badacz Paul DiMaggio w artykule pt. „Czy zwiedzający galerie sztuki różnią się od innych ludzi?” (DiMaggio 2000) daje na to pytanie odpowiedź twierdzącą, zaznaczając przy okazji, że odwiedzanie (lub nieodwiedzanie) galerii sztuki jest aktywnością bardziej różnicującą społecznie niż chodzenie do teatru czy nawet słuchanie orkiestry symfonicznej lub jazzu. Wyjątkowy status użytkowników galerii sztuki potwierdził sondaż niemieckiego badacza Volkera Kirchberga (1996). Kirchberg zaobserwował istotne statystycznie różnice w profilu osób odwiedzających galerie sztuki i muzea historyczne w stosunku do zwiedzających muzea naukowo-techniczne oraz przyrodnicze. Jeśli pominiemy skrajne dychotomie i dystanse społeczne jak te między respondentami charakteryzującymi się znaczną zamożnością a ubóstwem, wykształceniem wyższym a brakiem jakiegokolwiek wykształcenia, zatrudnieniem na stanowisku wysoko wykwalifikowanego specjalisty a osobami długotrwale bezrobotnymi (w przypadku takich osób z dużym prawdopodobieństwem można się spodziewać kto będzie korzystał z muzeów a kto nie) to profil cech społeczno-demograficznych respondentów deklarujących odwiedzanie muzeów pokrywa się z ich usytuowaniem w strukturze społecznej, przybierając jednak postać kontinuum niż stanów zero-jedynkowych. Na szczycie hierarchii społecznej znajdują się osoby uczęszczające to muzeów i galerii „kultury wysokiej”, w środku – użytkownicy bardziej „przystępnych” i „popularnych” muzeów techniki i muzeów przyrodniczych, na dole – osoby nigdy nie odwiedzające placówek muzealnych (*non-visitors*). Podobnie kształtuje się profil wykształcenia wyższego. Najwięcej osób z wyższym wykształceniem jest wśród użytkowników galerii sztuki, podczas gdy wśród użytkowników muzeów przyrodniczych i technicznych przeważają te z wykształceniem średnim, osoby z najniższym poziomem wykształcenia z reguły muzeów nie odwiedzają (Kirchberg 1996:256).

Na gruncie polskim zbliżone wyniki prezentuje raport *Praktyki kulturalne Polaków* (Drozdowski et al. 2014). Potwierdził się elitarny charakter odwiedzin w galeriach sztuki, określanej przez autorów raportu aktywnością wymagająca „złożonych kompetencji i formujących się w toku solidnej edukacji artystycznej potrzeb”. „W niechęci do wystaw i galerii sztuki celują w podobnym stopniu wszystkie kategorie wiekowe”, łatwe do przewidzenia różnice pojawiają się w przypadku płci (na wystawy i wernisaże chodzi więcej kobiet) oraz między osobami z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym oraz absolwentami studiów wyższych. Na wystawach w galeriach trudno jest spotkać rencistów (ponad 90 procent spośród nich deklaruje, że nie było na wystawie ani razu w ciągu minionego roku), równie rzadko można zobaczyć w galeriach robotników (nie było w ciągu roku niemal 90 procent), emerytów (83 procent) i bezrobotnych (81 procent). W przypadku muzeów, odsetek osób deklarujących odwiedziny w jakiejś placówce muzealnej w ciągu ostatniego roku jest wyższy, co autorzy łączą z aktywnością wycieczek szkolnych i innych zorganizowanych form zwiedzania i turystyki. Zaobserwowano też pozytywny związek odwiedzania muzeów z posiadaniem wykształcenia wyższego oraz wyższym niż przeciętny dochodem na członka rodziny. Stosunkowo niska częstotliwość wizyt w muzeach (raz w roku) skłania autorów do konkluzji, że najprawdopodobniej muzea odwiedzane są przy okazji urlopu (Drozdowski et al. 2014:157-160).

