

Galleries, Libraries, Archives, Museums (GLAMs)

Sinteza izvješća o procjeni utjecaja kulturnih događaja koji uključuju mlade



The GLAMers



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The GLAMers project is co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union.
The views and opinions expressed in this presentation are the sole responsibility of the author and
do not necessarily reflect the views of the European Commission.

Informativni list koji se može isporučiti

Autori	Pier Giacomo Sola
Odgovorna organizacija	Michael Culture Association
Datum podnošenja	31/12/2022
Razina širenja	Javna
Broj projekta	2020-1-CY02-KA227-YOU-002022
Naslov i akronim projekta	GLAMers - Jačanje GLAM-ova kroz angažman mladih tijekom krize COVID-19
Web stranica projekta	https://glamers.eu/
Broj i naslov outputa	O3 - Kulturni događaji GLAM-a koji uključuju mlade
Koautori	Clelia Arminiotou, Marinos Ioannides, Menelaos Lambis, Marta Kuliš Aralica, Vedrana Ceranja, Iva Novak, Katerina Zourou, Stefania Oikonomou, Aris Dimitriou
Recenzent	Marco Fiore, Corinne Szteinszneider
Sažetak	Na raskrižju 3 glavna koncepta, Mladi, pandemija i GLAMs, ovo izvješće ima za cilj podržati dijalog institucija kulturne baštine u njihovom pokušaju da se suoče s izazovima povezanim s COVID-19 te boljim uključivanjem mladih u svoje aktivnosti usmjerene prema javnosti. Nakon savjetodavnih radionica koje su projektni partneri pružili identificiranim GLAM-ovima, u jesen 2022. održan je niz kulturnih aktivnosti koje su organizirali GLAM-ovi uz sudjelovanje mladih. Ovo izvješće opisuje provedene aktivnosti, predlažući usporednu analizu rezultata utjecaja procjena provedena u prostorijama GLAM-a.
Popis ključnih riječi	Mladi, Pandemija, Galerije, Knjižnice, Arhivi, Muzeji, Kultura, Digital, GLAMs
Autorska prava	Creative Commons — Attribution 4.0 International — CC BY 4.0

Sadržaj

1.	PREZENTACIJA GLAM-A I SAVJETODAVNIH AKTIVNOSTI	4
1.1	Musée de l'Histoire Vivante (Muzej žive povijesti)	4
1.2	Bank of Cyprus Cultural Foundation	8
1.3	Bijenale Zapadnog Balkana (Biennale of Western Balkans - BoWB)	11
1.4	Muzej za umjetnost i obrt (MUO).....	14
1.5	Zaklada Villa Ghigi	18
1.6	Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis - Musées royaux d'Art et d'Histoire (Royal Museums of Art and History, KMKG-MRAH)	21
2.	PROCIJENA UTJECAJA	24
2.1	Procjena utjecaja kroz EIP u kontekstu GLAMersa	24
2.2	Osmislite svoj utjecaj	24
2.3	Daljnji koraci	29

1. Prezentacija GLAM-a i savjetodavnih aktivnosti

Ovaj odjeljak opisuje aktivnosti koje su proveli GLAMers partneri s obzirom na aktivnosti planirane intelektualnim outputom br.3. ovog projekta. Zajedno s prezentacijom četiriju GLAM-ova uključenih u aktivnosti koje se provode u Hrvatskoj, Cipru, Francuskoj i Grčkoj zahvaljujući potpori partnera GLAMers-a, predstavljene su dvije dodatne studije slučaja koje su provedene uz potporu pridruženih partnera u Belgiji. i Italiji.

1.1 Musée de l'Histoire Vivante (Muzej žive povijesti)



Musée de l'Histoire Vivante (MHV) povijesni je muzej smješten u Montreuil-sous-bois, uz istočni dio Pariza, u Francuskoj, koji čuva brojne dokumente uključujući ikonografske dokumente poput važne zbirke fotografija i arhiva povezanih s poviješću Montreuila i predgrađa.

