

A digitális transzformáció megkezdése múzeumokban: egy kitölthető lista múzeumi vezetők számára

Eredeti: [Medhavi Gandhi](#), 2020 Március 10: [Getting started with Digital Transformation in Museums: a checklist for Museum Leaders](#)

Fordította: Kinde Anna, 2023

CC-BY-SA 4.0

A múzeumok mesélik el, hogyan alakult a világunk: történeteket mutatnak be az emberekről, a kultúráról, a szokásokról és a természet világáról, és segítenek jelentéssel teli kapcsolatokat kialakítani a jelen és múlt között. Az elmúlt évtizedekben megjelent digitális technológiák segítségével ezek a történetek jobban hozzáférhetővé válhatnak, új terek alakulhatnak ki a párbeszéd és tudáscserék számára, és végül megvalósulhat a határok nélküli múzeum.

Mit jelent a digitális transzformáció?

A digitális eszközök megjelenése felborította minden iparág működési rendjét: a tévésorozatok hetente megjelenő részei helyett a sorozatdarálás terjedt el, csekk befizetés helyett a digitális befizetések, a fizikai vásárlás helyett a mesterséges intelligenciával meg támogatott online vásárlás. A múzeumi szektorban lassabban érezte a digitális technológiák elterjedése a hatását, ám egyre nő a nyomás: már nem kérdés, hogy lesz-e befolyással a múzeumok életére a digitalizáció, és az sem kérdéses, hogy mikor. A legtöbben egyetértenek abban, hogy a múzeumok jövője digitális, már csak az a kérdés, hogy hogyan történik meg a digitális átállás, és milyen megközelítéseket alkalmazhatnak a múzeumok.

A legfontosabb, hogy megértsük: a Digitális Transzformáció segíti elő a múzeumi célok megvalósulását, és nem fordítva!

A felkapott kifejezésen túl

Talán a "digitális" része a transzformációnak az, amely a technológiai változtatásra helyezi a hangsúlyt, és ezáltal egy "nagy kihívást" jelent a kulturális intézményeknek. Érdemesebb azonban a másik szóra figyelni: transzformáció, azaz átalakulás. Ez a múzeum alapvető újragondolását sugallja, és a digitálissal összerakva a múzeumok megújulásának katalizátora lehet, átfórmálva a működést a gyűjteménykezeléstől a közönségszervezésig, ezáltal alapvetően befolyásolva azt, hogyan dolgoznak az emberek a múzeumokban, vagy azt, hogy látogatóként mit tapasztalnak meg a múzeumokban.

A Digitális Transzformáció előnyei a múzeumok számára

A digitális eszközök rengeteg lehetőséget tárnak elénk, mindenekelőtt azt, hogy az alapoktól gondolhatjuk újra a múzeum működését. Ez nem csak arra ad lehetőséget, hogy újfajta munkameneteket találjunk ki, hanem arra is, hogy a látogatóknak jobb élményeket szállítsunk: hatalmat ad arra, hogy újragondoljuk és újraalkossuk a szervezeti kultúrát. A digitális változás magával hozza azt is, hogy a dolgozók több mindenre lesznek képesek, jobban tudnak majd a szervezeten belül kommunikálni és hatékonyabbak lesznek.

“A digitalizáció nem csak azt változtatja meg, hogyan szervezzük a gyűjteményeket, hanem magát a kutatási folyamatot is, hiszen lehetővé teszi a tudósoknak, hogy idő- és térbeli megkötések nélkül dolgozzanak együtt, , lehetővé teszi, hogy hatalmas mennyiségű adatot érjenek el és tudjank feldolgozni, , és ezeket nemzetközi szinten is meg tudják osztani és számtalan új kontextusban fel tudják használni. .”

A berlini természettudományi múzeum “Open for Nature” c. kiadványa, 11. oldal

Egy kipipálható lista a múzeumoknak, hogy elkezdhessék a digitális transzformáció folyamatát

Ahhoz, hogy a digitális transzformáció sikeres legyen a múzeumnál, három hozzávalóra van szükség:

1. egy erős buy-in/támogatás a vezetőség részéről
2. a látogatói élmény digitális optimalizációja
3. egy csapat, aki alkalmazkodik és elősegíti a változtatást

Ritka az olyan múzeum, ahol a digitális technológiák erősségeit optimálisan kihasználva újragondolták a munkafolyamatok minden egyes aspektusát. Olyan múzeumok és kezdeményezések azonban szép számmal akadnak, amelyek jelentős fejlődésen mentek keresztül és útmutatóként szolgálhatnak mások számára. [Szerk. megj.: ezekről a szerző más írásaiban olvashatjuk részleteket.]