W dostępnych publikacjach niewiele jest informacji o użytkownikach wirtualnych - odwiedzających witryny i profile muzeów (choćby w postaci statystyk odwiedzin). Brakuje rzetelnych danych o społeczno-demograficznym profilu internautów odwiedzających strony muzeów oraz formach ich aktywności (np. przeszukiwanie metadanych), trudno jest też wnioskować o relacji między grupą użytkowników wirtualnych a osób fizycznie odwiedzających dane muzeum. Dominuje pogląd, że „współczesny widz najpierw poznaje muzeum w Internecie, a potem odwiedza je w świecie

rzeczywistym” (Kisiel 2013), choć jak sugerują wyniki badań (Marty 2007, Marty 2008, Holdgaard 2014) relacja ta jest bardziej złożona. W pewnych przypadkach to właśnie osoby, które już wcześniej fizycznie odwiedziły dane muzeum przeglądają później jego witrynę internetową lub „zaprzyjaźniają się” na Facebooku. Brakuje odpowiedzi na pytanie o to, czy adresaci programów digitalizacyjnych („szczególnie mieszkańcy terenów wiejskich, osoby starsze czy niepełnosprawne” – por. zespół WMP 2013; MKiDN 2010:8) oraz odwiedzających jak i nieodwiedzających muzea użytkownicy Internetu są w ogóle świadomi udostępnionych im możliwości, a także w jakim stopniu z nich korzystają.

Jakościowe badanie Anety Kamińskiej (2015) zrealizowane na małej grupie dwudziestu zielonogórskich licealistów wykazało, że dziewięć z nich nigdy nie odwiedziło witryny internetowej żadnego muzeum, tylko dwójka zagłębiła się w przeszukiwanie zasobów (niepolskich zresztą) muzeów, reszta ograniczyła się do podstawowych informacji o adresie i godzinach otwarcia. Nikt z badanych nie zwiedzał nigdy muzeum wirtualnego, niewielu wiedziało, że coś takiego istnieje (Kamińska 2015: 367-368).

Jeśli w ten sposób zachowują się licealiści, z racji swoich zaawansowanych kompetencji internetowych uważani za pierwszą generację *digitally natives* (czyli dzieci urodzonych i wychowanych w świecie Internetu i technologii cyfrowych – por. Parfley, Gasser 2008), to czy bez odpowiednich badań możemy mieć pewność, że budowane dużym nakładem środków muzea wirtualne, takie jak Wirtualne Muzeum Podkarpacia rzeczywiście osiągną założony cel i „wyrównują szanse w dostępie do kultury dla mieszkańców terenów wiejskich, osób starszych i niepełnosprawnych” (por. Zespół WMP 2013). Jak konkludują autorzy raportu *Kto jest odpowiedzialny za digitalizację - organizacja i finansowanie cyfryzacji polskiej* (Komasińska 2014): „prawdziwym wyzwaniem nie jest poprawne wykonanie digitalizacji od strony technicznej, a spowodowanie by produkty tego procesu weszły do codziennych praktyk społecznych stymulując rozwój” (Komusińska 2014:15). Pora więc na ocenę, kto i w jaki sposób korzysta z udostępnionych już informacji o zbiorach muzealnych.

