



A FERENCZY MÚZEUMI CENTRUM DIGITALIZÁCIÓS STRATÉGIÁJA 2017-2020

1. Vízió

Egy általános, az összes múzeumi diszciplínát magába foglaló digitalizációs program bevezetése; az egyes gyűjtemények digitális programba való beemelése; a program által kínált korszerű eljárások használata és az intézmény digitális aktivitásának illetve a tudásátadásban betöltött szerepének növelése.

Az FMC célja, hogy olyan digitális csatornákat és platformokat tegyen nyilvánossá, amelyek elősegítik az intézményben fellelhető gazdag műtárgy - és szellemi tudás anyagának széleskörű megismertetését a közönséggel.

A stratégia nem csupán az intézmény szakmai csoportjaira ró feladatokat, hanem a kommunikációs, a marketinges és a közönségkapcsolatos munkatársakra is.

2. A célok eléréséhez szükséges eszközök

A Ferenczy Múzeumi Centrum digitális stratégiájának megvalósításához elengedhetetlen eszköze a digitális program bevezetése és működtetésének megkezdése.

Céljaink eléréséhez a **Múzeumi Digitár** rendszere, valamint az ahhoz kapcsolódó **raktározási és naplózási modulok** alkalmasak.

A Ferenczy Múzeumi Centrum a program elindításával egy átfogó az intézmény egészére ható projektet indít, és ezzel megkezdí a digitalizációs modernizációját.

3. A digitálizáció céljai/alapelvei a Ferenczy Múzeumi Centrumban

A. ELSŐDLEGES CÉLOK

- a) A gyűjtemény anyagának modern adatbevitel
- b) A több diszciplínát összefogó egységes műtárgykezelés kidolgozása
- c) A gyűjtemény kezelhetőségének elősegítése
- d) A kutathatóság segítése és előremozdítása
- e) A műtárgybiztonság megteremtése
- f) A törvényi szabályozásnak való megfelelés
- g) A munkatársak munkájának megkönnyítése



B. MÁSODLAGOS CÉLOK

- a) A raktározás adminisztrációjának átláthatósága
- b) A műtárgymozgatás adminisztrációjának könnyítése

C. ÚJ KIHÍVÁSOK

- a) A műtárgyakról való információátadás újragondolása
- b) Az érdeklődők (civilek és szakmabeliek) minél szélesebb bevonása – elsősorban interneten keresztül
- c) A saját gyűjtemény kontextusba emelése más intézmények anyagaival (külföldi és belföldi; muzeális és nem muzeális)
- d) A gyűjtemény műtárgyainak mozgásával kapcsolatos kutatások megkönnyítése
- e) A gyűjtemény megjelenítése új, kreatív módszerekkel a kiállítóterekben; gyűjteményi tartalmakra épített fejlesztések (interpretációs eszközrendszer bővítése)
- f) A gyűjtemény megjelenítése új, kreatív módszerekkel a virtuális világban (marketing, múzeumpedagógia)
- g) A gyűjtemény és a múzeumi munka elérhetővé tétele az Életen át tartó tanulás folyamataiban

Az elsődleges és másodlagos célok megvalósításához szükséges feltételek, elvárások, körülmények:

- a) Gyors eredmények – a törvény kötelezi a múzeumot digitális archiválásra és a digitális stratégia kidolgozására
- b) Olyan rendszer kiépítése, amely megfelel a törvényi szabályozásnak
- c) Biztonságos, hosszú távú rendszer bevezetése – a legérzékenyebb elem, hiszen adatainkat kiadjuk egy külső szolgáltatónak.
- d) HOSSZÚTÁVRA KÖTELEZZÜK EL MAGUNKAT, egy „lapra” téve fel a teljes gyűjteménykezelési stratégiánkat.
- e) Könnyű kezelhetőség, a gyors eredmények érdekében bárki képes legyen feltölteni az adatokat (pl. kulturális közfoglalkoztatottak)
- f) Olyan program választása, amely biztosítja az 5 diszciplína számára (+adattárak), hogy megtalálják a mezőket, amelyekre szükségük van a műtárgykezelés pontos dokumentálásához.
- g) A gyűjtemény kezelhetőségének elősegítése a raktározási és mozgatási modulokkal.
- h) Fenntartható, megfelel az intézmény anyagi kondícióinak, tehát nem túl drága, nem igényel folyamatos saját fejlesztést
- i) Olyan rendszer kiválasztása, amelyben a kollégák akár otthonról is tudnak dolgozni.



