

RAPORT Z BADANIA SONDAŻOWEGO

PRAKTYKI ODBIORU DZIEDZICTWA KULTUROWEGO



Wydawca:



Publikacja powstała w ramach projektu „Cyfrowe praktyki i strategie udostępniania i odbioru dziedzictwa kulturowego w Polsce w latach 2004–2014”

Mariusz Dzięglewski, *Praktyki odbioru dziedzictwa kulturowego. Raport z badania sondażowego*

Koordinacja projektu:

Piotr Knaś, Weronika Stępnia

Zespół projektowy:

Mariusz Dzięglewski, Anna Fiń, Aldona Guzik, Marta Juza, Piotr Knaś, Kinga Kołodziejska, Jadwiga Mazur, Weronika Stępnia

Realizacja badań terenowych:

Patrycja Chlebus-Grudzień, Weronika Dominik, Mariusz Dzięglewski, Anna Fiń, Aldona Guzik, Marta Juza, Adrianna Kruk, Izabella Małnowicz, Agata Marciniak, Jadwiga Mazur, Monika Nadgłowska, Anna Niemierka-Lipparini, Weronika Stępnia, Klaudia Wąsik, Iga Wątopek, Aleksandra Wielek

Współpraca:

Instytut Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ISBN 978-83-61406-34-1

CC BY-NC-SA 3

Spis treści

Charakterystyka badanych	6
Doświadczenie styczności z obiektami kultury (online/offline)	10
Praktyki i strategie związane z wykorzystaniem portali i zasobów cyfrowych	14
Ocena sposobu udostępniania zasobów. Bariery i sposoby ich pokonywania	23
Rekomendacje	28
Bibliografia	31
ANEKS	32
Zasoby internetowe i ich wykorzystanie	32
A. Doświadczenie kontaktu z obiektami kultury	32
B. Praktyki i strategie związane z korzystaniem z portali i wykorzystaniem cyfrowych zasobów	33
C. Ocena i rekomendacje	36
D. Metryczka	37

Badanie odbioru dziedzictwa kulturowego zarówno w formie kontaktu z oryginalnymi obiektami w muzeum, galerii i innych instytucjach kultury, jak też w formie kontaktu ze zdigitalizowanymi obiektami dostępnymi online to jedno z dwóch badań w trzecim module projektu „Cyfrowe strategie i praktyki upowszechniania i odbioru dziedzictwa kulturowego w Polsce w latach 2004–2014”. Badanie przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego na próbie 513 respondentów w okresie od 15 października do 15 grudnia 2016 roku. Zastosowano celowy dobór próby. Ze względu na brak reprezentatywnej próby badawczej wyniki badania mogą być generalizowane jedynie w odniesieniu do osób odwiedzających instytucje kultury, które wzięły w nim udział, oraz osób, które korzystają z internetu. Badanie miało charakter eksploracyjny, a jednostką analizy była osoba, która uczęszcza do instytucji kultury (muzea, galerie itd.) lub korzysta z portali internetowych instytucji udostępniających cyfrowe zasoby. W badaniu postawiono następujące pytania:

1. Jaki jest profil społeczno-demograficzny odbiorców dziedzictwa kulturowego (online i offline)?
2. Czy / w jaki sposób odbiorcy łączą możliwości dostępu do dziedzictwa w tradycyjny sposób i za pomocą technologii cyfrowych?
3. Czy / w jaki sposób respondenci użytkują cyfrowe odwzorowania obiektów dziedzictwa kulturowego dostępnego w sieci?
4. Jakiego typu aktywności podejmują odbiorcy dziedzictwa kulturowego (online, offline)?
5. Jakie są oczekiwania aktywnych odbiorców względem instytucji i osób udostępniających obiekty dziedzictwa kulturowego?

W badaniu zastosowano dwie techniki sondażowe: wywiad kwestionariuszowy z wykorzystaniem kwestionariusza wypełnianego przez respondentów samodzielnie lub przy pomocy ankietera (PAPI, n = 290) oraz ankietę online (CAWI, n = 223)¹. W analizie uwzględniono tylko kwestionariusze wypełnione w całości. W obydwu przypadkach wykorzystano ten sam kwestionariusz, który pozwalał na zakodowanie typu techniki (PAPI, CAWI) oraz miejsca wypełnienia kwestionariusza w przypadku techniki PAPI (nazwa instytucji). W badaniu techniką CAWI uczestniczyły muzea wpisane do Państwowego Rejestru Muzeów, prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, których dyrektorzy wyrazili chęć przyłączenia się do badania, a także biblioteki i inne instytucje kultury, które zamieściły na swoich stronach link do kwestionariusza online. Do badania techniką PAPI przyłączyło się jedenaście instytucji kultury z sześciu województw:

¹ PAPI (ang. *Paper and Pen Personal Interview*) – technika badawcza polegająca na przeprowadzeniu wywiadu twarzą w twarz z respondentem przez wykwalifikowanego ankietera, który wypełnia kwestionariusz. CAWI (ang. *Computer-Assisted Website Interview*) – technika badawcza polegająca na samodzielnym wypełnieniu przez respondenta kwestionariusza zamieszczonego na stronie internetowej.

dolnośląskiego, lubelskiego, łódzkiego, małopolskiego, śląskiego i wielkopolskiego². Dobór próby miał charakter celowy, a kryterium doboru był minimalny stopień aktywności w kulturze. Za aktywnego uczestnika kultury uznano osobę odwiedzającą jedną z jednostek instytucji kultury lub korzystającą z portalu instytucji udostępniających na swoich stronach link do kwestionariusza online.

2 Instytucje, w których badanie przeprowadzono techniką PAPI, to: Muzeum Historii Fotografii w Krakowie, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, Muzeum Miasta Łodzi, Muzeum Miejskie w Wadowicach, Muzeum Miejskie Wrocławia, Muzeum Narodowe w Krakowie, Muzeum Okręgowe w Lesznie, Muzeum Okręgowe w Tarnowie, Muzeum Śląskie, Muzeum Tatrzańskie im. dra Tytusa Chałubińskiego w Zakopanem, Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN.

Charakterystyka badanych

W badaniu uczestniczyło 313 kobiet (66,2%) i 160 mężczyzn (33,8%). Niemal połowa respondentów (48,7%) mieści się w przedziale wiekowym między 18 a 34 rokiem życia. Niespełna dwie trzecie respondentów (59,2%) legitymuje się wykształceniem wyższym, a jedna trzecia (32,1%) to osoby z wykształceniem średnim. Większość respondentów (60,9%) to mieszkańcy dużych miast (powyżej 100 tysięcy mieszkańców) i osoby aktywne zawodowo (60%). Wśród respondentów naszego badania najliczniej reprezentowani są specjaliści, wśród których dominujące grupy zawodowe to: nauczyciele, muzealnicy, historycy i historycy sztuki (zob. tabela 1). Drugą największą kategorią zawodową są pracownicy umysłowi średniego i niższego szczebla, wśród których dominującymi grupami zawodowymi w naszym badaniu są bibliotekarze i przewodnicy turystyczni.

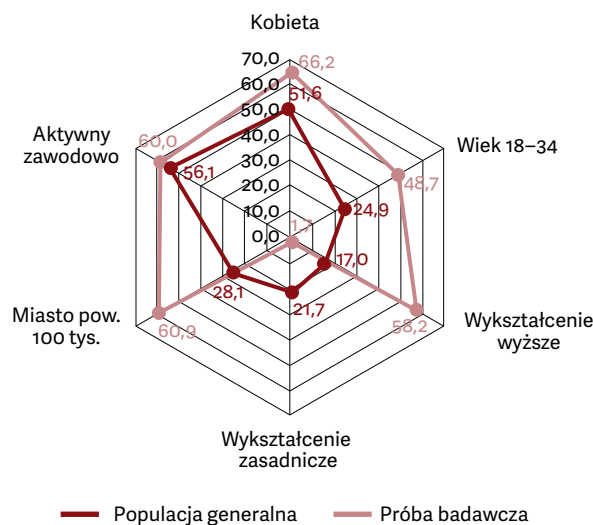
Tabela 1. Najliczniej reprezentowane zawody / grupy zawodowe wśród respondentów, którzy podali taką informację (n = 199)

Lp	Zawód	n
1	nauczyciel	25
2	muzealnik	18
3	bibliotekarz	13
4	historyk / historyk sztuki	8
5	przewodnik turystyczny	5
6	właściciel firmy	5
7	inżynier	4
8	pracownik naukowy/umysłowy	4
9	redaktor	4
10	pracownik administracyjny/biurowy	4

Źródło: badania własne

Taki profil respondentów znacznie różni się od struktury społeczno-demograficznej w populacji ogólnej (zob. wykres 1), ale pokrywa się z profilem osób, które w tradycyjnych statystykach GUS uznaje się za aktywnych uczestników kultury.

Wykres 1. Profil respondentów i struktura społeczno-demograficzna populacji generalnej (w %)



Źródło: badania własne. Dane dla populacji ogólnej zostały zaczerpnięte z następujących źródeł: *Ludność. Stan i struktura demograficzno-społeczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań, GUS, Warszawa 2013*; *Aktywność ekonomiczna ludności Polski, GUS, Warszawa 2016*; *Rocznik demograficzny 2015, GUS, Warszawa 2015*.

Sposób definiowania aktywnego uczestnictwa w kulturze przez GUS został uznany za anachroniczny i nieprzystający do współczesnej rzeczywistości zarówno przez praktyków, jak i badaczy społecznych. Jak słusznie zauważa Barbara Fatyga, w ujęciu tym za aktywnych uczestników kultury uznaje się ludzi, którzy uczęszczają do teatru, filharmonii, muzeów czy galerii sztuki, a więc są uczestnikami praktyk kulturalnych uznawanych za „kulturę wysoką”, a nie dotyczących popkultury³. Taki podział jest dzisiaj trudny do utrzymania ze względu na demokratyzację i mediatyzację dostępu do kultury. Uczestnictwo w kulturze, jak pisze Marek Krajewski, to „proces włączenia danego elementu (jednostki, grupy, ale też przedmiotu) w pewną sytuację uregulowaną kulturowo, a więc zachodzący dzięki językowi, normom i wartościom, narzędziom i przedmiotom stworzonym przez człowieka”⁴. Przy czym taką „sytuacją uwarunkowaną kulturowo” może być instytucja kultury, rodzina, grupa rówieśnicza, ale również uprawa ogródka lub spotkanie towarzyskie. Współczesne pojmowanie uczestnictwa w kulturze opiera się przede wszystkim na rozumieniu relacyjnym, w którym za kluczowe są uznawane relacje społeczne. Elementem tych relacji może być zarówno współuczestnictwo w spektaklu teatralnym, jak

3 Barbara Fatyga, *Rekonstrukcja sensu kategorii uczestnictwa w kulturze*, [w:] Rafał Drozdowski, Barbara Fatyga, Mirosław Filiciak, Marek Krajewski, Tomasz Szlendak, *Praktyki kulturalne Polaków*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014, s. 11.

