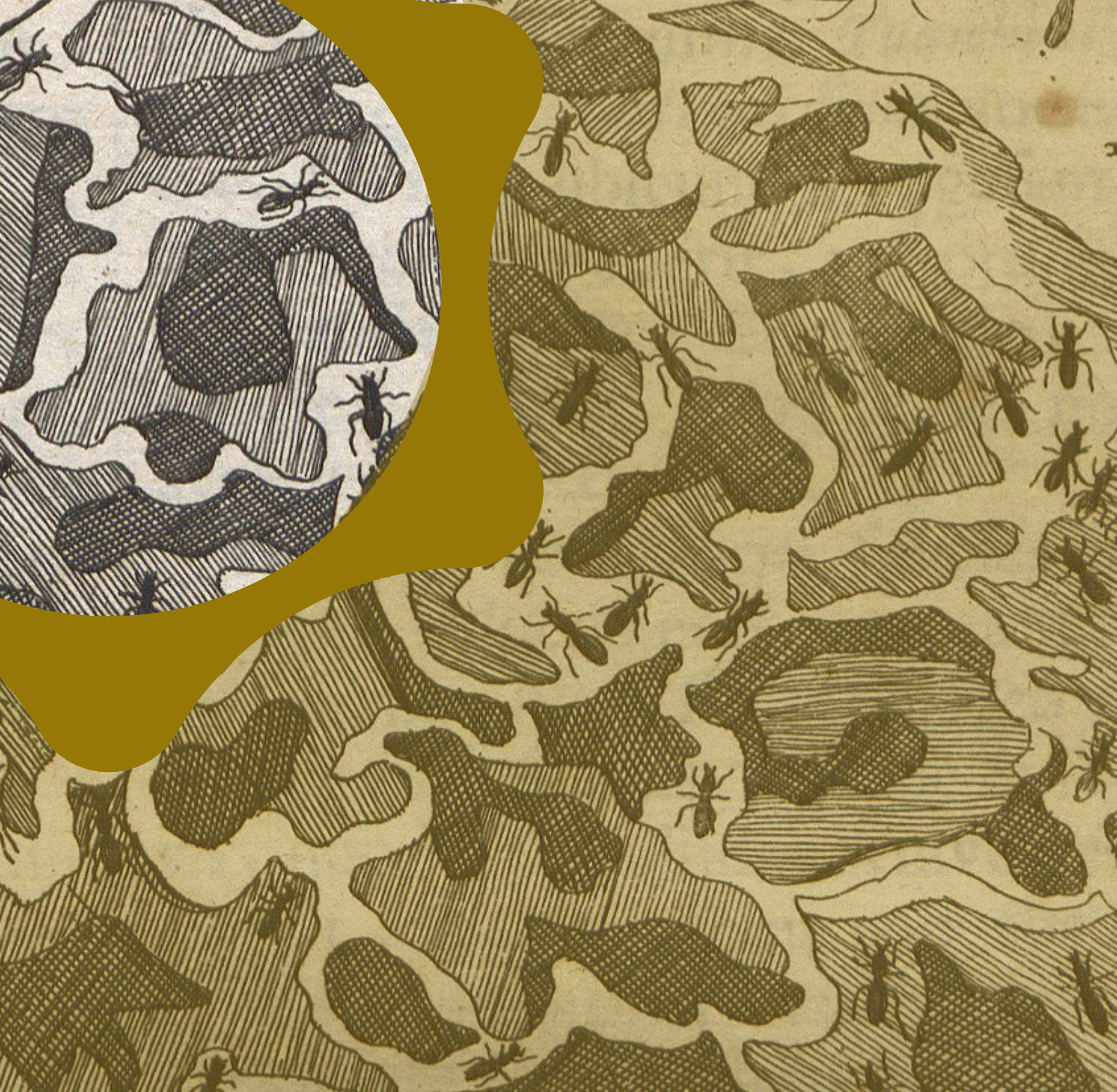




Crowdsourcing a digitalizacja – mądrość tłumów w cyfrowej kulturze



Crowdsourcing a digitalizacja

– mądrość tłumów w cyfrowej kulturze



Crowdsourcing wkracza w coraz to nowe obszary pokazując potencjał jaki tkwi w zaangażowaniu olbrzymiej liczby osób do pracy nad wspólnym przedsięwzięciem. Koordynacja takich projektów na dużą skalę nie byłaby możliwa bez wykorzystania potencjału komunikacyjnego Internetu. Crowdsourcing, polega na wykorzystaniu tłumu (crowd) do czerpania wiedzy, pomysłów i inspiracji (sourcing), ale także do wykonywania pracy, która przyczyni się do realizacji określonego celu. W tej ekspertyzie stawiamy sobie za cel przybliżenie idei crowdsourcingu pokazując jednocześnie, w jaki sposób może ona wzmocnić proces digitalizacji kultury. Przedstawiamy krótką definicję tej praktyki, ale przede wszystkim skupiamy się na opisie konkretnych zastosowań porządkując je w 6 kategorii.

Autor: Dawid Sobolak

Redakcja merytoryczna: Jan Strycharz

Projekt graficzny: Małgorzata Adamczyk

Jednym z bardziej znanych przykładów z przestrzeni cyfrowej ostatnich lat jest Wikipedia – encyklopedia, która powstała przy pomocy setek tysięcy ludzi. Obecnie jest dostępna w ponad 200 wersjach językowych i ma ponad 27 milionów artykułów (a to wszystko w niecałe 14 lat!).

Wikipedia jest oczywiście poddawana krytyce. Podważa się kompletności i wiarygodność wiedzy prezentowanej w tej ciągle zmieniającej się encyklopedii. Jednak nie zmienia to faktu, że z Wikipedii korzystają na co dzień setki tysięcy ludzi – podobna ilość pracuje też nad jej udoskonalaniem i poprawianiem jakości artykułów. Sam projekt Wikipedii uświadamia też, jak bardzo wiedza zależy od kontekstu – kulturowego, politycznego, historycznego i jak szybko trzeba ją aktualizować. Crowdsourcing to nie tylko Wikipedia. Dzięki pracy tłumu powstał – i ciągle się rozwija – system operacyjny Linux, czy portal iStockphoto.

Internet sprzyja tego typu procesom. Komputery podłączone do sieci zmieniły to, w jaki sposób dzisiaj pracujemy. Jesteśmy stale podłączeni do wszystkich możliwych kanałów obiegu informacji, możemy błyskawicznie kontaktować się z wieloma osobami naraz pracując nad wspólnym projektem, edytować jednocześnie te same dokumenty, przeglądać oferty dostawców i płacić za towary.