Rekomendacje

- Największymi zwolennikami idei otwartego dostępu do zdigitalizowanych zasobów dziedzictwa kulturowego wydają się być eksperci zrzeszeni wokół organizacji pozarządowych (tj. Centrum Cyfrowe Projekt: Polska i ekultura.org). Warto szerzej rozpropagować tę ideę wśród muzealników, akcentując z jednej strony średniookresowe korzyści dla muzeów (lepsza rozpoznawalność placówki muzealnej, większa liczba odwiedzin) jak i długookresowe i trudniejsze do skwantyfikowania korzyści społeczne i ekonomiczne.
- Programy digitalizacyjne prowadzone są równolegle przez różne instytucje muzealne. W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera kwestia szerzenia dobrych praktyk oraz wypracowania i respektowania wspólnych standardów digitalizacji, także solidarnie przestrzeganych zasad publicznego udostępniania sporządzonych w ramach tych programów odwzorowań cyfrowych.
- Jeśli jednym z celów uzasadniających finansowanie kosztownych projektów digitalizacyjnych jest wyrównywanie szans w dostępie do kultury, pożądane jest wypracowanie zasad monitorowania oraz upubliczniania informacji o tym, kto faktycznie korzysta z udostępnionych w Internecie informacji o zbiorach muzealnych, jakiego rodzaju zbiory czy eksponaty budzą największe zainteresowanie społeczności internetowych, i na ile jest to zgodne z przyjętymi założeniami. Będzie to również cenna informacja zwrotna, przydatna w projektowaniu kolejnych programów digitalizacyjnych.

Bibliografia:

- Arup (2013), *Museums in the Digital Age, Foresight October 2013*, London: Arup.
- Bentkowska-Kafel A. (2009), Zabytek wirtualny: kryteria oceny i rola Karty londyńskiej, w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Informatyka w historii sztuki: stan i perspektywy współczesnych metodologii*, Wrocław: Drukarnia Triada.
- Bentkowska-Kafel A. (2009), Zabytek wirtualny: kryteria oceny i rola Karty londyńskiej, w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Informatyka w historii sztuki: stan i perspektywy współczesnych metodologii*, Wrocław: Drukarnia Triada.
- Bentkowska-Kafel A. (2013), Muzeum wirtualne - muzeum bez granic? *Muzealnictwo*, vol. 54:159-166.
- Berestecka A. (2011), Wirtualne muzea Małopolski. Różne wymiary digitalizacji, *Muzealnictwo*, vol. 52:126-132.
- Bertacchini E., F. Morando (2011), *The Future of Museums in the Digital Age: New Models of Access and Use of Digital Collections. EBLA Working Paper, New Series, no. 5*, Torino.
- Black G. (2012), *Transforming Museums in the Twenty-first Century*, London: Routledge.
- Borusiewicz M. (2012), *Nauka czy rozrywka? Nowa muzeologia w europejskich definicjach muzeum*, Kraków: Wydawnictwo Univeristas.
- Brzozowska M. (2011), Realizacja priorytetu „Digitalizacja zabytków i muzealiów” w 2010 roku, *Muzealnictwo*, vol. 52:24-28.
- Buchner A., A. Janus, D. Kawęcka, K. Zaniewska (2015), *Otwartość w instytucjach kultury: raport z badań*, Warszawa: Centrum Cyfrowe .
- Cameron F., S. Kenderdine (red.)(2007), *Theorizing digital cultural heritage: A critical discourse*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Conway P. (2009), Rationale for Digitalization and Preservation, w: R. Parry (red.) *Museums in a Digital Age*, London: Routledge.
- Czyżewska A. (2011), Polskie skanseny w Internecie, *Muzealnictwo*, vol. 52:133-138.
- DiMagio P.(1996), Are art-museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social and political attitudes in the united States, *Poetics*, 24: 161-180.
- Drela M. (2007), Korzystanie i rozpowszechnianie wyglądu muzealiów w Internecie a prawo autorskie, w: K. Łopatecki, W. Walczak (red.), *Zeszyty Dziedzictwa Kulturowego*, Białystok: Ośrodek Badań Europy Środkowo-Wschodniej, Uniwersytet w Białymstoku.
- Drozdowski R., B. Fatyga, M. Filiciak, M. Krajewski, T. Szlendak (2014), *Praktyki kulturalne Polaków*, Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK.
- Falk J., B. Sheppard (2006), *Thriving in the Knowledge Age: New Business Models for Museums and Other Cultural Institutions*. Oxford: AltaMira Press.
- Falk, J. (2009), *Identity and the Museum Visitor Experience*, Walnut Creek: Left Coast Press.
- Filip T. (red.) (2011), *Archiwa, biblioteki, muzea wobec nowych wyzwań w dobie digitalizacji*, Kraków: Polska Akademia Umiejętności.
- Fletcher A., M., Lee (2012), Current social media uses and evaluations in American museums, *Museum Management and Curatorship*, vol. 27(5):505-521.