4 Marek Krajewski, *Uczestnictwo w kulturze*, [w:] Rafał Drozdowski, Barbara Fatyga, Mirosław Filiciak, Marek Krajewski, Tomasz Szlendak, *Praktyki kulturalne Polaków*, dz. cyt., s. 15.

i uprawianie fitnessu czy zamieszczanie wpisów na blogu internetowym. Nowa filozofia prowadzenia badań nad uczestnictwem w kulturze pozwala na uniknięcie podstawowych błędów w generowanych przez GUS diagnozach: podziału na kulturę „wysoką” i „niską”; podziału na „dysponentów” kultury i jej „odbiorców”; klasyfikacji na aktywny i bierny udział w kulturze; w końcu – wartościowania form i treści uczestnictwa⁵. Jednocześnie krytycy ujęcia dotychczasowego rozumienia uczestnictwa w kulturze uznają za zasadne kontynuowanie ilościowych statystyk dotyczących uczestnictwa w takich rodzajach praktyk, jak teatr, kino czy filharmonia, ze względu na ich praktyczną przydatność informacyjną w działalności instytucji kultury (wydawnictw, muzeów). W niniejszym raporcie – pomimo tych krytycznych uwag – posługujemy się kategorią „aktywnego uczestnictwa” w tym znaczeniu jedynie dla celów porównawczych.

W analizie społeczno-demograficznej charakterystyki próby należy uwzględnić dwa etapy selekcji związane z: 1) nielosowym, celowym doбором próby, 2) kryterium aktywnego udziału respondenta w kulturze (czego wskaźnikiem było odwiedzenie instytucji kultury lub portalu prowadzonego przez taką instytucję). Pierwszy etap selekcji prowadzi do ograniczenia doboru do osób, które wyrażą wolę i chęć przystąpienia do badania. Drugi etap selekcji wynika z uwzględnienia w badaniu tylko tych respondentów, których aktywność polega na wizycie w muzeum lub przeglądaniu stron internetowych instytucji kultury i którzy reprezentują tylko jeden – i to specyficzny – typ aktywności kulturalnej. Wiele dotychczasowych badań wskazuje, że aktywnych uczestników kultury (w rozumieniu GUS) będzie cechować wyższe, rzadziej – średnie wykształcenie oraz przynależność do młodszej grupy wiekowej. W badaniach *Praktyki kulturalne Polaków* na stopień uczestnictwa we wszystkich praktykach niegdyś uznawanych za „kulturę wysoką” (teatr, galeria sztuki, filharmonia, muzeum, biblioteka, wykład, spotkanie z autorem) wpływ mają przede wszystkim wiek i wykształcenie, a w nieco mniejszym zakresie – miejsce zamieszkania⁶. Co ciekawe, zależność ta dotyczy również praktyk pozainstytucjonalnych (czytania, słuchania muzyki, oglądania filmów i telewizji) oraz praktyk do niedawna uznawanych za „pozakulturalne” lub „rozrywkowe” (festyn, koncert na powietrzu, bywanie w klubie muzycznym, kawiarni, wyjazd weekendowy, impreza towarzyska)⁷. Zależność między poziomem wykształcenia a chęcią uczestnictwa w kulturze „wysokiej” została przebadana również w ogólnopolskim badaniu panelowym *Diagnoza społeczna*⁸. Z badań tych wynika, że im niższy poziom wykształcenia, tym częściej respondenci deklarują brak zainteresowania jakimikolwiek formami uczestnictwa w kulturze (kino, teatr, wystawy). W roku 2015 odsetek osób niezainteresowanych wystawami wśród osób

5 Barbara Fatyga, *Rekonstrukcja sensu...*, dz. cyt., s. 11.

6 Tomasz Szlendak, *Formy aktywności kulturalnej*, [w:] Rafał Drozdowski, Barbara Fatyga, Mirosław Filiciak, Marek Krajewski, Tomasz Szlendak, *Praktyki kulturalne Polaków*, dz. cyt.

7 Tamże, s. 170–209.

8 Badania te mają na celu diagnozę warunków i jakości życia Polaków. Prowadzone są na reprezentatywnej próbie panelowej od roku 2000, początkowo w odstępach co trzy, a następnie co dwa lata.

z wykształceniem podstawowym wynosił 68,4%, z wykształceniem zawodowym i gimnazjalnym – 50,5%, podczas gdy w grupie osób z wykształceniem średnim i wyższym odsetki te wynosiły odpowiednio: 37,1% i 18%⁹. Przynależność aktywnych uczestników kultury do młodszych kategorii wiekowych potwierdzają między innymi badania Polskiego Generalnego Sondażu Społecznego (PGSS 1999B), w których respondentom zadano pytania dotyczące częstotliwości korzystania z bibliotek publicznych, chodzenia do kina, teatru, na koncert oraz czytania książek i czasopism. Zdecydowana większość respondentów odwiedzających teatr (60%) lub korzystających z bibliotek publicznych (69,9%) kilka razy w miesiącu lub częściej to osoby młodsze (poniżej 44 roku życia)¹⁰.

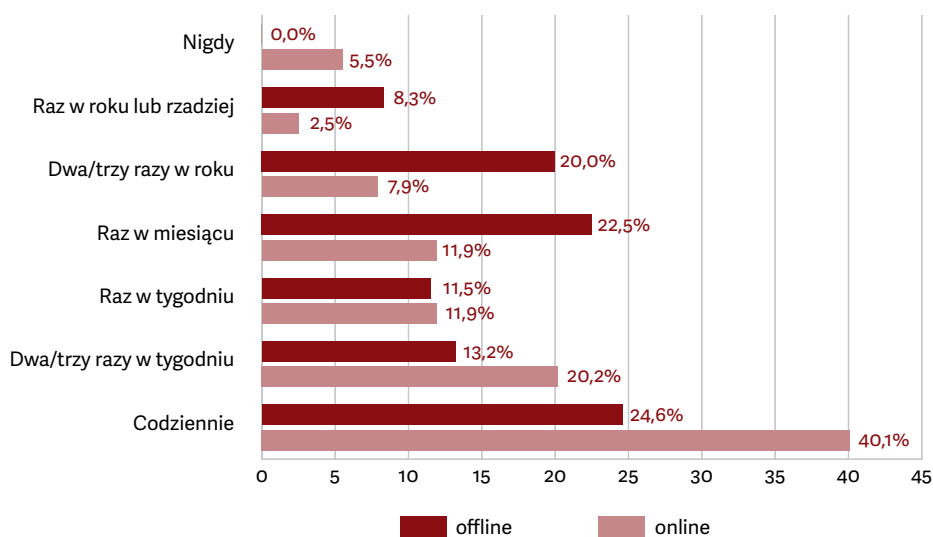
9 *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, red. Janusz Czapiński, Tomasz Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015, s. 112.

10 Obliczenia własne na podstawie: Bogdan Cichomski, Tomasz Jerzyński, Marcin Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne. Skumulowany komputerowy zbiór danych 1992–2010*, Instytut Studiów Społecznych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2013.

Doświadczenie styczności z obiektami kultury (online/offline)

W badaniu przyjęto siedmiostopniowy wskaźnik częstotliwości kontaktu z obiektami kultury zarówno w trakcie wizyt w instytucjach kultury, wydarzeń kulturalnych (na przykład wystawy), jak i poprzez obcowanie z obiektami udostępnianymi online. Zdecydowanie większy odsetek respondentów (72,2%) deklaruje wysoką częstotliwość (raz w tygodniu i częściej) styczności z takimi obiektami, jak dokumenty, fotografie artystyczne/archiwalne, filmy, obiekty muzealne, obrazy czy zabytki, za pośrednictwem internetu. Natomiast w odniesieniu do częstotliwości wizyt w muzeum, galerii i innych instytucjach kultury odsetek ten wynosi 49,3%. Należy też zauważyć, że respondenci często odwiedzający strony internetowe z zasobami online odwiedzają muzea i galerie niemal pięciokrotnie częściej niż osoby, które rzadko sięgają do internetowych zasobów kultury (odpowiednio 63,2% i 13,1% w danej kategorii). Potwierdza to znaną z innych badań zależność pomiędzy stopniem aktywności w internecie i stopniem aktywności w świecie fizycznym (na przykład w relacjach towarzyskich). Wysoka średnia częstotliwość odwiedzin instytucji kultury udostępniających zasoby kultury (zob. wykres 2) związana jest też z wysokim odsetkiem respondentów, dla których instytucje te są miejscem pracy (bibliotekarze, muzealnicy).

Wykres 2. Częstotliwość styczności respondentów z obiektami kultury online i offline (n = 471)

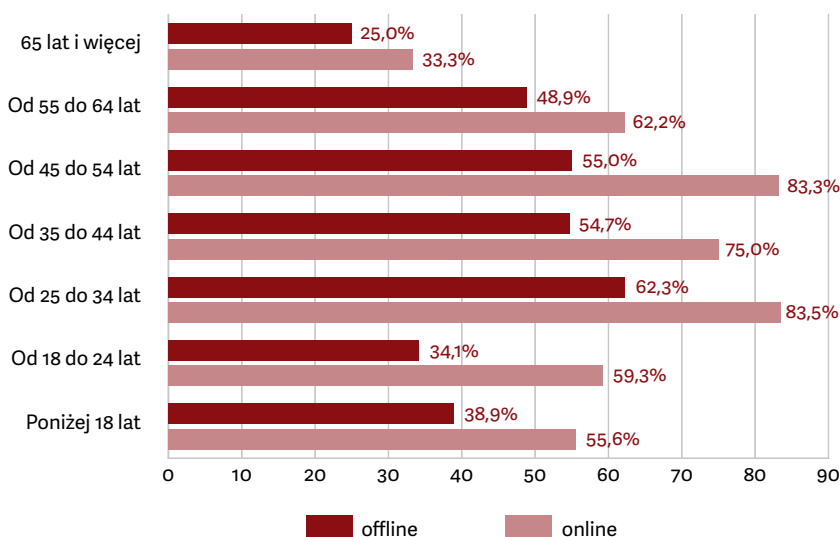


Źródło: badania własne

Cechy respondentów wpływające na częstotliwość styczności z obiektami kultury to: wiek, wykształcenie, aktywność zawodowa i, w mniejszym stopniu, miejsce zamieszkania. Największą częstotliwość styczności z obiektami w instytucjach kultury deklarują respondenci w grupie wiekowej 25–34 lata. Respondenci poniżej 18 i powyżej 65 roku życia

najrzadziej odwiedzają takie instytucje (zob. wykres 3). W przypadku styczności z obiektami online wysoką częstotliwość deklaruje ponad połowa respondentów we wszystkich kategoriach wiekowych z wyjątkiem respondentów powyżej 65 roku życia. Wyniki te są zgodne z tendencją wykazaną w innych badaniach opisanych powyżej. Niski stopień styczności z obiektami online ze strony osób 65+ wiąże się z tym, że zwykle mają one mniejsze kompetencje cyfrowe, a czasem znajdują się w grupie osób wykluczonych cyfrowo. Choć z roku na rok zauważa się coraz większy udział tej grupy wiekowej wśród osób posługujących się komputerami i wykorzystujących internet, to odsetek ten wciąż utrzymuje się na niskim poziomie.