Atrakcyjność sieci spowodowała też, iż coraz większą liczbę godzin spędzamy przed ekranami komputerów. Internet nie tylko zmienił oblicze tego w jaki sposób dzisiaj pracujemy ale też jak spędzamy czas wolny. Statystyki wyraźnie pokazują, że telewizja tradycyjna zdecydowanie przegrywa z Internetem u młodszych pokoleń. Dzieje się tak,

ponieważ jest on doskonałym narzędziem rozrywki – mamy dostęp do dowolnych treści wtedy, kiedy chcemy, a co więcej, Internet pozwala nam również na natychmiastową interakcję z odbiorcami tych samych treści (komentarze pod artykułami, wyrażenie aprobaty/dezaprobaty). W końcu, jest to też medium, które do pewnego stopnia należy do użytkowników – pozwala na tworzenie własnych treści pisząc bloga, zamieszczając zdjęcia, filmy, pisząc recenzje i komentarze. Właśnie ilość czasu jaką spędzamy przed komputerami stanowi siłę napędową rozwoju crowdsourcingu.

Crowdsourcing w sektorze kultury

Z crowdsourcingu coraz chętniej korzystają także instytucje kultury – wykorzystują one mądrość i pracę tłumu do realizacji swoich specyficznych misji. Crowdsourcing może mieć różne oblicza i powstają różne klasyfikacje takiego modelu pracy. Jednak na potrzeby tego artykułu skorzystamy z klasyfikacji, która dzieli projekty crowdsourcingowe ze względu na ich wymierne efekty:

1. Transkrypcja i korekta – odbiorcy są zapraszani do poprawiania lub transkrypcji efektów digitalizacyjnych
2. Kontekstualizacja – dodawanie kontekstu do zdigitalizowanych obiektów np. poprzez opisywanie historii związanych z danym przedmiotem
3. Uzupełnianie kolekcji (complementing collection) – aktywne poszukiwanie obiektów, które mogą zostać dołączone do przygotowanej przez instytucję digitalizującą kolekcji

4. Klasyfikacja – gromadzenie metadanych związanych z obiektami
5. Współ-kuratorstwo (co-curation) – korzystanie z inspiracji i wiedzy nieprofesjonalnych kuratorów do stworzenia kolekcji
6. Crowdfunding – wspólne finansowanie różnego rodzaju projektów przez społeczność.