- Folga-Januszewska D. (2008), *Muzea w Polsce w latach 1989-2008: stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, raport opracowany na zlecenie MKiDN jako jeden z raportów o stanie Kultury, Warszawa: Kongres Kultury Polskiej.
- Folga-Januszewska D. (2009), *Muzea w Polsce w latach 1989-2008*, *Muzealnictwo*, vol.50:18-45.
- Folga-Januszewska D. (2015), *Muzeum: fenomeny i problemy*, Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Gaweł L. (2012), *Bez kompasu i bez mapy... o zarządzaniu digitalizacją zbiorów muzealnych w Polsce*, *Muzealnictwo*, vol.53: 120-123.
- Golat R. (2011a), *Aspekty prawne digitalizacji*, w: H. Hollender (red.), *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa*, Warszawa: Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o.
- Golat R. (2011b), *Prawne aspekty digitalizacji zbiorów muzeów*, *Muzealnictwo*, vol 53.
- Gontar B.(2013), *Cyfrowa rewolucja w muzeach*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, vol 35, s. 132-142.
- Góral A. (2012), *E-dziedzictwo – potencjał cyfryzacji w zakresie zachowania ciągłości przekazu niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, *Zarządzanie w Kulturze*, vol. 1(13):87-100.
- Grabarczyk-Tokaj M. (2013), *Muzea w cyfrowym świecie i prosumenci w muzeum. Wykorzystanie potencjału mediów społecznościowych do promocji własnej muzeum*, *Muzealnictwo*, vol. 54:42-46.
- Herden E., A. Siedel-Grzezińska, K. Stanicka-Brzezicka (red.) (2012), *Dobra kultury w sieci*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Holdgaard, N. (2014), *Online Museum Practices. A holistic analysis of Danish museums and their users*, Doctoral dissertation, Kopenhaga: IT-Universitetet i København IT University of Copenhagen.
- Hollender H. (2011), *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa*, Warszawa: Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o.
- Jankowska-Sabat M. (2014), *Wokół prawnych problemów cyfrowych publikacji*, w: A. Siedel-Grzezińska, K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.
- Jansen-Verbeke M., J. van Rekom (1996), *Scanning museum visitors: Urban Tourism Marketing*, *Annales of Tourism Research*, Vol. 23, No. 2, pp 364-375.
- Jaskanis A. (2009), *Sieciowy System Wymiany Muzealnej – standard udostępniania informacji o obiektach muzealnych*, w: A. Siedel-Grzezińska, K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Informatyka w historii sztuki: stan i perspektywy współczesnych metodologii*, Wrocław: Drukarnia Triada.
- Jaskanis A. (2011), *Preliminaria do polskiego programu digitalizacji muzealiów* w: H. Hollender (red.), *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa*, Warszawa: Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o.
- Johnson, L., S.Adams Becker, V.Estrada, A. Freeman (2015), *NMC Horizon Report: 2015 Museum Edition*. Austin, Texas: The New Media Consortium. Dostęp on-line: <http://cdn.nmc.org/media/2015-nmc-horizon-report-museum-EN.pdf>
- Kalota T. (2011), *Czy doświadczenia bibliotekarzy przy digitalizacji zbiorów mogą być przydatne muzealnikom?* *Muzealnictwo*, vol. 52:96-101.
- Karczmarczyk M. (2013) *Dziecko w wirtualnej galerii*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak
- Karecka L.M., K. Tabak (2011), *Jak to się robi w Muzeum Narodowym w Warszawie?* *Muzealnictwo*, vol. 52:115-125.
- Kelly L. (2010), *how WEB 2.0 is Changing the Nature of Museum Work*, *Curator*, vol. 53(4):405-410

Kępczyńska-Walczak A. (2008), technologie cyfrowe dla dziedzictwa kulturowego - model opracowania danych o zabytkach architektury w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Nowoczesne metody gromadzenia i udostępniania wiedzy o zabytkach*, Wrocław: Wydawnictwo Via Nova.