Álljon itt egy kipipálható lista azok számára, akik most vágnak bele a kalandba:

Digitális Transzformáció

egy kipipálható lista a múzeumi vezetők számára

1	A "digitális" lelkiállapot elérése	2	Építsd fel az álomcsapatot!	3	Optimalizáld a látogatói élményt
	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Informálódj a szektorban bekövetkező változásokról és dokumentáld a tapasztalatokat<input type="checkbox"/> Kategorizáld az új információkat, pl. jegyárúsítás, marketing, weboldal stb.<input type="checkbox"/> Emeld a múzeum kollektív digitális IQ-ját: szervezz tréningeket a releváns digitális trendekről a múzeum vezetősége számára. Hozz létre egy fórumot az eszmecsere számára<input type="checkbox"/> Készülj fel az újraindításra!<input type="checkbox"/> Készíts egy új víziót egy támogató narratívával		<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Állapítsd meg a szervezet felkészültségét és határozd meg a jelölteket akik a Digitális Transzformációs csapatot vezetik: beszélj <i>minden egyes alkalmazottal</i> a múzeumból és értsd meg a digitálissal kapcsolatos nézeteiket / elvárásaikat / félelmeiket / javaslataikat / lelkesedésüket / képességeiket<input type="checkbox"/> hozz létre egy több működési területet átfedő munkacsoportot, melyben részt vesz az IT személyzet<input type="checkbox"/> A munkacsoportban kell lennie egy adatgyűjtési / meglátásokat kiemelő csapatnak<input type="checkbox"/> kérj segítséget, ha szükséges (például ügynökségek támogatását)<input type="checkbox"/> dokumentáld az előrehaladást és mérd a hatást gyakran		<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> értsd meg a látogatók digitális igényeit<input type="checkbox"/> térképezd fel a látogatói útt (journey mapping) és élményeket, mielőtt egy új appot vagy szolgáltatást indítasz el<input type="checkbox"/> építs ki bizonyítási pontokat / kulcs teljesítménymutatókat (KPI) / siker feltételeket<input type="checkbox"/> használj adatokat a döntéshozás támogatására<input type="checkbox"/> frissítsd a kutatásokat

1. A digitális "lelkiállapot" elérése

- Figyeld aktívan a múzeumi szektort, és ha valamilyen váltás következik be, jegyezd le a tapasztalatokat. Ahhoz, hogy dokumentálni tudj, szükség lesz kategorizálni a tanulságokat, pl. "weblap tartalma", "jegyárúsítás" stb. Ezek a kritériumok segíthetnek összehasonlítani különböző múzeumokat és azok kínálatát, hogy informálhassák a Digitális Transzformációs prioritásaidat.
- Emeld meg a múzeum kollektív digitális IQ-ját: szervezz tréningeket a releváns digitális trendekről, és biztosíts lehetőséget az eszmecsere, ahol a vezetők kérdéseket tehetnek fel és beszélhetnek a kollégáikkal.
- Állj készen az újraindításra.

- Vázold fel az új víziót és az azt támogató narratívát.
- Készülj fel a pénzgyűjtésre!

Jó példák

A Porosz Kulturális Örökség Alapítvány Digitaler Donnerstag napokat szervez (Digitális Csütörtökök), ahol lehetőség nyílik a jó gyakorlatokat és a tanulságokat megosztani a múzeum vezetői és a csapatok között a digitális projektekről/kísérletekről és kérdezz-felelek alkalmakat szervez a szektorban dolgozó kollégákkal.

A berlini Zsidó Múzeum online stratégiájának része, hogy *aktívan részt vesznek a társadalmi diskurzusban online.*

2. Ha a látogatókra kerül a sor, ne találgass!

- Értsd meg a látogatók digitális igényeit
- Térképezd fel a látogatók útját és élményeit, beleértve a digitális látogatókét [Journey mapping]. Az induláshoz használd nyugodtan a lenti perszóna-posztter, valamint itt egy kitűnő [angol nyelvű] [cikk egy múzeumi weboldal navigációjának vizsgálatáról!](#)
- Építsd ki bizonyítási pontokat vagy teljesítményértékelési jelzőket. Ha jól megfogalmazod a várt eredményeket, nyomon tudod követni, hogy működik-e a stratégiád! (Például feliratkozott-e a látogatóid x százaléka a hírleveledre az első látogatás után / a weboldal látogatása után / a recepciónál található QR kóddal?)
- Használj adatokat a döntéstámogatáshoz! A berlini Városi Múzeum például A/B tesztelési módszereket használ, hogy igazán kihasználják a hírlevelek adta lehetőséget!