Ad.1. Transkrypcja i korekta

Z inicjatywy Narodowej Biblioteki Australii zostało zdigitalizowanych 830 000 stron gazet codziennych wydawanych od 1803 roku. Strony gazety zostały następnie przekonwertowane na teksty przy użyciu narzędzia OCR (Optical Character Recognition), dzięki któremu można łatwo przeszukiwać tekst. Niestety ta technologia nie sprawdziła się najlepiej w przypadku starych gazet i dlatego stworzono serwis, który pozwalał użytkownikom – społeczności skupionej wokół Biblioteki Narodowej – na poprawianie błędnie odczytanych przez komputery słów. Wezwanie do pomocy spotkało się z dużym entuzjazmem wśród internautów. W ciągu roku (do października 2009) do akcji przyłączyło się 6000 osób poprawiając 7 mln linii tekstu w 320 000 artykułach, oraz dodając 200 000 tagów i 4600 komentarzy do artykułów. Obecnie gazety można przeglądać poprzez stworzony przez bibliotekę serwis Trove (<http://trove.nla.gov.au/>). Trove umożliwia przeglądanie archiwalnych materiałów dotyczących Australii zgromadzonych w różnych bibliotekach, muzeach i archiwach. Obok gazet znajdziemy tam więc również książki, zdjęcia, muzykę, mapy i inne archiwalne materiały, z których duża część jest dostępna online.



źródło: <http://trove.nla.gov.au/>

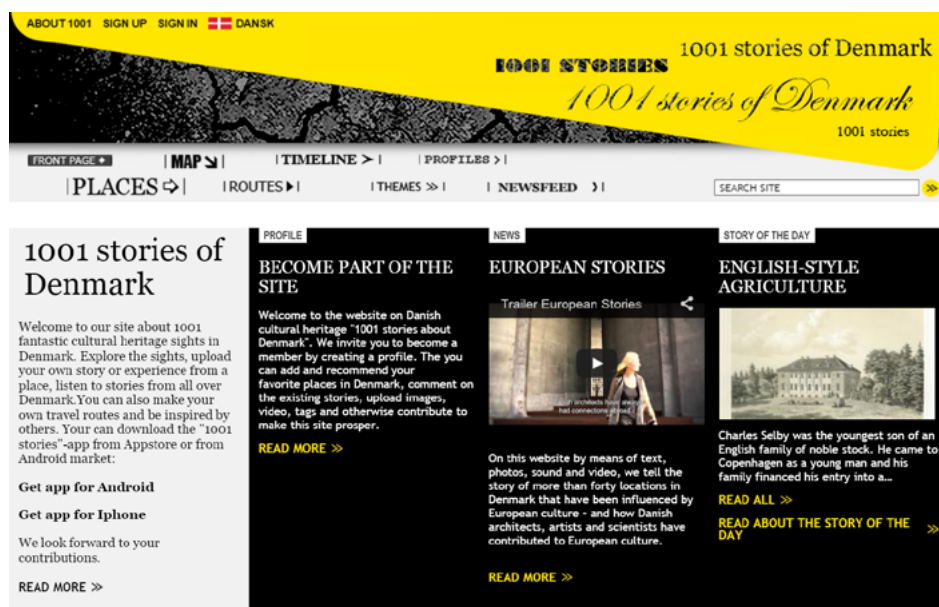
Kolejnym przykładem jest Univeristy College London (UCL), który podjął próbę transkrypcji ponad 12 400 manuskryptów pozostawionych przez Jeremy'ego Bentham'a. Na dzień dzisiejszy przez internautów zostało przetłumaczone 40% tej kolekcji (http://www.transcribe-bentham.da.ulcc.ac.uk/td/Transcribe_Bentham).

