

Anteprima risultati

SONDAGGIO WEB STRATEGY

2017

novembre 2017

ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM international
council
of museums
Italia

70°



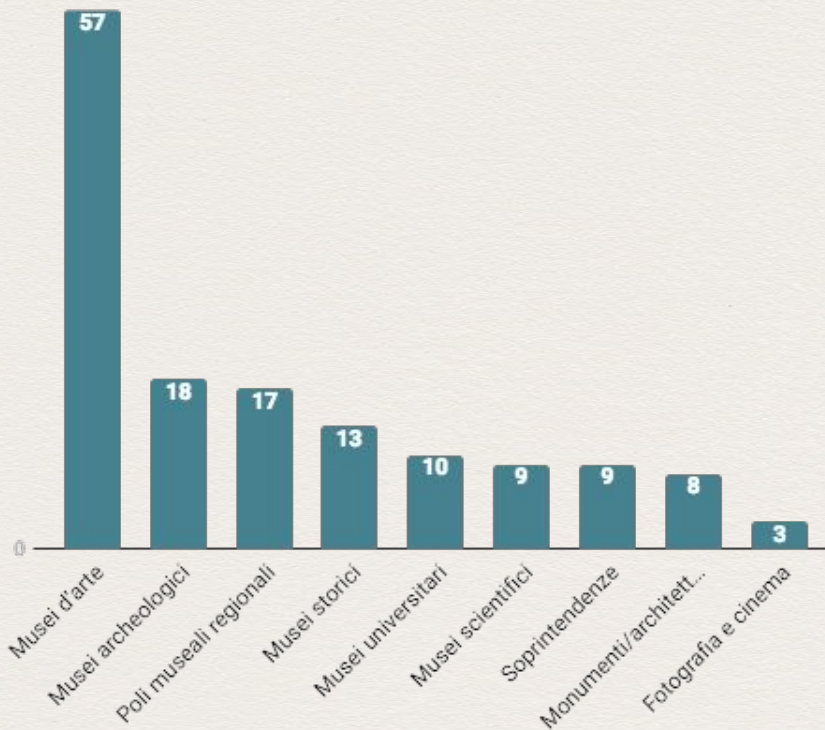
Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



Alcuni dati

185

partecipanti al sondaggio
in data 20 novembre



Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM
Italia



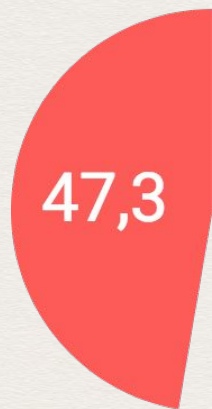
Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



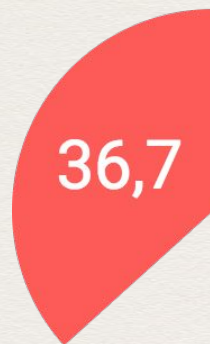
Dati compilatore

Chi compila e per quale museo

Progettazione e realizzazione



Appalto ad esterni



Progettazione interna

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM
Italia



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



Struttura dei contenuti/ Architettura dell'informazione

MENU E CONTENUTI - LINK ESTERNI ED INTERNI - SCRITTURA PER IL WEB

La **struttura dei contenuti** e la **navigazione** sono adeguate, semplici e chiare?

Per struttura o architettura dell'informazione si intende l'analisi e l'insieme di **strategie** che determinano il "tono di voce" e la "reputazione" nei diversi motori di ricerca.

Menu e contenuti - Link esterni ed interni - Scrittura per il web

La **media dei punteggi assegnati ai tre parametri considerati è molto alta** [3 su 4]

Sono aspetti di base, molto importanti per la *user experience*.



Strategia dei contenuti

TIPOLOGIA DI CONTENUTI MULTIMEDIALI - DIFFERENZIAMENTO DELLO STILE PER TARGET - INFORMAZIONI

Qual è il livello di **comprensione dei contenuti testuali e multimediali utilizzati**? Esistono contenuti diversificati in base ai **target di utenti** (es. esperti, bambini, persone con disabilità cognitive, stranieri)? Viene utilizzata una **scrittura adeguata al web**?

Lo scopo principale è quello di analizzare l'utilizzo dei contenuti testuali e multimediali, che dovrebbero rappresentare il ruolo istituzionale del Museo ed essere realizzati appositamente per il web (concetto di usabilità) utilizzando linguaggi e immagini di qualità e formato adatti.

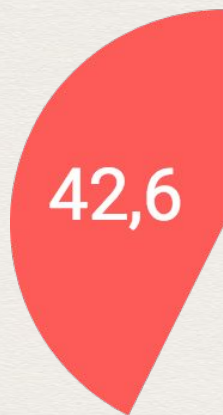
INTERNAZIONALIZZAZIONE

La **manca di contenuti in altre lingue** (35,4%) e i **testi in inglese solo per le sezioni principali del sito web** (35,4%) limita la possibilità di relazione con l'estero. Un aspetto su cui riflettere con attenzione.

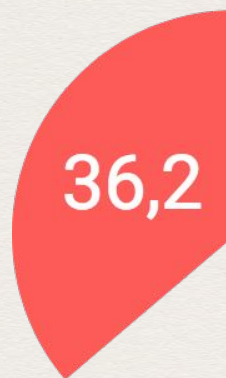
Strategia dei contenuti

Tipologia di contenuti multimediali

Il punteggio assegnato ai parametri è piuttosto alto. La narrazione multimediale sembra un concetto acquisito.