Hasznos tippek a látogatói út megértéséhez:

a) kérdések arról, hogyan készültek fel a látogatásra

b) kérdések, hogy megértsd, miben különböznek a helyi látogatók igényei a turisták igényeitől (elvárások, utak stb.)

c) kérdések a látogatásról: osztályozós kérdések a jegyvásárlás / Google Mapsos helymeghatározás könnyűségéről, hogy mennyire teljesültek az elvárásai, mennyire volt kézenfekvő használni a digitális eszközöket, szüksége van-e wifire stb.

4) látogatás után: tudnak-e a visszajelzést befogadó oldaladról, a hírleveles feliratkozásról?

Milyen médiumot preferálnak arra, hogy információt kapjanak?

Jó példák

A Museum4punkt0 (Múzeum4pont0) egy olyan projekt, mely 7 különböző német kulturális intézmény számára fejleszt digitális kapcsolatteremtési formátumokat. Ezek mind a látogatói út feltérképezésén és a felhasználói szokások kvantitatív és kvalitatív felmérések segítségével elvégzett elemzésén alapulnak.

3. Építsd fel az álomcsapatot

- beszélj *minden egyes múzeumi dolgozóval* és értsd meg a digitális eszközökkel kapcsolatos nézeteiket / elvárásaikat / félelmeiket / javaslataikat / lelkesedésüket / képességeiket. Ez segíteni fog abban, hogy felmérj, mennyire áll készen a szervezeted a változási folyamatokra. Állapítsd meg, kik lennének az ideális a Digitális Transzformációs csoport irányítására.
- Hozz létre egy több területet átfedő (cross-functional) csapatot, hogy vezessék a Digitális Transzformációs folyamatot. Az alábbi álláshirdetés a San Jose Múzeumból egyértelműen kijelöli a felelőségeket. Mielőtt alkalmazol valakit, fontos feltérképezni a szervezeti szükségleteket több kategória / kritérium / prioritási terület mentén (lásd a kipipálható lista első részét).
- Keress technológiai partnereket. Ha kell, kérj kívülről segítséget (ügynökségek támogatását kérni egy népszerű opció). A müncheni Pinakotheken Museum például egy ügynökséggel szorosan együtt működve kezdte meg digitális transzformációs útját!
- Építs ki egy stratégiai szövetséget az IT osztállyal.
- Dokumentáld a folyamatot és mérd le a transzformáció hatását.

Jó példa: a San José Múzeum álláshirdetése

Digitális Stratégiai Menedzser

Röviden a pozícióról

A San Hose-i Szépművészeti Múzeum egy izgalmas Digitális Stratégiai Menedzser pozíciót hirdetett meg. A Digitális Stratégiai Menedzser egy kreatív és elkötelezett múzeumi szakemberekből álló kis csapat tagja.

A Digitális Stratégiai Menedzser a múzeum technológiai vízióját formáló vezető lesz. Felelős lesz a látogatói élmény digitális irányának megalkotásáért és felügyeletéért az épületen kívül és belül; és az ő feladata lesz kiaalkítani egy főosztályokon átívelő kommunikációs tervet egy masszív digitális kezdeményezések fejlesztéséért, melyek támogatják azt az intellektuális szövetet, mely a Múzeum kiállításait, közösségi programjait és pedagógiai tevékenységeit köti össze. A naprakész technológiai tudáson kívül a Digitális Stratégiai Menedzsernek ismernie kell a múzeumi szektor jó gyakorlatait a felhasználói területen. Ő lesz a "fő változtató", belül és kívül, és biztosítja a San Hose-i Szépművészeti Múzeum részére az eszközöket és a stratégiát hogy új és sikeres módon dolgozzanak együtt a főosztályok.

A digitális technológiák átkarolása keményebbnek tűnhet, mint bármelyik másik átalakulási folyamat, ám potenciálisan sokkal nagyobb jutalmakkal kecsegtet és bőven megéri a reformokat melyek a túléléshez és a növekedéshez szükségesek.

A jó hír az, hogy a digitális korban, noha szédítő lehet a változás sebessége, sokkal jobban lehet kapcsolatokat ápolni a múzeumi szektorban, mint régebben. Több lehetőség van tanulni minden egyes nap, rengeteg különböző országból. A szerző kérése, hogy a múzeumok digitális folyamataival kapcsolatos tapasztalatokkal, javaslatokkal vagy visszajelzésekkel keressék a medhavi[kukac]theheritagelab.in e-mail címen.