- j) Felhő alapú rendszernél az adatkezelés gyorsaságát, az internet sávszélessége, hozzáférési ideje határozza meg.

A digitális stratégia 2017-2020 az elsődleges és részben másodlagos feladatokra koncentrál, mivel például a néprajzi gyűjtemény anyaga még excel táblában sem rögzített.

Mindemellett – mivel az intézmény hosszú távon kötelezi el magát – a stratégiában az új kihívások felé tekintünk előre, olyan rendszert alakítunk ki, amely kiszolgálja az intézmény általános stratégiai szempontjait.

A digitális stratégia előretekint és előkészíti az új kihívások elemeit is, a végleges cél, hogy az intézmény közönségének a következő digitális élményeket biztosítsa:

- a) élmény és megértés
- b) a látogatókat készítse gondolkodásra és vonja be a múzeumi munkába
- c) az érdeklődőket juttassa könnyen elérhető információkhoz
- d) segítse a mélyebb tartalmak utáni kutathatóságot
- e) vonzó és egységes felületet biztosítson, bármely eszközzel is keresnek intézményünkre

4. Tartalom

A tartalmak programba való bevitelével párhuzamosan folyamatosan publikálja azokat. Ez jelenti

- a) az adatok bevitelét
- b) a meglévő adatok revízióját, felülrírását annak érdekében, hogy azok naprakészekké és a közönség számára értelmezhetővé váljanak.

4.1. A gyűjtemény digitalizálása

Az intézményben található 5 diszciplína mintegy 600.000 műtárgyat szükséges digitalizálni, a prioritások felállításával.

A digitális stratégia 2017-2020 elsőszámú feladata az adatbevitel.

4.2 Az intézmény által megjelentetett publikációk digitalizálása

A stratégia célul tűzi ki, hogy az intézmény időben visszafelé haladva digitalizálja a publikált katalógusokat, tanulmányokat, stb.

4.3 Adattárak

A stratégia célul tűzi ki, hogy az adattári anyagok digitalizálása időben visszafelé haladva történjen meg.



4.3.1 Képzőművészeti kataszter

A képzőművészeti adattár feladata a múzeum gyűjtőköréhez kapcsolódó művész-kataszter kialakítása és annak alapján a szentendrei alkotóművészek tevékenységéhez kapcsolódó dokumentumok digitalizálása, elősegítve ezzel a kutathatóságot. A kezdeményezés újszerű és az országban egyedülálló.

4.4 Raktárak

A digitalizációs program kiegészül a raktározási modullal, amely biztosítja a műtárgyak pontos helyének meghatározását.

4.5 Műtárgymozgatás (kölcsonzés, restaurálás, biztonság)

A digitális program és a raktározási modul együttesen naprakészen adatolják a műtárgyak mozgását - szavatolva a megfelelő biztonságot.

5. Digitális galériák

A digitális program lehetővé teszi az aktuális kutatások és kiállítások anyagainak publikálását - erősítve ezzel az intézmény szakmai jelenlétét a világhálón, továbbá fontos marketing szempontból is.

A digitális stratégia megvalósítási terve

A stratégia elfogadása után szükséges az akcióterv kidolgozása, amely a következő területeket szabályozza:

- a) a digitalizációs munkacsoport felállítása
- b) jogi háttér meghatározása
- c) a digitalizálandó anyagok meghatározása – preferenciák, ütemezés kidolgozása
- d) a jogosultsági szintek meghatározása
- e) a publikálás protokolljának kidolgozása
- f) a publikálásból adódó marketingfeladatok és azok protokolljának kidolgozása
- g) az adattári feladatok meghatározása (gyűjteményhez kapcsolódó művész-kataszter felállítása és működtetése)



A NEM GYŰJTEMÉNYKEZELÉSI DIGITÁLIS FELADATOK

1. Intézményi adminisztráció

1.1 Irattározás/iratkezelés

A múzeumok iratkezelési szabályozásáról szóló rendelkezések alapján

1.2 Technikai eszközök raktározása, mozgatások dokumentálása

Az intézmény két rendszert használ a technikai eszközök leltározására:

a) a törvényi kötelezettségnek megfelelő FORRÁS

b) a kiállításrendezéshez kapcsolódó technikai eszközök raktározási programját, mely segíti a sokszor párhuzamos kiállítások installációs eszközeinek nyilvántartását.

1.3 Belső működési struktúrák digitális formái

2. A digitális közösség, eszközei

A digitális felületek használatával új célközönség elérésére nyílik lehetőség; a tartalmak megosztásával – a marketingtevékenységen túl – segítjük az intézmény ismeretátadási, oktatási és kutatási tevékenységét.