Ad.2. Kontekstualizacja

Praca polegająca na nadawaniu kontekstu jest realizowana zarówno przez naukowców, historyków-amatorów, jak i zwykłych obywateli. Dla wielu osób studiowanie historii swoich przodków jest bardzo angażującym zajęciem. Bazą wyjściową do nadawania kontekstów mogą być archiwa, stare fotografie, dzienniki. Umieszczanie takich materiałów w sieci umożliwia więc przeszukiwanie tych zbiorów i budowanie wokół nich kontekstów w trybie on-line – bez odwiedzania bibliotek i archiwów.

Projekt 1001 Historii Danii (<http://www.kulturarv.dk/1001fortaellinger/>) ma pokazywać historię państwa poprzez szukanie połączeń

pomiędzy wydarzeniami, miejscami i osobistymi opowieściami. Przygotowany serwis zachęca do rejestracji i dodawania własnych historii związanych z danym miejscem. Potencjał tego narzędzia jest cały czas niedostatecznie wykorzystywany i w chwili obecnej te „konteksty”, to rozszerzone opisy obiektów znajdujących się serwisie (budynki, rzeźby itd.) (http://www.kulturarv.dk/1001fortaellinger/en_GB/ny-carlsberg-glyptotek/stories/democracy-of-light-1)



FIND PLACES WITH INTERESTING STORIES

źródło: <http://www.kulturarv.dk/1001fortaellinger/>

Ad. 3. Kompletowanie kolekcji

Internauci mogą też uzupełniać braki w udostępnionych zbiorach lub sami budować kolekcje. Na Uniwersytecie Oxford w 2008 uruchomiono projekt Archiwum Wielkiej Wojny (The Great War Archive), w efekcie którego udało się zebrać 6500 obiektów z rąk prywatnych. Groma-

dzenie odbywało się poprzez internet oraz spotkania organizowane w bibliotekach i muzeach. Chodziło o pozyskanie jak największej liczby artefaktów związanych z Pierwszą Wojną Światową) [<http://www.oucs.ox.ac.uk/ww1lit/gwa/>].

Sukces tego projektu doprowadził do powstania inicjatywy Run-CoCo (Run a Community Collection) [<http://projects.oucs.ox.ac.uk/runcoco/index.html>], której celem jest udzielanie doradztwa, wsparcia oraz szkoleń instytucjom, które chcą budować własne kolekcje wspólnie z szerszą publicznością.

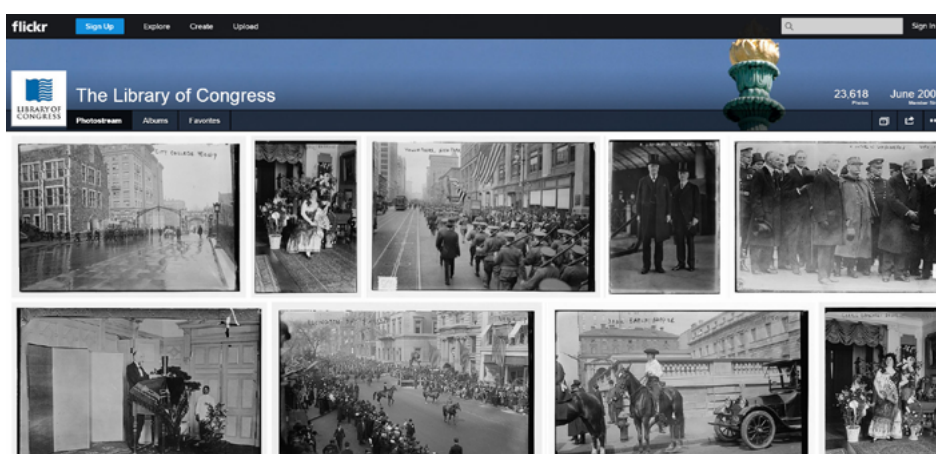


źródło: https://www.wir-waren-so-frei.de/index.php/Detail/Object/Show/object_id/1946/set_id/303

Innym ciekawym przykładem jest uruchomiony w 2008 roku przez Deutsche Kinemathek projekt „Upadek muru berlińskiego” (<https://www.wir-waren-so-frei.de>). Internauci zostali zaproszeni do dodawania zdjęć ze swoich prywatnych zbiorów z okresu 1989/1990. Nie chodziło bowiem tylko zaprezentowanie symbolizmu upadku muru, ale również o oddanie atmosfery tamtego okresu i przybliżenie jego emocji poprzez język fotografii. Do zdjęć można również dodawać opisy i historie związane z danym zdjęciem