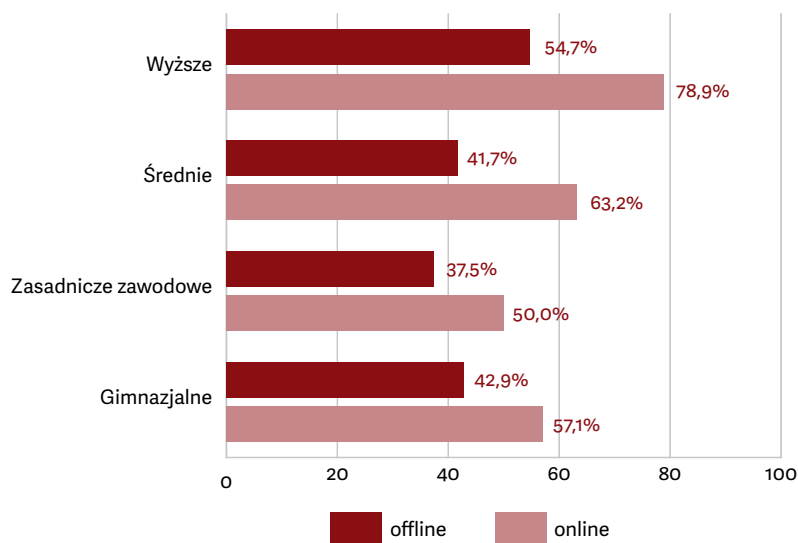
Wykres 3. Odsetek respondentów o wysokiej częstotliwości styczności z obiektami kultury online i offline (raz w tygodniu lub częściej) w poszczególnych kategoriach wiekowych (n = 441)



Źródło: badania własne

Im wyższe wykształcenie respondentów, tym chętniej odwiedzają oni muzea, galerie i inne instytucje kultury. Najczęstsze kontakty z obiektami kultury deklarują osoby z wykształceniem wyższym (54,7% styka się z zasobami kultury raz w tygodniu lub częściej w instytucjach kultury; aż 78,9% czyni to przez internet; zob. wykres 4).

Wykres 4. Odsetek respondentów często (raz w tygodniu lub częściej) stykających się z zasobami kultury zarówno online, jak i offline – podział według wykształcenia (n = 449)



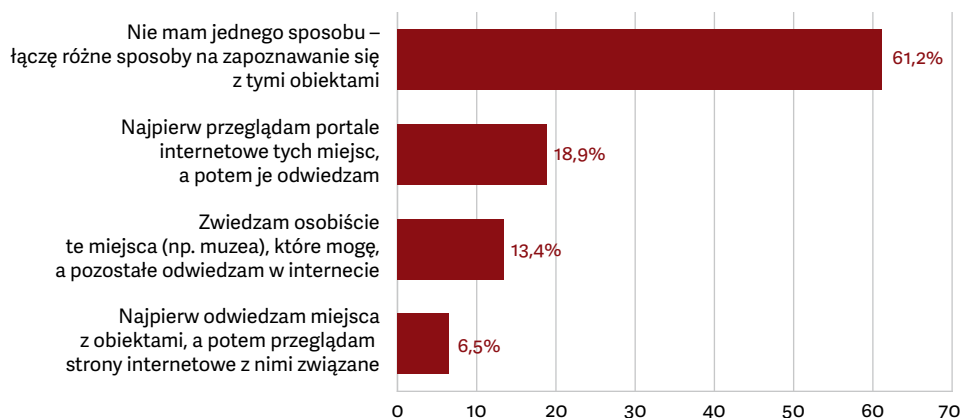
Źródło: badania własne

Aktywność zawodowa pozytywnie wpływa na częstotliwość kontaktów z obiektami kultury w instytucjach kultury, w nieco mniejszym stopniu – na częstotliwość kontaktów z obiektami online. W świetle wyników badania wielkość miejscowości zamieszkania nie ma wpływu na częstotliwość kontaktu z zasobami instytucji kultury (biblioteki, muzea). Ten zaskakujący wynik jest zgodny z wnioskami płynącymi z reprezentatywnych badań *Praktyki kulturalne Polaków*, w których wskazuje się na brak zależności pomiędzy chodzeniem do muzeów, odwiedzaniem skansenów i obiektów turystycznych a wielkością miejscowości, w której mieszkają respondenci¹¹. Natomiast różnice w częstotliwości kontaktów online pomiędzy mieszkańcami wsi i dużych miast są już znaczące (raz w tygodniu lub częściej: wieś – 64,9%; miasto powyżej 500 tysięcy mieszkańców – 78,8%).

Niemal dwie trzecie respondentów (61,2%) deklaruje brak stałego sposobu docierania do zasobów kultury. Oznacza to, że zdecydowana większość respondentów łączy różne formy zapoznawania się z tymi zasobami. Niemal jedna piąta respondentów (18,9%) przegląda portale internetowe instytucji kultury, zanim je odwiedzi, co ósmy respondent (13,4%) zwiedza osobiście miejsca, do których ma dostęp (muzea, galerie), a pozostałe „odwiedza” za pośrednictwem stron internetowych (zob. wykres 5).

¹¹ Tomasz Szlendak, *Formy aktywności kulturalnej*, dz. cyt., s. 159.

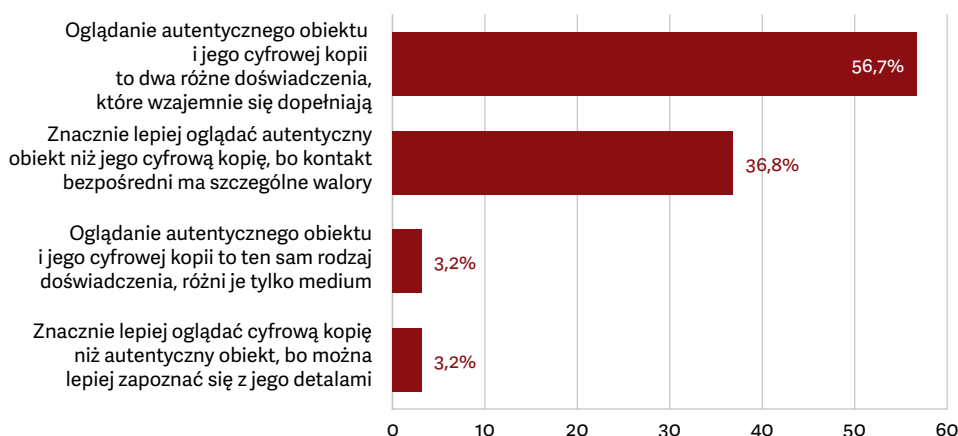
Wykres 5. Praktyki zapoznawania się respondentów z obiektami kultury (n = 449)



Źródło: badania własne

Analiza pytania dotyczącego różnicy pomiędzy doświadczeniem styczności z autentycznym obiektem (obrazem, artefaktem w muzeum) a jego cyfrowym odwzorowaniem wskazuje, że autentyczność obiektu niemal dla wszystkich respondentów jest bardzo istotnym aspektem (zob. wykres 6). Ponad połowa respondentów (56,7%) zgadza się ze stwierdzeniem, że oglądanie autentycznego obiektu i jego cyfrowej kopii to dwa różne, wzajemnie dopełniające się doświadczenia. Medium odgrywa zatem w tym doświadczeniu kluczowe znaczenie. Ponad jedna trzecia respondentów (36,8%) woli oglądać autentyczny obiekt, a nie jego cyfrową kopię, uznając doświadczenie kontaktu z oryginalnym przedmiotem kultury za wyjątkowe.

Wykres 6. Opinie respondentów na temat doświadczenia styczności z obiektami kultury (n = 462)



Źródło: badania własne

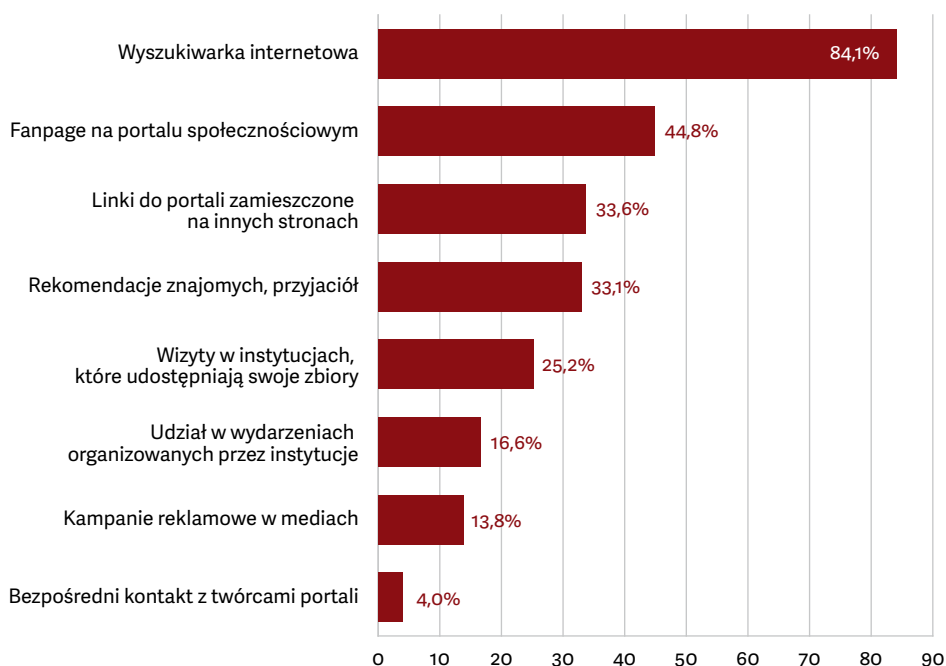
Praktyki i strategie związane z wykorzystaniem portali i zasobów cyfrowych

Kluczowym pytaniem dotyczącym praktyk i strategii związanych z korzystaniem z zasobów kultury online jest pytanie o źródła informacji o tych zasobach. Analiza danych wskazuje, że inicjatywa dotarcia do określonej strony internetowej czy repozytorium leży głównie po stronie użytkowników internetu, a najczęstszym sposobem zasięgnięcia informacji o nich jest dla zdecydowanej większości respondentów (84,1%) wyszukiwarka internetowa (zob. wykres 7). Ponad dwie piąte respondentów (44,8%) czerpie wiedzę na temat portali udostępniających zasoby kultury online z treści zawartych na fanpage'ach portali społecznościowych, poprzez linki zamieszczane na odwiedzanych stronach (33,6%) oraz z rekomendacji znajomych i przyjaciół (33,1%)¹². Umiarkowanie niski odsetek respondentów dowiedział się o repozytoriach poprzez udział w wydarzeniach organizowanych przez instytucje kultury (16,6%) czy kampanie reklamowe w mediach (13,8%), a bardzo niski odsetek – poprzez bezpośredni kontakt z twórcami portali (4%)¹³.

12 Wyniki te są potwierdzeniem wniosków płynących z analizy zawartości portali internetowych (pierwszy moduł projektu), z której wynika, że portale społecznościowe często są wbudowane w architekturę stron internetowych. W tym kontekście warto też zwrócić uwagę na obecną w wypowiedziach twórców portali strategię promocji stron internetowych poprzez „linkowanie” i odpowiednie pozycjonowanie strony. Wskazuje to na rozpoznanie przez twórców portali tych kanałów komunikacji z użytkownikami jako skutecznych. Analiza danych pokazuje też, że instytucje kultury w niewielkim stopniu wykorzystują odwiedziny respondentów w ich murach do promowania zasobów dostępnych online (takie źródło informacji wymienił co czwarty ankietowany). Zob.: Mariusz Dzięglewski, Aldona Guzik, *Procesy digitalizacji dziedzictwa. Prawodawstwo, typy repozytoriów i przykłady ich wykorzystania w latach 2004–2014*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2016, <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/files/ProcesDigitalizacji-ostateczny.pdf> (dostęp 2 listopada 2017). Jednocześnie potwierdzenie zyskują wnioski wynikające z drugiego modułu projektu, dotyczące niskiego stopnia interaktywności portali zawierających zasoby kultury. Zob.: Mariusz Dzięglewski, Aldona Guzik, *Digitalizacja, udostępnianie i upowszechnianie zasobów kultury w doświadczeniu twórców wybranych portali internetowych w Polsce*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2016, http://cyfrowe-dziedzictwo-kulturowe.mik.krakow.pl/files/bwk_digitalizacja_udostepnianie1.pdf (dostęp 2 listopada 2017).

