



CONSERVAZIONE DEI CONTENUTI DIGITALI GENERATI DAGLI UTENTI: LA NUOVA SFIDA PER MUSEI, BIBLIOTECHE ED ARCHIVI

Rowena Loverance
Head of e-learning
The British Museum, London

Abstract

L'esplosione del "user-generated content" (UGC) è l'ultima novità digitale di impatto nel settore della cultura. Due aspetti caratterizzano questa esplosione. Siti in rapida crescita come myspace, flickr e del.icio.us utilizzano il "social tagging" per permettere agli utenti di condividere i loro contenuti digitali in modo significativo. Il progetto www.steve.museum è il primo sito culturale ad adottare questo approccio per le collezioni già esistenti. Per ciò che è dei nuovi contenuti di tipo testuale, come i "blogs" o i "wikis", le istituzioni culturali si sono messe in moto per trovare argomenti in grado di stimolare UGC utili e di buona qualità. Il British Museum è uno dei 10 musei nazionali inglesi che si sono recentemente impegnati in un progetto finanziato dal Tesoro per la creazione di trenta argomenti UGC, conosciuti sotto il nome di viaggi creativi. Sarà interessante vedere quali istituzioni culturali saranno le prime ad essere premiate in questo campo, e in che modo ciò influenzerà la loro reputazione on-line.

Mentre questa nuova realtà degli UGC sta ancora muovendo i primi passi, è essenziale identificare i nuovi quesiti che essa porterà nel campo della conservazione digitale. Le persone che donano materiali a un museo reale, a una biblioteca o a una raccolta di archivi, si aspettano che questi materiali siano conservati in eterno; le aspettative saranno le stesse quando contribuiranno a siti culturali tramite UGC digitali, e nel caso, come saranno gestite queste aspettative dalle istituzioni culturali?

Questa presentazione intende sottolineare i primi passi di una strategia di conservazione digitale per gli UGC, e indirizzare la riflessione su temi interni come ad esempio il controllo qualità del materiale, la catalogazione e la gestione dei contenuti, ed anche la durata di conservazione necessaria per questi materiali, e temi esterni, con domande come: quali obblighi comunicare al pubblico riguardo alla conservazione digitale.

Come casistica, presenteremo il sito del British Museum dedicato ai bambini,

www.thebritishmuseum.ac.uk/childrenscompass, per il quale si è creato UGC dal 2001; questi materiali sono composti da immagini e testi attinenti agli oggetti esposti al museo, domande all'esperto e le sue risposte, visite on-line condotte da un pubblico invitato, e materiali generati da programmi a supporto di particolari esposizioni. Una volta messa in opera una strategia di conservazione digitale per gli UGC, il Museo sarà in una posizione ben più favorevole per lanciare il suo sito web in un nuovo formato, attualmente in corso di sviluppo, che offrirà opportunità simili per stimolare UGC dal pubblico adulto.