Ad.4. Klasyfikowanie

Spółecznościowe tagowanie udostępnionych kolekcji może być świetnym instrumentem do zwiększania zasięgu zamieszczonych w internecie dzieł. Przeprowadzony w 2006 przez Muzeum Powerhouse w Sydney projekt, umożliwiał użytkownikom dodawanie tagów do kolekcji online. Dodane tagi mogły być również usuwane lub poprawiane przez innych użytkowników. W ciągu sześciu miesięcy trwania projektu dodano około 4000 tagów do ponad 2200 obiektów. Ponad 500 z tych tagów zostało poprawionych lub usuniętych przez innych użytkowników lub administratora systemu. Otagowanie kolekcji znacznie ułatwia jej przeszukiwanie przez zwykłych użytkowników, co zwiększa jej użyteczność i oraz szanse na to, że internauci będą do niej częściej zaglądać.



źródło: https://www.flickr.com/photos/library_of_congress/

Innym ciekawym przykładem jest projekt udostępnienia przez Bibliotekę Kongresu USA około 3000 zdjęć w serwisie internetowym Flickr.com (serwis do zamieszczania i dzielenia się zdjęciami). Celem tego przedsięwzięcia było dotarcie do nowej publiki oraz zebranie informacji o udostępnionych zdjęciach dzięki tagom i komentarzom.



Kolekcja jest w dalszym ciągu rozbudowywana i ma ok 500 000 wyświetleń miesięcznie. W ciągu pierwszych miesięcy trwania projektu dodano 7000 komentarzy do 2800 zdjęć. W tym okresie dodano też 67000 tagów. Obecnie kolekcja Biblioteki Kongresu obejmuje 23 618 zdjęć. Sukces tego projektu przyczynił się do powstania w ramach serwisu Flickr kolekcji fotografii pt. The Commons. W ramach tej kolekcji różne instytucje publiczne (obecnie 97) udostępniają swoje zdjęcia, co do których nie udało się ustalić praw autorskich. Celem tego projektu jest zwiększenie dostępu do fotografii będących w posiadaniu tych instytucji. Dzieje się tak dzięki wykorzystaniu dobrze już funkcjonującego serwisu Flickr, z którego korzystają miliony internautów (w 2013 roku w serwisie było zarejestrowanych 87 milionów użytkowników) oraz wykorzystania możliwości tagowania przez społeczność serwisu, co ułatwia wyszukiwanie zdjęć.

Ad.5. Współkuratorstwo (co-curation)

Działania w ramach tej kategorii polegają na tworzeniu wystawy przez użytkowników wspólnie z instytucją udostępniającą zbiory. Przykładowo, holenderskie muzeum sztuki współczesnej Kroller-Muller poprosiło dzieci o wybranie ich ulubionych krajobrazów z całej kolekcji muzeum. 20 prac które otrzymały największą liczbę wskazań zostały później zaprezentowane w formie wystawy dla szerszej publiczności.



źródło: <http://www.dr.dk/Bonanza/index.htm>

Duńska telewizja DR (Danish Broadcasting Corporation) w 2007 rozpoczęła proces digitalizacji swoich zbiorów (520 tys. godzin nagrań telewizyjnych i radiowych). Jednym z pierwszych programów w ramach digitalizacji tych zbiorów był uruchomiono w 2008 r projekt Bonanza. Projekt polegał na uruchomieniu internetowej galerii (w postaci krótkich klipów) ze zbiorów DR i zaproszenia internautów do głosowania na te programy, które powinny być zdigitalizowane i udostępnione w pierwszej kolejności. W głosowaniu wzięło udział ponad 100 tys. Duńczyków. W ciągu pierwszego roku trwania projektu strona www miała po 200 tys. odwiedzin miesięcznie i po milion wyświetleń umieszczonych w serwisie filmów.

Ad. 6. Crowdfunding

Crowdfunding to rodzaj finansowania projektów przez społeczność. Zainteresowani projektem współfinansują działania zainicjowane przez inne osoby. W świecie sztuki najbardziej aktywne na tym

polu jest muzeum w Louvrze, które w ten sposób pozyskuje środki na zakup wyjątkowych dzieł do swojej kolekcji. Do tej pory muzeum przeprowadziło pięć zbiórek. W pierwszej kampanii zebrano 1 mln € (w ciągu jednego miesiąca!) na zakup obrazu Trzy Gracie Lucasa Cranacha. W ostatniej z przeprowadzonych kampanii zebrano 1 mln € na odkupienie bogato zdobionego Stołu Teschen. W akcji wzięło udział 4500 osób, co oznacza, że średnia wpłata opiewała na kwotę ok. 220 €. W akcjach tych mogą brać udział zarówno osoby prywatne jak i firmy.