13 Wypowiedzi twórców portali (drugi moduł projektu) wskazują, że świadomie rezygnują oni z dużych medialnych kampanii promujących ich działalność ze względu na wysokie koszty i niską – ich zdaniem – skuteczność tego kanału komunikacji. W świetle wypowiedzi twórców portali nie zaskakuje również znikoma liczba wskazań na bezpośrednie kontakty twórców portali z ich użytkownikami, ponieważ – jak wykazaliśmy – użytkownicy najczęściej w ogóle nie uczestniczą w procesie koncepcyjnym, projektowaniu modelu dostępu do zasobów, a wiedza twórców portalu na temat jego użytkowników jest zwykle niewielka. Zob.: Mariusz Dzięglewski, Aldona Guzik, *Digitalizacja, udostępnianie...*, dz. cyt.

Wykres 7. Źródła informacji na temat stron internetowych udostępniających zasoby kultury online (n = 508)^a



^a Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wskazać od jednego do trzech źródeł informacji.

Źródło: badania własne

Nieznacznie ponad połowa (57,1%) respondentów odpowiedziała na pytanie dotyczące wskazania portali udostępniających cyfrowe obiekty kultury, z których korzystają. Najwięcej informacji na temat tych portali udzielili respondenci w kategoriach wiekowych od 25 do 54 lat i z wykształceniem wyższym, najmniej – w kategoriach skrajnych (najmłodszy i najstarsi respondenci). Każdy z respondentów mógł wskazać od jednego do pięciu portali internetowych, z których korzysta. Liczba wskazań wyniosła 796 (zob. tabela 2). Łącznie respondenci wymienili 247 portali lub typów portali, z których korzystają. Ponad jedna trzecia wszystkich wskazań to strony odgórnych instytucji kultury, muzeów i galerii (34,8%). Co szósta wzmianka dotyczyła strony repozytorium, które umożliwia wyszukiwanie danego typu zasobów. Jako portale udostępniające cyfrowe obiekty kultury respondenci wymienili portale społecznościowe (13,6% wszystkich wskazań) oraz wyszukiwarki internetowe (6%), odgrywające rolę „punktów dostępu” do zasobów. Respondenci korzystają również ze stron bibliotek cyfrowych (8,8%). Nieznaczny odsetek wskazanych przez badanych stron (5,9%) to portale prowadzone przez instytucje oddolne: stowarzyszenia, fundacje i osoby prywatne.

Tabela 2. Liczba i odsetek wskazań poszczególnych typów portali (n = 796)

Lp	Typy portali wskazanych przez respondentów	n	%
1	strony muzeów, galerii i instytucji kultury	277	34,8
2	strony repozytoriów różnych typów zasobów	126	15,8
3	strony portali społecznościowych	108	13,6
4	strony bibliotek cyfrowych	70	8,8
5	wyszukiwarki internetowe	48	6,0
6	strony stowarzyszeń, fundacji i pojedynczych osób	47	5,9
7	ogólnopolskie lub lokalne portale informacyjne	39	4,9
8	strony mediów (telewizja, radio, czasopisma)	19	2,4
9	inne	62	7,8
	Razem	796	100,0

Źródło: badania własne

Oprócz stron w języku polskim respondenci stosunkowo często (7,9% wszystkich wskazań) podają portale zagraniczne lub prowadzone w języku obcym, głównie angielskim. Najczęściej są to strony instytucji w Wielkiej Brytanii, Francji, Niemczech, Holandii, Włoszech i Stanach Zjednoczonych. Wśród takich instytucji znajdują się między innymi strony Muzeum Wiktorii i Alberta, Muzeum Brytyjskiego, Luwru, Metropolitan Museum of Art, Guggenheim Gallery, Rijksmuseum czy Galerii Uffizi.

Wśród stron muzeów dominują te, które zostały wpisane do rejestru muzeów prowadzonego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, zarówno muzea narodowe, jak i okręgowe z całej Polski, na co istotny wpływ miał dobór próby do badania. Można się spodziewać, że respondenci, którzy wskazywali nazwy portali w badaniu internetowym, byli jednocześnie użytkownikami stron instytucji, które zgodziły się wziąć udział w projekcie. Znaczna liczba respondentów nie podała precyzyjnej nazwy muzeum, mówiąc jedynie o korzystaniu ze „stron muzeów”. W grupie wskazywanych instytucji najczęściej pojawiały się: Muzeum Narodowe w Krakowie, Wirtualne Muzea Małopolski, Muzeum Narodowe w Warszawie, Muzeum Wiktorii i Alberta. Wśród najczęściej wymienianych instytucji kultury znalazło się przede wszystkim Narodowe Archiwum Cyfrowe (wspomniane aż 47 razy) oraz inne centra digitalizacji: Narodowy Instytut Dziedzictwa, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów. Wyliczano również strony Ośrodka Brama Grodzka – Teatr NN oraz Ośrodka KARTA.

Dwie trzecie wzmianek dotyczących konkretnych repozytoriów cyfrowych to wskazania na trzy portale: Polona (53 wyliczenia), Ninatka (17), Europeana (12). Respondenci wymieniają też różnorodne repozytoria dokumentów archiwalnych oraz repozytoria dotyczące konkretnej domeny (na przykład sztuki filmowej). Stosunkowo często respondenci wskazywali na portale społecznościowe, głównie Facebook lub konkretne fanpage'e umieszczone na tym portalu (66 wyliczeń). Strony te odnoszą się do konkretnych miejscowości (Stary Kraków, Stara Łódź, Stary Koszalin), artystów (Michelangelo Buonarroti), instytucji (Muzeum w Koszalinie, Museo Italia) lub tematów (Rerum Barbaricum, kultura i obyczaje XIX wieku). Innym istotnym portalem okazała się strona YouTube oraz jej kanały tematyczne (22 wskazania). Respondenci stosunkowo często wymieniali również popularną w Polsce wyszukiwarkę Google (25 wskazań). Najczęściej wyszczególniane portale przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Ranking najczęściej wskazywanych portali internetowych

Lp	Nazwa	Liczba wskazań
1	Facebook (w tym fanpage'e)	66
2	Polona	53
3	Narodowe Archiwum Cyfrowe	47
4	Federacja Bibliotek Cyfrowych	29
5	Google	25
6	YouTube	22
7	Wikipedia	19
8	Muzeum Narodowe w Krakowie	18
9	Ninatka	17
10	Onet	16
11	Europeana	12
12	Instagram	12
13	Wirtualne Muzea Małopolski	12
14	Wirtualna Polska	11
15	Muzeum Narodowe w Warszawie	10

Źródło: badania własne

Wśród kategorii bibliotek cyfrowych najczęściej wymieniano Federację Bibliotek Cyfrowych oraz poszczególne biblioteki wchodzące w jej skład: wojewódzkie (małopolska, lubelska, pomorska, śląska), uniwersyteckie (uw, kul) oraz instytutów badawczych (Polski Instytut Antropologii). Ponadto wskazywano Bibliotekę Narodową oraz biblioteki tematyczne – polskie i zagraniczne (na przykład Public Library w Nowym Jorku).

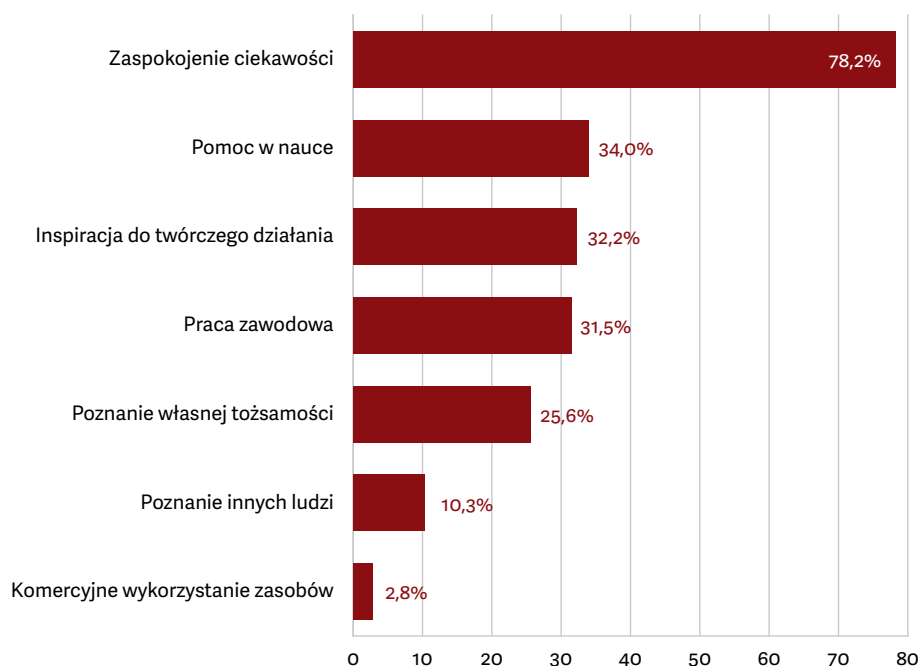
Wśród portali powstałych z inicjatywy oddolnej, utworzonych przez stowarzyszenia, fundacje i pojedyncze osoby, wskazywano między innymi portale: Wratislaviae Amici, Awers/Rewers, Histmag, Wirtualne Muzeum Przedmiotów Kultury, Wirtualny Sztetl, Zamki i Warownie.

Respondentów, którzy wymieniali strony internetowe, cechuje stosunkowo dobra znajomość portali utworzonych przez duże odgórne instytucje kultury. Znają też portale utworzone przez podobne instytucje zagraniczne. Analiza potwierdza znaczącą rolę, jaką w dostępie do zasobów odgrywają portale społecznościowe (głównie Facebook) oraz wyszukiwarki internetowe (Google), które w świadomości respondentów same w sobie są portalami udostępniającymi cyfrowe zasoby kultury. Wyniki analizy pokazują jednocześnie, jak niewielką rolę w doświadczaniu styczności z obiektami kultury online odgrywają portale, które zostały utworzone w ramach oddolnej działalności stowarzyszeń, fundacji i pojedynczych osób.

Respondentów najczęściej interesują zasoby archiwalne (53,8%), w dalszej kolejności biblioteczne (45,7%), audiowizualne (44,3%) oraz muzealne (42,8%)¹⁴. Znacznie mniej respondentów deklaruje zainteresowanie zabytkami. Badanych poproszono też o wskazanie celu, w jakim odwiedzają strony prezentujące cyfrowe obiekty kultury. Pytanie to pozwala określić, jakie funkcje portale te pełnią w rzeczywistości w codziennych praktykach. Najważniejszą i najczęściej wskazywaną funkcją (78,2% badanych) jest zaspokojenie ciekawości respondentów, którzy interesują się różnymi aspektami związanymi z kulturą (zob. wykres 8). Jedna trzecia respondentów wiąże portale ze wsparciem podczas nauki (34%) i w pracy zawodowej (31,5%) oraz z inspiracją do twórczego działania (32,3%). Znikomy odsetek wskazań dotyczył komercyjnego wykorzystania zasobów dostępnych na portalach (2,8%).