Kirchberg V.(1996), Museum visitors and non-visitors in Germany: a representative survey, *Poetics* 24:239-258.

Kisiel A., (2013), Wirtualny świat muzeów w Sanoku i Lublinie, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/04/wirtualny-swiat-muzeow-w-sanoku-i-lublinie/>

Klak P. (2011), Praktyka digitalizacyjna zabytków i muzealiów, *Muzealnictwo*, vol. 52:54-60.

Kłós M., A. Nowacka (2011), Dobre praktyki digitalizacji na podstawie doświadczeń międzymuzealnej grupy ds. digitalizacji Digimuz, *Muzealnictwo*, vol. 52:61-72.

Koszewski K (2014), Cyfrowy obraz jako nośnik informacji o dziedzictwie architektonicznym, w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.

Kotler N., P. Kotler (2000), Can Museums be All Things to All People?: Missions, Goals, and Marketing's Role, *Museum Management and Curatorship*, vol. 18(3):271-287.

Kucharska S. (2013), Publikować i udostępniać, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/publikowac-i-udostepniac/>

Kuroczyński P. (2008) Problemy i potencjał cyfrowej rekonstrukcji architektury na przykładzie projektu zrekonstruowania dwutysiącletniej historii Bazyliki św. Piotra w Watykanie i osiemsetpięćdziesięcioletniego rozwoju Kremla w Moskwie w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Nowoczesne metody gromadzenia i udostępniania wiedzy o zabytkach*, Wrocław: Wydawnictwo Via Nova.

Kuroczyński P. (2014), Z płaszczyzny obrazu w wirtualną przestrzeń komputerowej rekonstrukcji, w: Siedel-Grzebińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.

Kuśmidrowicz-Król A. (2011), Standardy, procedury i inne wyzwania – prace Zespołu Ekspertów ds. Digitalizacji Muzealiów NIMOZ, *Muzealnictwo*, vol. 52: 29-36.

Kuśmidrowicz-Król A. (2013), Rola Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów w rozwijaniu digitalizacji, *Muzealnictwo*, vol. 54: 154-158.

Laine-Zamojska M. (2012), Digitalizacja w fińskim muzealnictwie, *Muzealnictwo*, vol. 53: 124-129.

Lis R. (2014), Digitalizacja zbiorów bibliotecznych, w: A. Tokarska (red.), *Bibliotekarstwo*, Warszawa: SPB.

Mączewska K. (2014), *Florae tropicale*. Kolekcja ikonograficzna Władysława Michała Zaleskiego w Ogrodzie Botanicznym Wydziału Biologii Uniwersytetu Warszawskiego *Muzealnictwo*, vol. 55: 105-115.

Majewski P. (2012), Przed nami długi marsz, *Mówią Wieki*, wydanie specjalne, nr 0: 4-7.

Makowski T., K. Ślaska (2011), Krajowa strategia cyfryzacji dziedzictwa narodowego, w: H. Hollender (red.) *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa*, Warszawa: Centrum Promocji Informatyki Sp. z o.o.

Maniak K. (2013), „Każdy użytkownik ma szansę stworzyć swoje miejsce”, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/04/kazdy-uzytownik-ma-szanse-stworzyc-swoje-miejsce/>

Marciniak J. (2013), Muzeum w Internecie: e-learning, multimedia i wortale informacyjne w promocji kultury i sztuki, w: Folga-Januszewska D., E. Grygiel (red.) *Edukacja w Muzeum Rzeczywistym i Wirtualnym*, Kraków: i sztuki, Folga-Januszewska, D., Grygiel, E. (eds.) *Edukacja w Muzeum Rzeczywistym i Wirtualnym*, Wydawnictwo Universitas.