źródło:[http://fr.wikipedia.org/wiki/Les_Trois_Gr%C3%A2ces_\(Cranach_l'Ancien\)#/media/File:Lucas_Cranach_d.%C3%84._-_Drei_Gr%C3%A4zen,_1531_\(Mus%C3%A9e_du_Louvre\).jpg](http://fr.wikipedia.org/wiki/Les_Trois_Gr%C3%A2ces_(Cranach_l'Ancien)#/media/File:Lucas_Cranach_d.%C3%84._-_Drei_Gr%C3%A4zen,_1531_(Mus%C3%A9e_du_Louvre).jpg)



źródło:<http://www.thehistoryblog.com/archives/32746>

W zamian za wpłacanie określanych sum współfinansującym oferowane są różnego rodzaju świadczenia. W przypadku Louvru była to np. możliwość obejrzenia dzieła w dniach, gdy muzeum jest zamknięte dla turystów, lub całoroczna karta wstępu do muzeum.

Obecnie prężnie rozwijają się serwisy internetowe, które umożliwiają przeprowadzenia akcji crowdfundingowych. W Polsce są to: wspieram.to, polakpotrafi.pl, wspieramkulture.pl, a najpopularniejsze zagraniczne serwisy to: kickstarter.com, indiegogo.com.

Wyzwania

Przedstawione przykłady pokazują jak wiele jest możliwości wykorzystania mądrości tłumu w działaniach instytucji kultury. Choć instytucje już wcześniej korzystały z pomocy wolontariuszy, to dzięki wykorzystaniu technologii skala możliwych do realizacji działań jest dużo większa. Warto przy tym pamiętać o pewnych zagrożeniach, które wiążą się z takimi przedsięwzięciami, jak wspomniane na początku kontrowersje wokół Wikipedii. Mogą pojawiać się błędy, mogą znaleźć się osoby (lub nawet grupa osób), które będą próbowały zaburzyć proces. Jak powiedział Jeff Howe (który jako pierwszy użył sformułowania crowdsourcing) – „czasem tłum może być mądry, ale czasem może też być i głupi”. Należy jednak pamiętać, że zawsze są przynajmniej dwie strony tego procesu (instytucja-użytkownicy) i to przede wszystkim od dobrego przygotowania instytucji będzie w dużym stopniu zależeć czy przedsięwzięcie okaże się sukcesem czy porażką.

Można wyróżnić trzy podstawowe źródła zagrożeń dla crowdsourcingu w digitalizacji:

1. Platforma internetowa i zadania

2. Społeczność wolontariuszy

3. Jakość efektów działań crowdsourcingowych (błędne tagowanie, oznaczanie)

Ad. 1.

Zwrócenie się prośbą o pomoc do internautów wymaga przemyślenia całego procesu w który mają oni zostać włączeni oraz odpowiedniego przygotowania narzędzi do pracy. Projektując serwis należy zadbać o to, żeby sposób korzystania z niego był wyjaśniony w sposób przystępny i zrozumiały. Serwis również nie powinien sprawiać kłopotów w poruszaniu się po nim i realizowaniu zadań. Jednocześnie serwis nie powinien być zbyt złożony ponieważ od ilości informacji, które internauta otrzyma zaraz po wejściu na stronę główną, będzie zależeć czy zechce się on zaangażować w pracę, czy raczej uzna, że jest to zbyt skomplikowane i wymaga poświęcenia zbyt dużej ilości czasu. Warto zatem przemyśleć system wprowadzania wolontariuszy do zadań (samouczki, system podpowiedzi, wsparcie ze strony innych wolontariuszy, fora dyskusyjne). Ponadto trzeba również dobrze określić zadania dla wolontariuszy. Jeżeli do naszego procesu mamy zamiar włączyć jak największą liczbę osób, to zadania nie mogą być zbyt

skomplikowane i niezrozumiałe dla internatów, bo będą ich po prostu zniechęcać do pracy. Warto też opracować różne role, w które będą mogli się wcielać użytkownicy, od bardzo prostych do bardziej skomplikowanych i wymagających większego zaangażowania czasowego.