14 Podział na typy zasobów dziedzictwa kulturowego ma charakter umowny i porządkujący. Zdecydowano się na typologię stosowaną w praktyce Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz w ramach działalności Centrum Kompetencji ds. digitalizacji. Zob.: Mariusz Dzięglewski, Marta Juza, *Cyfrowe praktyki i strategie upowszechniania i odbioru dziedzictwa kulturowego. Raport metodologiczny*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2015, s. 6, <http://e-sklep.mik.krakow.pl/ebooks/raport-metodologiczny-cdk.pdf> (dostęp 2 listopada 2017).

Wykres 8. Cel, w jakim respondenci odwiedzają portale prezentujące cyfrowe obiekty kultury (n = 508)^a



^a Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wskazać od jednego do trzech źródeł informacji.

Źródło: badania własne

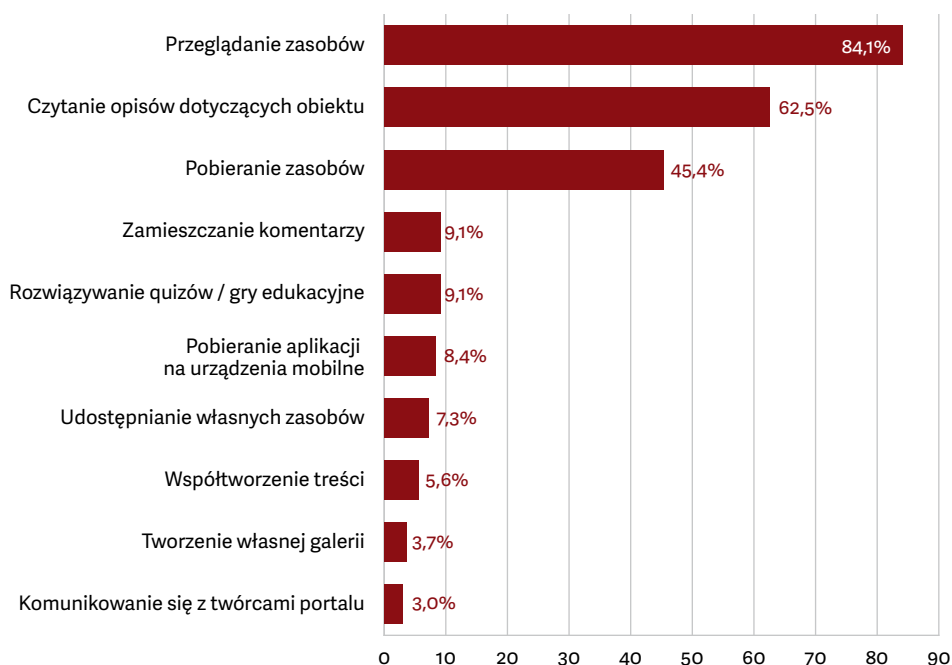
Obok tych podstawowych funkcji respondenci zwracali też uwagę na korzystanie z portali w celach rozrywkowych, jako sposób spędzania wolnego czasu oraz w celu realizacji indywidualnych projektów, na przykład odtworzenia genealogii rodzinnej czy rekonstrukcji historycznej. Sięganie do portali w ramach pracy zawodowej deklarują najczęściej respondenci z wykształceniem wyższym i średnim, w grupie wiekowej 25–44 lata, natomiast w celach związanych z nauką – respondenci z wykształceniem gimnazjalnym (60%) i średnim (36,4%), w grupie wiekowej poniżej 25 lat. Uzyskany wysoki odsetek osób korzystających z portali w celach związanych z nauką może wskazywać na znaczne wykorzystanie zasobów cyfrowych w procesie dydaktycznym na poziomie szkoły średniej (wykształcenie gimnazjalne). Jednak niereprezentatywna próba i nieliczna kategoria osób z wykształceniem gimnazjalnym nakazują dalsze badania na próbie reprezentatywnej, które pozwolą zweryfikować tę hipotezę.

Rozkład odpowiedzi respondentów na pytanie dotyczące celu sięgania do portali internetowych zawierających zasoby kultury może świadczyć o tym, że kontakt z tymi portalami jest dla badanych elementem rozwoju własnych zainteresowań i pasji, w dalszej kolejności wiąże się z pracą i nauką. Zasoby dostępne online i ich wykorzystanie nie są postrzegane jako potencjalne źródło umożliwiająca działalność komercyjną.

W badaniu uwzględniono dwa wymiary wykorzystania zasobów dostępnych online. Pierwszy odnosi się do aktywności związanych z korzystaniem z funkcjonalności portali, drugi – z ponownym wykorzystaniem (*reuse*) cyfrowych obiektów kultury, ich twórczą modyfikacją i przetwarzaniem w ramach pracy zawodowej lub nauki. Niemal wszyscy respondenci w celu przeglądania portali i zasobów cyfrowych korzystają głównie z komputera (96,9%), połowa respondentów (50,2%) wskazała również smartfon.

Główną aktywnością respondentów związaną z korzystaniem z portali internetowych (zob. wykres 9) jest przeglądanie zasobów (84,1% badanych). Ponad połowa (62,5%) czyta opisy dotyczące przeglądanych obiektów (zdjęć, artefaktów, filmów). Nieco mniej niż połowa (45,4%) pobiera zasoby na własny komputer. Oznacza to, że niespełna połowa respondentów dysponuje zasobami, które mogą być ponownie wykorzystane w pracy lub nauce. Pozostałe aktywności odgrywają w praktykach korzystania z portali marginalną rolę. Taki rozkład odpowiedzi potwierdza sformułowaną we wcześniejszych badaniach tezę o niskiej interaktywności portali. Niewielki odsetek respondentów współtworzy treści, przy czym częściej są to mężczyźni i osoby aktywne zawodowo. Potwierdza się również hipoteza dotycząca stosunkowo niewielkiego wykorzystania portali w celach edukacyjnych (korzystanie z takich funkcjonalności, jak quizy, gry edukacyjne). Mały odsetek respondentów, którzy korzystają z aplikacji na urządzenia mobilne, może wiązać się z tym, że – jak wynika z poprzednich badań – niewiele portali jest do tego celu dostosowanych.

Wykres 9. Aktywności podejmowane przez respondentów na portalach internetowych (n = 427)^a

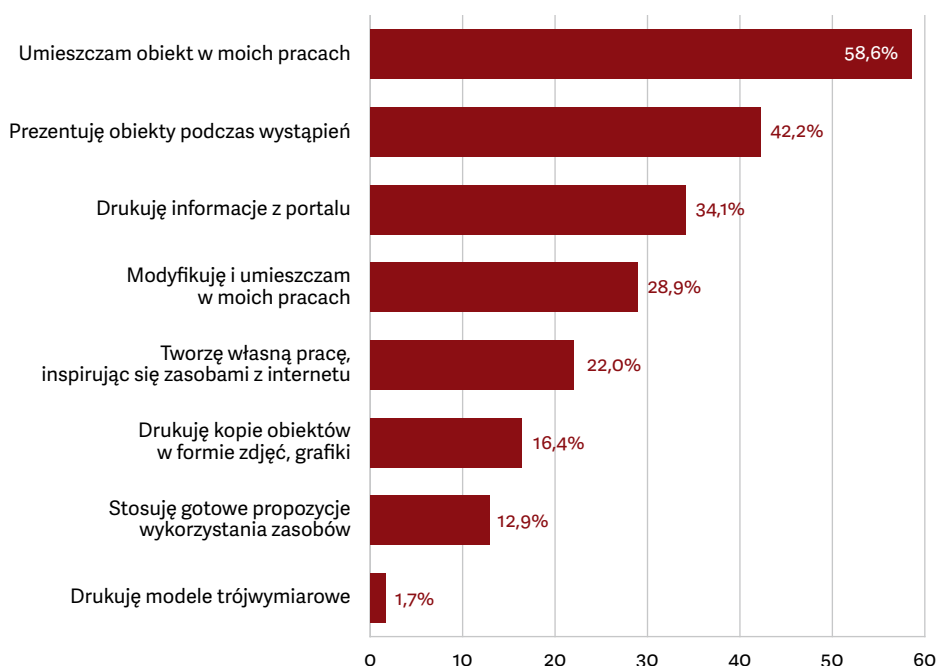


^a Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wybrać od jednej do trzech odpowiedzi.

Źródło: badania własne

Nieco większy odsetek respondentów (57,1%), niż wynika to z odpowiedzi na pytanie dotyczące pobierania zasobów na własny komputer, deklaruje, że wykorzystuje cyfrowe obiekty kulturowe w swojej pracy lub nauce, przy czym zdecydowanie częściej są to mężczyźni. Znacznie częściej respondenci wymieniają takie sposoby wykorzystania cyfrowych obiektów kultury, które nie wymagają ich modyfikacji lub przetworzenia (zob. wykres 10). Są to przede wszystkim: umieszczanie obiektów w postaci tekstu lub grafiki we własnych pracach (58,6%), prezentowanie obiektów podczas wystąpień (42,2%) oraz wydruk informacji zawartych na portalu internetowym (34,1%). Znacznie rzadziej respondenci wykorzystują zasoby cyfrowe w sposób twórczy, wymagający ich przetworzenia (28,9%), lub tworzą własne prace, dla których cyfrowe obiekty kultury są jedynie inspiracją (22%). Wśród respondentów wykorzystujących zasoby w ten sposób dominują osoby z wykształceniem wyższym. Twórcze wykorzystanie zasobów wiąże się też ze specyfiką zawodową. Taki sposób wykorzystania zasobów wskazali respondenci pracujący w zawodach: artysta malarz, grafik, web developer, animator kultury, nauczyciel, lub uprawiający wolny zawód w sektorze kreatywnym. Niewielki odsetek respondentów deklaruje stosowanie gotowych propozycji wykorzystania zasobów w swojej pracy (12,9%), co należy powiązać z niewielką liczbą portali, które takie propozycje zawierają.

Wykres 10. Sposoby ponownego wykorzystania cyfrowych obiektów kultury (n = 232)^a



^a Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wybrać od jednej do trzech odpowiedzi.

Źródło: badania własne

Odpowiedzi respondentów dotyczące sposobu wykorzystania cyfrowych zasobów świadczą o tym, że przeglądanie zasobów online jest powszechną praktyką. Jedynie połowa respondentów ponownie wykorzystuje zasoby cyfrowe w swojej pracy lub nauce. Wykorzystanie zasobów ogranicza się głównie do praktyk, które nie wiążą się z przetwarzaniem ani twórczą modyfikacją obiektów zamieszczonych w internecie.

Ocena sposobu udostępniania zasobów. Bariery i sposoby ich pokonywania

Respondentów poproszono o ocenę poszczególnych obszarów związanych z udostępnianiem obiektów kultury na polskich portalach internetowych, ze szczególnym uwzględnieniem kategorii osób uznanych przez respondentów za wykluczone z możliwości pełnego dostępu do tych zasobów. Badani mieli wskazać bariery w procesie udostępniania obiektów online oraz propozycje pokonania tych trudności. Ostatnie pytanie w kwestionariuszu dotyczyło typu podmiotu, który zdaniem respondentów powinien zajmować się udostępnianiem obiektów kultury w internecie.