Marciniak-Wisłocka M. (2009), Systemy komputerowe w archeologii – problem standaryzacji formatu metadanych w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Informatyka w historii sztuki: stan i perspektywy współczesnych metodologii*, Wrocław: Drukarnia Triada.

Margasińska M., (2013), Blog muzealny jak powieść przygodowa, Portal Muzealnictwo.com. Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/blog-muzealny-jak-powiec-przygodowa/>

Markiewicz M (2014a), Dwu- i trójwymiarowa ilustracja halsztackiej ceramiki malowanej z Domaśławia, gm. Kobierzyce, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.

Markiewicz M. (2014b), Archeologia wirtualna – zagrożenie czy przyszłość. Rekonstrukcja 3D w archeologii, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.

Marty P. (2007), Museum Websites and Museum Visitors: Before and After the Museum Visit, *Museum Management and Curatorship*, vol. 22(4): 337-360.

Marty P. (2008), Museum websites and museum visitors: digital museum resources and their use, *Museum Management and Curatorship*, vol. 23(1): 81-99.

Masny A. (2013), Strony domowe polskich muzeów, *Rocznik Muzeum Narodowego w Kielcach*, vol. 28:379-402

Mazurek C., T. Parkoła, M. Werla (2014), Digitalizacja oraz długoterminowe przechowywanie danych w kontekście muzealnych zasobów dziedzictwa kulturowego, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi.

Merritt E. (2014), *Trendswatch 2014*, Centre for the Future of Museums, American Alliance of Museums http://www.aam-us.org/docs/default-source/center-for-the-future-of-museums/2014_trendswatch_lores-with-tracking-chip.pdf?sfvrsn=0 (dostęp. 25.08.2015).

Merritt E. (2015), *Trendswatch 2015*, Centre for the Future of Museums, American Alliance of Museums <http://www.aam-us.org/resources/center-for-the-future-of-museums/projects-and-reports/trendswatch/trendswatch2015>

Merritt E. (2012), *Trends Watch 2012*, Centre for the Future of Museums, American Alliance of Museums http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/2012_trends_watch_final.pdf?sfvrsn=0

Merritt E. (2013), *Trends Watch 2013*, Centre for the Future of Museums, American Alliance of Museums <http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/trendswatch2013.pdf?sfvrsn=4>

MKiDN (2010), *Wieloletni Program Rządowy Kultura+*, Warszawa. Dostęp on-line. http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/inne_dok/WPR_KULTURA_projekt_20100318.pdf

Mondzelewski M. (2011), Standardy i dobre praktyki tworzenia cyfrowej dokumentacji wizualnej w muzeach, *Muzealnictwo*, vol. 52:37-47.

Niezabitowski M. (2013), Digitalizacja – inny wymiar muzeum, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/07/digitalizacja-inny-wymiar-muzeum/>

NIMOZ (2011), *Zalecenia dotyczące planowania i realizacji projektów digitalizacyjnych w muzealnictwie*, Warszawa

NIMOZ (2012), *Cyfrowe odwzorowania muzealiów, parametry techniczne, modelowe rozwiązania*, Warszawa

NIMOZ (2012), *Metadane, zagadnienia słowników kontrolowanych*" Warszawa

NIMOZ (2013), *Cyfrowa fotografia w dokumentacji muzealnej*, Warszawa.

NIMOZ (2014), *Prawne aspekty digitalizacji i udostępniania zbiorów muzealnych przez Internet*, Warszawa.