Ad. 2.

Przygotowanie się do przeprowadzenia akcji crowdsourcingowej wymaga również dokładnego przemyślenia w jaki sposób będziemy budować oraz motywować społeczność wolontariuszy. Nawet najbardziej wyszukane rozwiązania i dobrze opracowane platformy nie przydadzą się jeżeli nikt nie będzie chciał z nich korzystać. Przykładem, który nie w pełni wykorzystuje swój potencjał to serwis 1001 historii Danii ([link](#)), gdzie pomimo ciekawych funkcjonalności i atrakcyjnej formy graficznej nie powstała społeczność zaangażowanych internautów, a strona wygląda na martwą. Przyczyn takiego stanu rzeczy może być wiele ale to, co widać na pierwszy rzut oka, to że nie zadbano o odpowiednią komunikację z wolontariuszami (na co wskazuje chociażby znikoma liczba fanów na Facebooku). Nie do końca wiadomo jaki jest też cel tego serwisu i dlaczego pomoc wolontariuszy jest ważna. Oprócz mocniejszego wskazania na misję i celowość tego przedsięwzięcia można by było również zastanowić się nad wprowadzeniem elementów zachęcających do włączenia się prace (być może jakieś elementy grywalizacji). Być może też nie przygotowano odpowiedniej strategii promocji tego narzędzia.

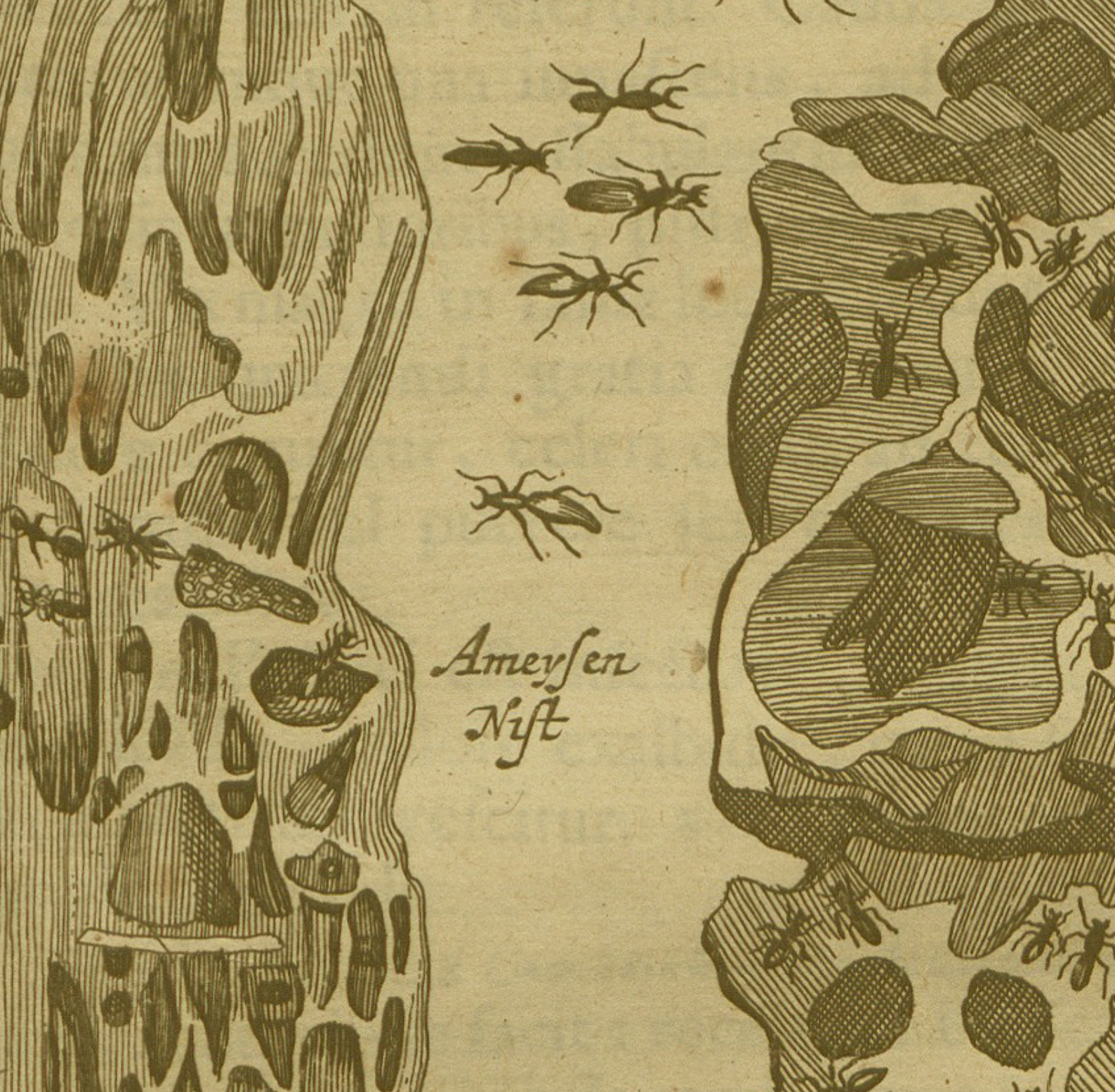
Ad. 3.