Przy ocenie poszczególnych obszarów udostępniania zasobów zastosowano pięciostopniową skalę ocen, zbliżoną do skali ocen w polskim systemie edukacji, gdzie 1 oznacza ocenę „bardzo złą”, a 5 – ocenę „bardzo dobrą”. Ogólnie rzecz biorąc, respondenci najczęściej oceniają sposób udostępniania zasobów na portalach internetowych na 4 w pięciostopniowej skali (zob. tabela 4), są jednak w swoich ocenach rozbieżni. W różnych obszarach oceny wahają się od 2,24 do 4,62, a średnia w żadnym z badanych obszarów nie przekracza 3,7.

Tabela 4. Ocena poszczególnych obszarów udostępniania cyfrowych obiektów kultury. Skala: od 1 („bardzo źle”) do 5 („bardzo dobrze”)

Obszary oceny	n	Średnia	Mediana	Dominanta	Odchylenie standardowe
jakość cyfrowych kopii obiektów	429,0	3,62	4	4	1,0
stopień obiektywności zamieszczonych na portalu informacji	426,0	3,6	4	4	0,9
możliwość dotarcia do interesującego obiektu	433,0	3,56	4	4	1,0
forma opisu obiektu	425,0	3,53	4	4	1,0
stopień dostosowania portali do potrzeb odbiorcy	427,0	3,49	4	3 ^a	1,0
profesjonalizm zaprojektowania portalu	320,0	3,43	4	4	1,0
możliwość skopiowania obiektów na własny komputer	420,0	3,39	3	4	1,1
jakość aplikacji udostępnianych na portalu	416,0	3,24	3	3	1,0

^a Istnieje wiele wartości modalnych. Podano wartość najmniejszą.

Źródło: badania własne

Analiza odsetka respondentów, którzy ocenili poszczególne obszary wyżej niż 3, wskazuje, że oprócz jakości aplikacji udostępnianych na portalu (41% respondentów oceniających ten obszar na 4 lub 5) połowa lub nieznacznie więcej respondentów także pozostałe obszary oceniła „dobrze” (4) lub „bardzo dobrze” (5). Możliwość skopiowania cyfrowych obiektów na własny komputer oraz profesjonalizm zaprojektowania portalu „dobrze” lub „bardzo dobrze” oceniło 50% respondentów. Nieznacznie lepiej oceniono stopień obiektywności zamieszczonych na portalu informacji (59%), jakość cyfrowych kopii obiektów (58%) oraz łatwość docierania do interesującego obiektu (55%).

Niemal połowa respondentów (49,3%) spotkała się z różnymi trudnościami związanymi z korzystaniem z portali zawierających cyfrowe obiekty. Odsetek ten jest zbliżony do odsetka respondentów oceniających poszczególne obszary związane z udostępnianiem obiektów kultury w internecie poniżej wartości 4 („dobrze”). Niemal połowa respondentów wymieniających te trudności podawała trzy główne bariery (zob. wykres 11): trudności z wtyczkami do przeglądarki internetowej (46,3%), brak możliwości pobierania obiektów (45,4%) oraz niejasny/nieintuicyjny układ strony (44%).

Wykres 11. Trudności związane z korzystaniem z portali przedstawiających cyfrowe obiekty kultury (n = 218)^a



^a Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci zaznaczali wszystkie właściwe odpowiedzi.

Źródło: badania własne

Problem związany z koniecznością instalowania odpowiednich wtyczek w przeglądarkach internetowych w celu przeglądania obiektów został rozpoznany przez twórców

portali, na co wskazują wyniki badania w poprzednich modułach projektu. Problem ten jest szczególnie dotkliwy w przypadku przeglądania modeli 3D. Twórcy portali przyznają, że często nie nadążają za szybko zmieniającą się technologią i polityką twórców przeglądarek internetowych. Wysoki odsetek respondentów wskazujących jako istotną barierę brak możliwości kopiowania obiektów na własny komputer potwierdza ocenę tego obszaru uwzględnioną w poprzednim pytaniu oraz wnioski dotyczące ograniczonej liczby portali zawierających taką funkcjonalność, wynikające z analizy zawartości portali w pierwszym module projektu. Ponad jedna trzecia respondentów, którzy doświadczyli trudności w korzystaniu z portali, zwróciła też uwagę na następujące bariery: zła jakość kopii obiektów (37,6%), ograniczenia prawne w korzystaniu z obiektów (35,8%), opłaty za korzystanie z zasobów (35,8%). W świetle wcześniejszych badań (pierwszy moduł projektu) zaskakujący wydaje się stosunkowo wysoki odsetek respondentów wymieniających ekonomiczne bariery dostępu do zasobów. Analiza zawartości portali wykazała bowiem, że odpłatne korzystanie z zasobów dotyczy niewielkiej liczby analizowanych portali. Opłaty mogą się wiązać z korzystaniem z niektórych portali zagranicznych lub bardziej specjalistycznymi usługami oferowanymi przez portale polskie, takimi jak: kopie w wysokiej rozdzielczości, wydruki, dostęp do obiektów o szczególnej wartości. Takie usługi odpłatnie oferuje na przykład – trzecie w rankingu częstości wskazań badanych – Narodowe Archiwum Cyfrowe. Niespełna jedna trzecia respondentów (29,8%), którzy doświadczyli trudności związanych z korzystaniem z portali, mówi o trudnościach z wyszukiwaniem obiektów. Obszar ten – jak wynika z badań przeprowadzonych wśród twórców portali (drugi moduł projektu) – jest przedmiotem szczególnej uwagi i troski ze strony twórców portali. Niektórzy z nich uznają go za kluczowy w całym procesie udostępniania obiektów online. Stosunkowo niewielu respondentów wskazało jako barierę brak możliwości zastosowania urządzeń mobilnych do przeglądania stron (15,6%) oraz brak udogodnień dla osób niepełnosprawnych (6,4%).

Oprócz zdefiniowanych w pytaniu barier respondenci wymieniali również zły stan techniczny stron: brak aktualizacji, nieaktywne linki, niewłaściwe/uszkodzone pliki, powolne wczytywanie się stron i niedziałające wyszukiwarki, szczególnie w wojewódzkich bibliotekach cyfrowych. Ponadto zwracano uwagę na przestarzałe typy plików, takie jak DjVu, i ich złą jakość. Niektórzy respondenci uznali też cały system dLibra, na którym opiera się funkcjonowanie większości bibliotek cyfrowych, za nie w pełni sprawny. Badani zwracają uwagę na nieintuicyjny układ stron, który utrudnia szybkie odnalezienie obiektów i informacji na portalu, a także niestaranne opisy obiektów. Za trudność w dostępie do interesujących respondentów obiektów uznają oni również dotychczasowy brak udostępnienia wielu z tych obiektów (na przykład dzieła literatury pięknej) w formie cyfrowej, mimo że prawa ograniczające dostęp do nich wygasły.

Stosunkowo liczna grupa respondentów (niemal jedna czwarta) udzieliła odpowiedzi na otwarte pytanie dotyczące propozycji usprawnienia działania portali udostępniających cyfrowe obiekty kultury. Niemal połowa tych propozycji dotyczy różnorodnych technicznych aspektów funkcjonowania strony, przede wszystkim technologicznej

modernizacji stron, zastosowania intuicyjnego i przejrzystego interfejsu oraz udoskonalenia wyszukiwarek obiektów. Wśród propozycji dotyczących modernizacji technologicznej stron respondenci zwracają uwagę na adaptację do najnowszych standardów (HTML5), rezygnację z przestarzałych wtyczek i formatów (DjVu), ujednoczenie i udostępnianie obiektów w popularnych formatach i zastosowanie technologii OCR w wyszukiwaniu treści plików tekstowych. W zakresie działań związanych z poprawą interfejsu respondenci postulują taką adaptację strony, która byłaby prosta w obsłudze, a poruszanie się po niej – intuicyjne. Dodatkowo powinno się zadbać o wizualną stronę portalu i udogodnienia dla osób niepełnosprawnych. Respondenci uznali, że efektywność wyszukiwarek zasobów jest bardzo niska. Idealna wyszukiwarka powinna być prosta w obsłudze i umożliwić szybkie załadowanie wyszukiwanego pliku zawierającego dany obiekt. Udoskonalenia wymagają także algorytmy wyszukujące zasoby (na przykład nie powinny ignorować polskich znaków diakrytycznych), ich kategoryzacja (na przykład powinny rozróżniać nazwy o podobnym brzmieniu) i związana z tym możliwość zawężania możliwości wyszukiwania. Kolejnym istotnym postulatem, który pojawia się w wypowiedziach respondentów, jest podniesienie jakości zasobów dostępnych w sieci. Dotyczy to wszystkich typów plików, a w szczególności: graficznych, wideo (wysoka rozdzielczość) oraz audio.

Z powyższymi propozycjami modernizacji technologicznej portali wiążą się dwa kolejne oczekiwania respondentów: większe otwarcie twórców portali na potrzeby użytkowników oraz propozycja stałego wsparcia specjalistów IT. Zdaniem respondentów przy projektowaniu portalu i jego funkcjonalności niezbędne są badania odwołujące się do koncepcji *user experience* (zbieranie opinii respondentów i doradców) oraz specjaliści IT, którzy oprócz jednorazowego stworzenia kodu strony nakierowanej na realne doświadczenia użytkowników będą także mogli udzielać stałego wsparcia informatycznego w rozwiązywaniu problemów technicznych. Respondenci zwracają również uwagę na potrzebę zwiększenia liczby zdigitalizowanych i udostępnionych obiektów cyfrowych. Zdaniem niektórych respondentów digitalizacją powinno się objąć wszystkie zasoby państwowe (muzea, archiwa). Obiekty te powinny być znacznie lepiej opisane. Opisy powinny zawierać więcej odnośników do źródeł, okoliczności powstania dzieła, ich losów, a twórcy portali powinni tworzyć wirtualne ścieżki zwiedzania obiektów.

Badani zwrócili też uwagę na potrzebę promocji już istniejących zbiorów online i całego procesu udostępniania obiektów kultury w wersji cyfrowej. Zwiększenie nakładów Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego na ten cel – zdaniem respondentów – zwiększyłoby ogólną wiedzę obywateli o istnieniu cyfrowych repozytoriów oraz zachęciłoby do dzielenia się własnymi zbiorami z innymi. Nieco rzadziej badani wysuwają postulaty dotyczące przejrzystości prawnej związanej z licencjami oraz zwiększenia dostępności stron i zasobów na urządzeniach mobilnych. Wśród oryginalnych propozycji respondentów znalazł się też postulat utworzenia jednego ogólnopolskiego archiwum społecznego, w którym osoby posiadające zbiory mogłyby w prosty sposób pokazać je innym. Portal taki mógłby być alternatywą dla istniejącej Polony, zawierającej głównie zasoby instytucji „odgórnych”.

Zdecydowana większość respondentów (77%) uważa, że cyfrowe obiekty kultury dostępne są dla wszystkich zainteresowanych osób. Ci, którzy nie zgadzają się z tą tezą, wskazują na kategorie społeczne, które tradycyjnie kojarzy się z wykluczeniem cyfrowym. Wśród wykluczonych znajdują się – zdaniem respondentów – przede wszystkim osoby starsze (seniorzy), które najczęściej opisane są poprzez brak komputera / dostępu do internetu lub brak kompetencji umożliwiających posługiwanie się technologią informacyjną. Drugą wykluczoną grupą są w opinii badanych osoby niepełnosprawne fizycznie i umysłowo. Nieco rzadziej respondenci zwracają uwagę na osoby zamieszkujące odległe od dużych ośrodków kultury obszary małych miast i wsi oraz osoby o niskim statusie materialnym.