Sono presenti immagini ad alta definizione con didascalie complete (tag) e fanno parte di una narrazione strutturata e coerente. All'interno del sito le titolazioni sono chiare, i testi leggibili e accessibili e sono correlati da immagini ed elaborazioni multimediali



Le immagini hanno un formato adatto al web, ma non sono inquadrabili all'interno di una narrazione strutturata e coerente in tutto il sito web. Es. Le didascalie delle immagini non sono accurate o non sono presenti



Progetto dell'interfaccia web

OPERABILITÀ - ADATTABILITÀ AI VARI DISPOSITIVI / RESPONSIVE DESIGN - IDENTITÀ VISIVA

Qual è l'**aspetto grafico** e la **disposizione degli elementi nella pagina** (interfaccia) del sito web? Facilita le operazioni che l'utente deve svolgere?

Un'**interfaccia web efficace** dovrebbe rendere la navigazione e l'orientamento all'interno del sito web il più semplice ed efficiente possibile per tutti gli utenti, facilitando loro lo svolgimento delle diverse attività da compiere, grazie ad un **uso corretto e bilanciato degli strumenti della comunicazione non verbale**.

Operabilità - Responsive design - Identità visiva

I **punteggi sono piuttosto alti** → nasce però il sospetto che siano da chiarire meglio i concetti di: **operabilità / responsive design / identità visiva**.

Avvieremo una verifica a campione, per approfondire questi aspetti.

Creazione di comunità o *Community Building*

STRUMENTI DI CONDIVISIONE - DIALOGO MUSEO / PUBBLICO - CATALOGHI ONLINE - MONITORAGGIO

Il Museo dialoga con altri musei e con i suoi diversi pubblici? Si pone come tramite per favorire l'interazione tra gli utenti? Analisi dell'**interazione tra utenti e tra utenti e istituzioni culturali grazie alle piattaforme di social network e ad altri strumenti di condivisione.**



Dialogo museo / pubblico

Il pubblico ha la possibilità di dialogare con il museo grazie ai riferimenti e-mail dello staff museale.

MA ...

Emerge la **difficoltà di individuare le persone di riferimento**, noi stessi abbiamo avuto qualche problema nel reperire nomi e mail dei referenti da contattare.

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM
Italia



Ministero
dei beni e delle
attività culturali
e del turismo



Grado di interazione o Creatività dell'utente

GESTIONE CONTENUTI PER L'UTENTE - RIUSO DEI CONTENUTI - EDITING CONTENUTI

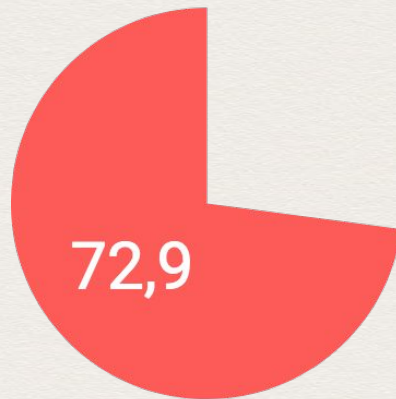
È possibile lasciare una testimonianza, un lavoro, una propria ricerca da condividere con altri utenti? Si può comporre una propria collezione digitale accompagnata da commenti e immagini personali? Analisi degli **strumenti di interazione che permettono all'utente di creare e condividere dei contenuti**, sia attraverso l'utilizzo di piattaforme esterne (forum, blog, social network e piattaforme specifiche), sia attraverso un'apposita sezione del sito web. Un **avvicinamento del pubblico piuttosto che un insegnamento autoritario del Museo**.

I punteggi sono molto bassi per tutti i parametri considerati, ma ce lo aspettavamo. Alcuni realtà estere sono molto avanti in questo approccio collaborativo.

Questo livello indica un'importante direzione futura per i Musei italiani.

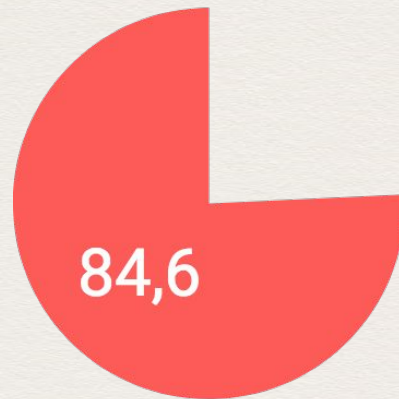
Grado di interazione o Creatività dell'utente

Gestione contenuti per l'utente



Non sono presenti strumenti che consentano la creazione di contenuti

Editing contenuti



Non c'è nessuna area riservata. L'utente non può aggiungere note, testi, commenti o immagini

Queste sono solo le prime anticipazioni.

Stiamo avviando l'analisi approfondita dei dati. L'analisi statistica multivariata ci permetterà di incrociare i dati e farà emergere indicazioni più dettagliate.

Ringraziamo tutti i Musei, luoghi di cultura, fondazioni che hanno partecipato.

Ringraziamo Tiziana Maffei, Presidente ICOM Italia e Manuel Guido, Direttore servizio II, Direzione Generale Musei, per il sostegno al progetto.

A cura del
Gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

Sarah Dominique Orlandi, Coordinatrice
Gianfranco Calandra, Vincenza Ferrara, Anna Maria Marras, Sara Radice.
Valentino Nizzo, Referente per il MiBACT-Direzione generale Musei, Direttore
del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia.

digital.cultural.lcomItalia@gmail.com