2.1 Weboldal

Célunk, hogy a felületet minél közérthetőbben, naprakész tartalommal töltsük fel. A statikus tartalom mellett hírek, videó anyagok is színesítik az oldalt. A jövőben szeretnénk - a felhasználói szokásokat követve - az oldalt még egyszerűbbé és kezelhetőbbé tenni

2.2 Web 2-es felületek

2.2.1 Közösségi oldalak (Facebook)

A Facebook használatával elsődleges célunk a látogatókkal való interaktív kommunikáció. Az online és offline közönség nem feltétlen egyezik, ezért fontos, hogy akik itt tájékozódnak, megkapjanak minden információt. A felénk érkező visszajelzésekkel (kommentek, üzenetek, statisztika) alapján mérhető közönségünk elégedettsége. A Facebook saját adatbázisával megfelelően célzott hirdetésekkel növeljük kommunikációs hatékonyságunkat.

2.2.2 Az Instagram használata az okos telefont használók csoportját érinti, illetve azon belül is a vizuális kommunikációra fogékonyabb réteget.



2.2.3 Videómegosztó portálok (youtube)

A YouTube csatorna minden internet-felhasználó számára könnyen elérhető. A csatorna személyre szabásával kategorizálni tudjuk az egyes tartalmainkat, így a felhasználó könnyebben eligazodik a videók között. A YouTube csatorna lehetőséget ad videó hirdetések és kampányok szervezésére.

2.2.4 Blogok (Twitter)

A múzeum 2016-ban elindította Twitter oldalát, mely célja a bővebb információ átadás. A blog lehetőséget nyújt az intézményünk nemzetközi szcénában való megjelenésére.

2.3 Hírlevél

A hírlevél intézményünk egyik legfontosabb kapcsolattartási formája a látogatókkal, eszköze a célzott információnyújtásnak.

2.4 Issuu

A felületnek köszönhetően print kiadványainkat könnyen online elérhetővé tehetjük a felhasználók számára (leporellók, katalógusok).

3.1 Belső kommunikációs rendszerek, belső hírlevelek

Segítségükkel az intézmény egészének működése válik hatékonyabbá.

4.1 Elektronikus jegyrendszer

Az elektronikus jegyrendszer bevezetése számos akadályba ütközik, elsősorban azért, mert a szolgáltatás rendkívül drága. További nehézség, hogy az FMC több kiállítóhelyből áll. Az elektronikus jegyrendszer viszont hosszútávon olyan szolgáltatás lenne, amely elősegíti a szolgáltatások személyre szabását és szélesítheti a további eladásokat.

5.1 Online bolt

A webshop bevezetése - a marketing tevékenység mellett - lehetővé teszi az intézmény katalógusainak sikeres eladását, segíti az oktatási és kutatási feladatok kiszélesítését. Bevezetésére 2017-ben kerül sor.

6.1 Közönséget megszólító elégedettségi vizsgálatok rendszere

Az intézményben egyelőre nem használt gyakorlat. A baráti kör tagjaival, szponzorokkal és támogatókkal való kapcsolattartást segíti.

Bevezetésére 2017-ben kerülhet sor.



7.1 A közönség bevezetése a kiállítóterekbe – applikációkkal, kreatív rendszerekkel együttműködési megállapodások alapján.

8.1 A látogatók információs szolgálata a kiállítóterekben – applikációkkal, kreatív rendszerekkel együttműködési megállapodások alapján.

ÖSSZEFOGLALÓ

A gyűjteménykezeléshez kapcsolódó digitális tevékenység néhány évvel ezelőtt csupán a munkatársak kis csoportját érintette.

Az új stratégia mentén kialakított gyakorlatok azonban hamar megteremtik a környezetet ahhoz, hogy az intézmény minden egysége a digitális rendszer részévé váljon.

digitalizációs stratégia egyik része csupán, amely a gyűjteménykezelés alapelveire vonatkozik.

Nem foglalkozik a digitalizálás konkrét ütemezésével, a gyűjtemény nyilvánossá tételének mértékével, a személyi jogosultságokkal, stb.

Továbbá nem tér ki a digitalizáció egyéb területeinek gyakorlati ütemezésére sem, úgy, mint a marketing, az interpretációs lehetőségek, a kutatás kiszélesítése, az oktatási lehetőségek, stb.

Célja, hogy támpontokat adjon a digitalizációs program kiválasztásához.