W opinii respondentów proces udostępniania obiektów kultury w internecie to przede wszystkim zadanie instytucji publicznych (centralnych i samorządowych). Taką opinię wyraziło niemal trzy czwarte respondentów (odpowiednio 77% i 68,2%). Rzadziej wskazywano na podmioty instytucji „oddolnych” (stowarzyszenia: 63,5%; nieformalne grupy pasjonatów: 50%; pojedyncze osoby – hobbyści: 41,2%) oraz podmioty komercyjne (20,4%). Taki rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące typu podmiotu, który powinien zajmować się udostępnianiem kopii obiektów online, znajduje odzwierciedlenie w rodzaju portali, z jakich korzystają respondenci.

Rekomendacje

Analiza danych oraz uzyskane wyniki uprawniają do zaproponowania kilku istotnych rekomendacji zarówno dla podmiotów prowadzących lub planujących prowadzić portale zawierające cyfrowe kopie obiektów kultury, jak też dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, które koordynuje proces digitalizacji w Polsce. Rekomendacje te przedstawiono w poniższych tabelach (tabele 5 i 6).

Tabela 5. Rekomendacje dla twórców portali internetowych zawierających cyfrowe kopie obiektów kultury

Zakres problemowy, którego dotyczą rekomendacje	Rekomendacje	Propozycje wdrożenia rekomendacji
Koncepcja i projektowanie portali	przy projektowaniu portali internetowych niezbędnym elementem powinny być badania doświadczeń użytkowników repozytoriów zgodnie z koncepcją <i>user experience</i>	w kosztorysie projektów związanych z udostępnianiem cyfrowych kopii obiektów kultury wnioskodawcy powinni przewidzieć koszty związane z przeprowadzeniem badań użytkowników
	należy zwrócić większą uwagę na osoby starsze (powyżej 65 lat), niepełnosprawne i osoby z niskimi kompetencjami w zakresie technologii informacyjnej	przy projektowaniu strony należy zatrudnić profesjonalistów: strony powinny spełniać standardy WCAG 2.0, mieć możliwość powiększenia pisma, być proste w obsłudze i intuicyjne
	należy zwiększyć liczbę funkcjonalności na portalach w obszarze związanym z edukacją	twórcy portali we współpracy ze specjalistami z dziedziny konkretnych zasobów oraz nauczycielami i specjalistami IT mogą wypracować takie funkcjonalności, które umożliwią wykorzystanie zasobów w edukacji: scenariusze lekcji, gry edukacyjne, warsztaty, quizy itd.
	należy położyć większy nacisk na bezpośredni i zapośredniczony kontakt twórców portali z użytkownikami w celu zbierania informacji zwrotnych dotyczących funkcjonalności portali	bezpośredni kontakt twórców portali z użytkownikami jest możliwy dzięki ofercie wydarzeń zorganizowanej przez twórców portali: warsztaty itd. zapośredniczony kontakt przez media społecznościowe jest możliwy poprzez tworzenie wirtualnych grup osób zainteresowanych i stałe podtrzymywanie uwagi członków tych grup

Zakres problemowy, którego dotyczą rekomendacje	Rekomendacje	Propozycje wdrożenia rekomendacji
Technologia	należy zmodernizować istniejące już portale, czyli wprowadzić przyjazny, intuicyjny i przejrzysty interfejs, zwiększyć efektywność wyszukiwarek obiektów oraz zrezygnować z przestarzałych wtyczek i plików (DjVu)	do prac modernizacyjnych powinni zostać zatrudnieni profesjonalści, którzy stworzą interdyscyplinarny zespół: specjaliści IT, badacze społeczni, użytkownicy, graficy, webmasterzy i twórcy portali
	trzeba zwiększyć zakres możliwości pobierania plików zawierających cyfrowe kopie na komputer użytkownika	w tym celu należy uregulować kwestię praw autorskich oraz stworzyć techniczne możliwości kopiowania plików (specjalista IT)
	należy dostosować funkcjonalności portali do urządzeń mobilnych	w tym celu należy utworzyć responsywne wersje stron internetowych do użytku na urządzeniach mobilnych (smartfon, tablet)
Upowszechnianie	należy stworzyć taką ofertę dla odbiorców kultury (muzea, galerie), która zakłada komplementarność styczności z tymi obiektami w świecie rzeczywistym i online	wydarzenia w rzeczywistości fizycznej (na przykład wystawa w galerii) powinny być uzupełniane przez informacje i materiały dostępne online
	należy położyć większy nacisk na promocję portali (w tym również komercyjną)	w tym celu twórcy repozytoriów powinni utworzyć fanpage'e stron na portalach społecznościowych, zadbać o dobre pozycjonowanie i linkowanie stron na innych portalach
	należy promować twórcze sposoby (związane z modyfikacją i przetwarzaniem) wykorzystania zasobów cyfrowych	należy zwiększyć liczbę gotowych propozycji twórczego (związanego z przetwarzaniem/modyfikacją) ponownego wykorzystania cyfrowych obiektów w pracy i nauce (skierowane do nauczycieli, edukatorów), na przykład scenariusze lekcji, gry dydaktyczne, projekty komercyjne

Źródło: badania własne

Tabela 6. Rekomendacje dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Zakres problemowy, którego dotyczą rekomendacje	Rekomendacje	Propozycje wdrożenia rekomendacji
Promocja	należy promować różnorodne formy wykorzystania portali zawierających zasoby, w szczególności dla celów edukacyjnych, związanych z twórczością artystyczną i komercyjną	poprzez określenie priorytetów w programach finansowania działalności związanej z upowszechnianiem wiedzy na temat repozytoriów cyfrowych
	należy położyć większy nacisk na wspieranie i promocję wartościowych repozytoriów prowadzonych przez podmioty „oddolne” jako komplementarne w stosunku do repozytoriów instytucji publicznych	poprzez linki do archiwów społecznych na znacznie lepiej rozpoznawalnych portalach instytucji publicznych (Polona, Niniateka, NAC)
Finansowanie	należy zdecydowanie zwiększyć zakres finansowania projektów związanych z upowszechnianiem wiedzy o już istniejących repozytoriach i sposobach wykorzystania dostępnych zasobów	projekty związane z digitalizacją i udostępnianiem powinny uwzględniać – jako jeden z warunków koniecznych otrzymania finansowania – konieczność przeprowadzenia kampanii upowszechniającej powstałe w ich wyniku repozytoria i zasoby
	szczególną uwagę należy zwrócić na osoby zagrożone wykluczeniem cyfrowym: seniorów, osoby niepełnosprawne, pozbawione dostępu do komputera lub internetu, niemające kompetencji w zakresie korzystania z technologii informacyjnej oraz mieszkańców małych ośrodków miejskich i wsi	należy zwiększyć zakres i typ kosztów związanych z realizacją różnych form upowszechnienia jako kosztów kwalifikowalnych w projektach
	należy zwiększyć wolumen digitalizowanych obiektów, w szczególności w odniesieniu do dzieł, do których prawa autorskie wygasły	szczególnie wspierane finansowo powinny być projekty nastawione na zmniejszenie wykluczenia cyfrowego (kryteria konkursowe)
		poprzez określenie priorytetów w programach finansowania działalności związanej z digitalizacją

Źródło: badania własne

Bibliografia

Aktywność ekonomiczna ludności Polski, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2016.

Cichomski Bogdan, Tomasz Jerzyński, Marcin Zieliński, *Polskie Generalne Sondáže Społeczne. Skumulowany komputerowy zbiór danych 1992–2010*, Instytut Studiów Społecznych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2013.

Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków, red. Janusz Czapiński, Tomasz Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015.

Drozdowski Rafał, Barbara Fatyga, Mirosław Filiciak, Marek Krajewski, Tomasz Szlendak, *Praktyki kulturalne Polaków*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014.

Dzięglewski Mariusz, Aldona Guzik, *Digitalizacja, udostępnianie i upowszechnianie zasobów kultury w doświadczeniu twórców wybranych portali internetowych w Polsce*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2016, http://cyfrowe-dziedzictwo-kulturowe.mik.krakow.pl/files/bwk_digitalizacja_udostepnianie1.pdf.

Dzięglewski Mariusz, Aldona Guzik, *Procesy digitalizacji dziedzictwa. Prawodawstwo, typy repozytoriów i przykłady ich wykorzystania w latach 2004–2014*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2016, <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/files/ProcesDigitalizacji-ostateczny.pdf>.

Dzięglewski Mariusz, Marta Juza, *Cyfrowe praktyki i strategie upowszechniania i odbioru dziedzictwa kulturowego. Raport metodologiczny*, Wydawnictwo Małopolskiego Instytutu Kultury, Kraków 2015, <http://e-sklep.mik.krakow.pl/ebooks/raport-metodologiczny-cdk.pdf>.

Ludność. Stan i struktura demograficzno-społeczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013.

Rocznik demograficzny 2015, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2015.

ANEKS

Zasoby internetowe i ich wykorzystanie

Celem ankiety jest pozyskanie informacji na temat doświadczeń związanych z oglądaniem i wykorzystywaniem zasobów dostępnych w internecie (zdjęć, książek, zabytków). Ankieta jest elementem szerszego projektu badawczego prowadzonego przez Instytut Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie oraz Małopolski Instytut Kultury w Krakowie, zatytułowanego „Cyfrowe praktyki i strategie upowszechniania i odbioru dziedzictwa kulturowego w Polsce w latach 2004–2014”. Projekt jest współfinansowany ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Wszystkie dane pozyskane w badaniu zostaną wykorzystane anonimowo w zbiorczych zestawieniach statystycznych. Wyniki badania posłużą zarówno praktykom (np. muzealnikom), jak i decydentom odpowiedzialnym za kształtowanie polityki upowszechniania zasobów kultury w internecie, dlatego bardzo dziękujemy za poświęcony czas i wysiłek. Wypełnienie ankiety zajmuje około dziesięciu minut.

Uwaga! Jeśli w pytaniu nie zaznaczono inaczej, prosimy o zaznaczenie tylko jednej odpowiedzi.

A. Doświadczenie kontaktu z obiektami kultury

Pyt 1.1. Jak często styka się Pan/Pani z takimi obiektami jak: dokumenty, fotografie artystyczne/archiwalne, filmy, obiekty muzealne, obrazy, zabytki w muzeum, galerii, bibliotece i innych miejscach w świecie fizycznym?

- 1. Nigdy
- 2. Raz w roku lub rzadziej
- 3. Dwa–trzy razy w roku
- 4. Raz w miesiącu
- 5. Raz w tygodniu
- 6. Dwa–trzy razy w tygodniu
- 7. Codziennie

Pyt. 1.2. Jak często styka się Pan/Pani z takimi obiektami w internecie?

- 1. Nigdy [*Proszę przejść do pyt. 15*]
- 2. Raz w roku lub rzadziej
- 3. Dwa–trzy razy w roku
- 4. Raz w miesiącu
- 5. Raz w tygodniu

- 6. Dwa–trzy razy w tygodniu
- 7. Codziennie

Pyt. 2. Które z poniższych zdań najlepiej opisuje sposób, w jaki styka się Pan/Pani z takimi obiektami?