- Ogonowska Z. (2013a), Muzeum „w znajomych”, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/muzeum-w-znajomych/>
- Ogonowska Z. (2013b), Wycieczka via Internet, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/04/wycieczka-via-internet/>
- Omilanowska M. (2013), Muzea dziś. Rozmowa, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/09/muzea-dzis-rozmowa-z-dr-hab-malgorzata-omilanowska-podsekretarz-stanu-w-mkidn/>
- Omilanowska M. (2015), W muzeach zmieniło się wszystko. Rozmowę przeprowadził P. Kosiewski. *Muzealnictwo*, vol. 56:41-47.
- Parfley J., Gasser U. (2008), *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, New York: Basic Books.
- Parry R. (red.) (2009), *Museums in a Digital Age*, London: Routledge.
- Pawleta M., R. Zapata (2014), Nowomediaalne kreacje przeszłości – przeszłość wirtualnie zapośredniczona, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARGi
- Pawłowska A., Ł. Matoga (2014), Wirtualne Muzea w Internecie – forma promocji i udostępniania dziedzictwa kulturowego czy nowy walor turystyczny? *Turystyka Kulturowa* vol. 9:47-48, dostęp: www.turystykakulturowa.org.
- Piotrowicz G. (2012), Cyfrowa konwergencja bibliotek, archiwów i muzeów w erze informacji w: E. Herden, A. Siedel-Grzezińska, K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Dobra kultury w sieci*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Pomian K. (2014), Kilka myśli o przyszłości muzeum, *Muzealnictwo*, vol. 55:151-155.
- Poprzęcka M., P. Kosiewski (2013), Arcydzieła w iPadach, *Tygodnik Powszechny* 24.06.13 <https://www.tygodnikpowszechny.pl/arcydzieła-w-ipadach-19753>
- Proctor N. (2010), Digital Museum as Platform, Curator as Champion, in the Age of Social Media, *Curator* vol.53(1):35-43.
- Richardson J., J. Visser (b.d.w.), Digital Engagement Framework Workbook, dostępne na <http://digitalengagementframework.com/>
- Robinson H. (2012), Remembering things differently: museums, libraries and archives as memory institutions and the implications for convergence, *Museum Management and Curatorship*, vol.27(4):413-429.
- Romanowski D. (2013), Jak dodać muzeum do Google Art Project? Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/04/jak-dodac-muzeum-do-google-art-project/>.
- Russo A., (2011) Transformations in Cultural Communication: Social Media, Cultural Exchange, and Creative Connections, *Curator*, vol. 54 (3):327-346.
- Russo A., J. Watkins, L. Kelly, S. Chan (2008) Participatory Communication with Social Media, *Curator* vol. 51(1):21-31.
- Rybicka K., H. Rymar, A. Tarkowski (2014) *Ponowne wykorzystywanie informacji publicznej: nowe wyzwanie dla instytucji kultury*, Warszawa: Centrum Cyfrowe.
- Rymar H., K. Rybicka (2013), *Prawne aspekty digitalizacji muzealiów i obiektów kultury*, Centrum Cyfrowe Projekt: Polska, dostęp on-line: http://centrumcyfrowe.pl/wp-content/uploads/2013/05/Prawne-aspekty-digitalizacji-muzeali%C3%B3w-i-objekt%C3%B3w-kultury_2013.pdf (dostęp 25.08.2015).
- Seidel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (2014a), Wielojęzyczne słowniki hierarchiczne w dokumentacji muzealnej w Polsce, *Muzealnictwo*, vol. 55: 116-126 Rocznik, eISSN 2391-4815, DOI: 10.5604/04641086.1119710.