Kolejnym źródłem problemów jest jakość zbieranych informacji. Dobrym przykładem są tutaj projekty z zakresu klasyfikacji i budowania kolekcji. Żeby zminimalizować ryzyko występowania błędów należy określić procedury i sposób weryfikacji danych. Wspomniana na początku ekspertyzy Wikipedia umożliwia dodawanie artykułów tylko zarejestrowanym użytkownikom. Internauci mogą również zgłaszać swoje uwagi, komentować kontrowersyjne wpisy, a informacja o tym znajduje się przy konkretnym artykule. W serwisie obowiązują również różne stopnie zaangażowania (to administratorzy decydują o tym, czy wpis powinien się znaleźć na Wikipedii, czy nie, mogą też usuwać wpisy lub blokować ich edycję na jakiś czas). Ponadto w przypadku wykroczeń (np. naruszenia praw autorskich) konta użytkowników mogą być blokowane. Innym rozwiązaniem jest dawanie tego samego zadania kilku użytkownikom jednocześnie. Dopiero po przejściu procesu wspólnej pracy kilku wolontariuszy na tym samym zadaniem prezentowane są jej wyniki. Taki zabieg nie tylko pozwala na uniknięcie błędów ale również wysyła komunikat do wolontariuszy, żeby nie przejmowali się gdy jakiś błąd popełnią, co tym samym zachęca ich do dalszej pracy.

Pomimo wskazanych zagrożeń przedstawione w ekspertyzie pozytywne przykłady pokazują, że jednak warto z pomocy internautów korzystać. Te działania bowiem nie tylko pomagają rozwiązywać konkretne problemy instytucji, ale znacznie przyspieszają udostępnianie zbiorów. Co więcej, dobrze przygotowane działania, budują bardzo duże zainteresowanie internautów i stają się istotnym narzędziem promowania zgromadzonych zbiorów przez instytucje.

ŹRÓDŁA

1. <http://www.crowdsourcing.org/document/crowdsourcing-in-the-cultural-heritage-domain-opportunities-and-challenges/3136>
2. <http://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2012/12/08/the-louvre-turns-to-crowdfunding-to-buy-a-national-treasure/>
3. <http://www.tousmecenes.fr/en>
4. <http://www.louvre.fr/en/acquisition-three-graces-lucas-cranach>
5. <http://artdaily.com/news/43384/The-Three-Graces-by-Lucas-Cranach-Join-the-Collections-of-the-Louvre-Museum>
6. <http://www.slideshare.net/lerkenfeld/dansk-kulturarv-presentation-codesign-30082012>
7. *The man behind Flickr on making the service ,awesome again.* The Verge. 2013-03-20. Retrieved 2013-08-29.



Historiae naturalis de insectis libri III, de serpentibus et draconibus libri II, cum aeneis figuris

Jan Jonstons

źródło: <http://polona.pl/item/18450636/120/>



warsztat
innowacji
społecznych

www.warsztat.org.pl
kontakt@warsztat.org.pl
<https://www.facebook.com/WarsztatInnowacjiSpolecznych>



ekultura.org
[twitter: @ekultura_org](https://twitter.com/ekultura_org)
<https://www.facebook.com/ekultura.org>