- 1. Zwiedzam osobiście te miejsca (np. muzea), które mogę, a pozostałe odwiedzam w internecie.
- 2. Najpierw przeglądam portale internetowe tych miejsc, a potem je odwiedzam.
- 3. Najpierw odwiedzam miejsca z obiektami, a potem przeglądam strony internetowe z nimi związane.
- 4. Nie mam jednego sposobu – łączę różne sposoby na zapoznanie się z tymi obiektami.

Pyt 3. Które z poniższych twierdzeń jest Panu/Pani najbliższe?

- 1. Znacznie lepiej oglądać autentyczny obiekt niż jego cyfrową kopię, bo kontakt bezpośredni ma szczególne walory.
- 2. Znacznie lepiej oglądać cyfrową kopię niż autentyczny obiekt, bo można lepiej zapoznać się z jego detalami.
- 3. Oglądanie autentycznego obiektu i jego cyfrowej kopii to dwa różne doświadczenia, które wzajemnie się dopełniają.
- 4. Oglądanie autentycznego obiektu i jego cyfrowej kopii to ten sam rodzaj doświadczenia, różni je tylko medium.

B. Praktyki i strategie związane z korzystaniem z portali i wykorzystaniem cyfrowych zasobów

Poniższe pytania dotyczą takich stron internetowych, które umożliwiają dostęp do cyfrowych kopii (skany, zdjęcia 3D, pliki audio/wideo), obiektów kultury, takich jak: książki, starodruki, obiekty muzealne, modele zabytków, malarstwo, rzeźba, filmy, zdjęcia, dokumenty i inne (np. strony muzeów, galerii, prywatnych kolekcjonerów).

Pyt. 4. Z jakich źródeł czerpie Pan/Pani wiedzę na temat portali internetowych, które udostępniają zasoby online (książki, fotografie archiwalne, filmy, obiekty muzealne, zabytki)?

Proszę zaznaczyć maksymalnie trzy odpowiedzi.

- 1. Wyszukiwarka internetowa
- 2. Fanpage na portalu społecznościowym (Facebook, Google+)
- 3. Linki do portali zamieszczone na stronach, które przeglądam
- 4. Wizyty w instytucjach, które udostępniają swoje zbiory (muzeum, galeria)
- 5. Udział w wydarzeniach organizowanych przez instytucje/osoby (warsztaty, wystawy)

- 6. Kampanie reklamowe w mediach (tv, radio, prasa, ulotki, billboardy)
- 7. Bezpośredni kontakt z twórcami portali (mail, telefon, spotkanie)
- 8. Rekomendacje znajomych, przyjaciół
- 9. Inne (jakie?) _____

Pyt. 5. Jakie portale udostępniające cyfrowe obiekty kultury odwiedza Pan/Pani najczęściej?

Proszę podać **nazwy** lub **adresy** maksymalnie pięciu stron internetowych.

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____

Pyt. 6. Jakiego typu cyfrowe obiekty kultury dostępne w internecie interesują Pana/Panią najbardziej?

Proszę zaznaczyć wszystkie właściwe odpowiedzi.

- 1. Biblioteczne: książki, czasopisma, rękopisy, druki
- 2. Archiwalne: fotografie, akta, dokumenty
- 3. Audiowizualne: filmy, nagrania, transmisje
- 4. Muzealne: obiekty materialne, architektura
- 5. Zabytki: pomniki, zabytki archeologiczne
- 6. *Born digital*: utworzone cyfrowo
- 7. Obiekty natury (np. minerały)

Pyt. 7. W jakim celu odwiedza Pan/Pani portale zawierające cyfrowe obiekty kultury?

Proszę zaznaczyć najwyżej trzy odpowiedzi.

- 1. Odwiedzanie portali wiąże się bezpośrednio z moją pracą zawodową.
- 2. Dzięki portalom poznaję innych ludzi o podobnych zainteresowaniach.
- 3. Chcę lepiej rozumieć, kim jestem (jako mieszkaniec danego obszaru/ państwa/regionu/miasta).
- 4. Treści zamieszczone na portalach są dla mnie inspiracją do twórczego działania.
- 5. Wykorzystuję treści z portali w nauce (w szkole, na studiach).
- 6. Chcę się więcej dowiedzieć na interesujący mnie temat.
- 7. Wykorzystuję zasoby zgromadzone na portalach w celach komercyjnych.
- 8. Inne (jakie?) _____

Pyt. 8. Jakie aktywności podejmuje Pan/Pani na tego typu portalach najczęściej?

Proszę zaznaczyć najwyżej trzy aktywności.

- 1. Udostępnianie własnych kolekcji/zasobów na portalu
- 2. Rozwiązywanie quizów, zagadek, udział w grach edukacyjnych
- 3. Uzupełnianie/współtworzenie treści opisów dotyczących zasobów
- 4. Pobieranie zasobów (tekstów, zdjęć, nagrań, modeli 3D)
- 5. Pobieranie aplikacji na urządzenia mobilne (np. poszerzona rzeczywistość, przewodnik online)
- 6. Zamieszczanie komentarzy (na blogu, czacie, forum, w księdze gości itp.)
- 7. Przeglądanie zasobów (zdjęcia, dokumenty, filmy, nagrania)
- 8. Czytanie opisów dotyczących obiektu (artykuł o wydarzeniu, zabytku, tło historyczne itp.)
- 9. Tworzenie własnej galerii
- 10. Komunikowanie się z twórcami portalu
- 11. Inne (jakie?) _____

Pyt. 9. Jakiego typu urządzenia wykorzystuje Pan/Pani do przeglądania tego typu portali?

Proszę zaznaczyć wszystkie urządzenia, z których Pan/Pani korzysta.

- 1. Komputer/laptop
- 2. Smartfon
- 3. Tablet
- 4. Inne

Pyt. 10. Czy wykorzystuje Pan/Pani cyfrowe obiekty kulturowe (w postaci plików tekstowych, graficznych, audio, wideo lub modeli 3D) w swojej pracy zawodowej lub nauce?

- 1. Tak
- 2. Nie [Proszę przejść do pyt. 11]

Pyt. 10.1. W jaki sposób najczęściej wykorzystuje Pan/Pani cyfrowe obiekty kultury?

Proszę zaznaczyć maksymalnie trzy odpowiedzi.

- 1. Umieszczam obiekt w moich pracach (np. tekst, grafika).
- 2. Modyfikuję i umieszczam w moich pracach (np. parafraza tekstu, przekształcone zdjęcie).
- 3. Tworzę własną pracę (grafikę, tekst, model 3D, film), inspirując się zasobami z internetu.
- 4. Drukuję informacje z portalu.
- 5. Drukuję kopie obiektów w formie zdjęć, grafiki.
- 6. Drukuję modele trójwymiarowe (3D, np. obiekty muzealne).

- 7. Prezentuję obiekty podczas wystąpień.
- 8. Stosuję gotowe propozycje wykorzystania zasobów w mojej pracy (sylabus lekcji, scenariusze warsztatów itp.).
- 9. Inne (jakie?) _____

C. Ocena i rekomendacje

Pyt. 11. Jak, ogólnie rzecz biorąc, ocenia Pan/Pani poszczególne obszary udostępniania cyfrowych obiektów kultury na polskich portalach, które najczęściej Pan/Pani odwiedza? 1 znaczy „bardzo źle”; 5 znaczy „bardzo dobrze”.

11.1. Łatwość dotarcia do interesujących obiektów/informacji	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.2. Jakość cyfrowych kopii obiektów (rozdzielczość itp.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.3. Możliwość ściągnięcia obiektów na własny komputer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.4. Forma opisu obiektów (dane obiektów, historia, kontekst)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.5. Stopień obiektywności zamieszczonych na portalu informacji	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.6. Jakość aplikacji udostępnianych na portalu (gry, przewodniki)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.7. Stopień dostosowania portali do Pana/Pani potrzeb	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
11.8. Profesjonalizm zaprojektowania portalu od strony technologicznej (działanie wyszukiwarki, ładowanie strony itp.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Pyt. 12. Czy spotkał(a) się Pan/Pani z jakimiś trudnościami związanymi z korzystaniem z portali zawierających cyfrowe obiekty kultury?

- 1. Tak
- 2. Nie [*Proszę przejść do pyt. 12.2*]

Pyt. 12.1. Jakie to były trudności?

Proszę zaznaczyć wszystkie właściwe odpowiedzi.

- 1. Niejasny/nieintuicyjny układ strony
- 2. Opłaty za korzystanie z zasobów
- 3. Zła jakość kopii obiektów
- 4. Ograniczenia prawne w wykorzystaniu obiektów
- 5. Brak możliwości pobrania obiektów na własny komputer
- 6. Brak dostosowania strony do potrzeb osób niepełnosprawnych

- 7. Trudności z wtyczkami do przeglądarki uniemożliwiające oglądanie obiektów (np. 3D)
- 8. Trudności z wyszukiwaniem obiektów
- 9. Brak możliwości korzystania z zasobów na urządzeniach mobilnych (smartfon, tablet)
- 10. Inne (jakie?) _____

Pyt. 12.2. W jaki sposób Pana/Pani zdaniem można by usprawnić działanie portali udostępniających cyfrowe obiekty kultury?

Pyt. 13. Czy Pana/Pani zdaniem cyfrowe obiekty kultury są dostępne dla wszystkich zainteresowanych osób?

- 1. Tak [*Proszę przejść do pyt. 14*]
- 2. Nie

Pyt. 13.1. Proszę wskazać grupy osób, dla których Pana/Pani zdaniem dostęp do cyfrowych obiektów kultury jest niemożliwy lub ograniczony.

Pyt. 14. Kto Pana/Pani zdaniem powinien się zajmować udostępnianiem obiektów kultury w internecie?

Proszę zaznaczyć wszystkie właściwe odpowiedzi.

- 1. Instytucje państwowe
- 2. Instytucje samorządowe
- 3. Stowarzyszenia
- 4. Fundacje
- 5. Podmioty komercyjne
- 6. Nieformalne grupy pasjonatów
- 7. Pojedyncze osoby – hobbyści
- 8. Inni (kto?) _____

D. Metryczka

Pyt. 15. Płeć:

- 1. kobieta
- 2. mężczyzna

Pyt. 16. Wiek: _____ lat

Pyt. 17. Wykształcenie:

- 1. podstawowe
- 2. gimnazjalne
- 3. zasadnicze zawodowe
- 4. średnie
- 5. wyższe

Pyt. 18. Miejsce zamieszkania:

- 1. wieś
- 2. miasto do 20 tys. mieszkańców
- 3. miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców
- 4. miasto od 100 do 500 tys. mieszkańców
- 5. miasto od 500 tys. mieszkańców

Pyt. 19. Czy obecnie pracuje Pan/Pani zawodowo?

- 1. Tak
- 2. Nie [*Koniec ankiety*]

Pyt. 20. Jaki jest Pana/Pani obecnie wykonywany zawód?

Dziękujemy za wypełnienie ankiety.

Zespół Badawczy

o.1. Kod instytucji lub portalu, poprzez które respondent uzyskał dostęp do kwestionariusza

[Koder: dane te w przypadku ankiety PAPI zostaną podane przez koordynatora badania].

o.2. Technika badania

[Koder: dane te należy uzupełnić podczas scalania bazy danych z zastosowaniem tych dwóch technik].

- 1. PAPI
- 2. CAWI