- Siedel-Grześcińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) (2008), *Nowoczesne metody gromadzenia i udostępniania wiedzy o zabytkach*, Wrocław: Wydawnictwo Via Nova.
- Siedel-Grześcińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) (2009), *Informatyka w historii sztuki: stan i perspektywy współczesnych metodologii*, Wrocław: Drukarnia Triada.
- Siedel-Grześcińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) (2014b), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARG1.
- Simon N. (2010), *The Participatory Museum*, Santa Cruz, CA: Museum 2.0.
- Stańska Z. (2013a), Google Art Project – nie tylko obrazki, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/07/google-art-project-nie-tylko-obrazki/>.
- Stańska Z. (2013b), Polskie muzea na Twitterze, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/polskie-muzea-na-twitterze/>.
- Stańska Z. (2013c), Rijksstudio – rewolucja w udostępnianiu zbiorów, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/02/rijksstudio-rewolucja-w-udostepnianiu-zbiorow/>.
- Stańska Z. (2014), Muzea na Instagramie, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2014/01/muzea-na-instagramie/>.
- Stasiak A. (2013), Produkt turystyczny w gospodarce doświadczeń, *Turyzm* vol. 1(23):29-38.
- Stefanik M., Kamel M. (2013), Muzea i wystawy interaktywne w Polsce – współczesna atrakcja turystyczna, *Turystyka Kulturowa*, vol. 8:5-23.
- Szrajber R (2014), Obiekt architektoniczny w przestrzeni wirtualnej w kontekście ochrony, zarządzania, edukacji i popularyzacji dziedzictwa architektonicznego w: Siedel-Grześcińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARG1.
- Tallon L., K. Walker(red.) (2008), *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*, Plymouth: AltaMira Press.
- Trant J. (2009), Emerging convergence? Thoughts on museums, archives, libraries, and professional training, *Museum Management and Curatorship*, vol. 24(4):369-387.
- Undeen D. (2014), Wywiad z Donem Undeenem z Metropolitan Museum of Art., Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2014/01/wywiad-z-donem-undeenem-z-metropolitan-museum-of-art/>
- Urban D. (2014), Prawne aspekty udostępniania obiektów muzealnych przez Internet *Muzealnictwo*, vol. 55:75-84.
- Visser, J. (2014), Strategies for a Heritage Revival in the Digital Age, w: L. Egberts, K. Bosma (red.) *Companion to European Heritage Revivals*, Springer International Publishing.
- Weil S. (1999), From being about something to being for somebody. The ongoing transformation of the American museum, *Daedalus* vol. 128 (3):229-258.
- Werla M. (2011), Do czego jest potrzebna informatyka w digitalizacji? w: H. Hollender (red.) *Cyfrowy świat dokumentu: wydawnictwa, biblioteki, muzea, archiwa*, Warszawa: Centrum Promocji informatyki Sp. z o.o.
- Werner K., K. Sawko, A. Janus, E. Majdecka, K. Rybicka, R. Lis, P. Niezgódka, K. Śliwowski (2014), *Otwarte zabytki Digitalizacja: Przewodnik*, Warszawa: Centrum Cyfrowe
- Williams D. (2009), A Brief History of Museum Computerisation, w: R. Parry (red.) *Museums in a Digital Age*, London: Routledge.

- Wilson R. (2011), Behind the scenes of the museum website, *Museum Management and Curatorship*, vol. 26(4):373-389.
- Zapłata R. (2014), Zabytek zobrazowany – wybrane aspekty digitalizacji w archeologii, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.), *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARG1.
- Zaucha T. (2014), Gerson Digital – cyfrowa monografia historyczno-artystyczna, *Muzealnictwo*, vol. 55:127-131.
- Zawadzki T., P. Filipczak (2014), Modelowanie 3D w rekonstrukcji nieistniejących obszarów zabytkowych, w: Siedel-Grzezińska A., K. Stanicka-Brzezicka (red.) *Obraz i metoda*, Wrocław: Agencja Wydawnicza ARG1.
- Zdziebłowski S. (2013a), Twitter w muzeum, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/twitter-w-muzeum/>
- Zdziebłowski S.(2013b), Muzealnik z zadyszka,Portal[Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line:<http://muzealnictwo.com/2013/06/muzealnik-z-zadyszka/>
- Zespół WMP (2013),Wirtualne Muzea Podkarpacia, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line:<http://muzealnictwo.com/2013/04/wirtualne-muzea-podkarpacia/>
- Zugaj A. (2013a), Blog w muzeum, muzeum na blogu, Portal [Muzealnictwo.com](http://muzealnictwo.com). Dostęp on-line: <http://muzealnictwo.com/2013/05/blog-w-muzeum-muzeum-na-blogu/>
- Zugaj A. (2013b), Muzea warszawskie w blogosferze, *Muzealnictwo*, vol. 54:47-52.