Osnovana 1937. od strane Association pour l'Histoire Vivante (Udruga za živuću povijest) inicijativom komunističkog političara Jacquesa Duclosa, otvorila je svoja vrata 23. ožujka 1939. za 150. obljetnicu Francuske revolucije. Jeanu Bruhatu povjereno je vođenje projekta. Potom se bavio poviješću društvenih pokreta,

kolonizacijom i dekolonizacijom, kao i predgrađima i industrijskom baštinom grada Montreuila. Od tada se njegova domena proširila, posebice kroz privremene izložbe.

Udruga za živuću povijest popularno je obrazovna udruga. Od svog osnutka 1937. godine, postavila je cilj omogućiti što većem broju ljudi pristup i sudjelovanje u kulturi. Udruga upravlja istoimenim muzejom čije se zbirke protežu od 18. do 20. stoljeća.

U biti usredotočene na društvenu, političku i kulturnu povijest, na povijest socijalizma, komunizma i slobodarskih struja, ove su zbirke istaknute izložbama, studijskim danima i modulima za školsku djecu.

Izorne zbirke Muzeja žive povijesti pokrivaju široko razdoblje, od Francuske revolucije do Drugog svjetskog rata i rezultat su brojnih donacija i akvizicija.

Dana 26. ožujka 1939. Muzej žive povijesti otvorio je svoja vrata javnosti. Tri komunističke ličnosti su prisutne od njegovog osnutka: Jacques Duclos, zastupnik u izbornoj jedinici, Fernand Soupé i Daniel Renoult, odnosno gradonačelnik i generalni vijećnik Montreuila. Godinu dana ranije osnovali su Društvo za živuću povijest. Muzej povijesti narodnog pokreta i revolucija, izložba je predstavljena u sklopu obilježavanja 150. obljetnice Francuske revolucije.

Nakon Drugog svjetskog rata muzej je privremeno nosio naziv "Muzej povijesti Francuske". Prostorija posvećena otporu i oslobođenju službeno je otvorena 22. listopada 1949., tri godine nakon ponovnog službenog otvaranja za javnost 22. lipnja 1946.

Pedasetih godina prošlog stoljeća muzej je otvorio svoja vrata istraživačima: Marcelle Auclair u sklopu pisanja biografije o Jeanu Jaurèsu, Jeanu Maitronu tijekom istraživanja koje je poduzeo za svoju povijest anarhističkog pokreta u Francuskoj.

Šezdesete i sedamdesete godine bile su teško razdoblje koje je dovelo do djelomičnog zatvaranja muzeja. Godine 1975. Marcel Dufriche, gradonačelnik grada, postao je predsjednik udruge. Odluku o potpunoj obnovi muzeja donijeli su predstavnici muzejske i općinske uprave.

Dana 24. rujna 1988. novi muzej otvorio je svoja vrata s izložbom posvećenom Jeanu Jaurèsu i Francuskoj revoluciji kako bi unaprijed proslavio dvjestotu obljetnicu Francuske revolucije. Muzej stječe status muzeja pod kontrolom Uprave muzeja Francuske.



1992. novi prasak. Program do 1998. godine usvojen je od strane Upravnog odbora i svjedoči o čvrstoj želji da se djelatnost Muzeja održi. Uspjeh koji je 1993. godine postigla Pariška izložba igračaka (JEP) koja je prikupila goleme privatne zbirke materijalizira poduzete napore. Dvije godine kasnije, velika retrospektiva ruske kinematografije u Parizu, proizvedena uz pomoć muzeja Langlois, Bifija i odjela za kostime Pariške opere (Garnier), omogućila je ponovno povezivanje muzeja. Muzej je sada na pravom putu. Muzej u suradnji s udrugom Passerelles producira i dva video dokumentarna filma. Jedna o oslobađanju Montreuila u kolovozu 1944., druga o povratku francuskih prognanika iz logora

Buchenwald (1995.).

U svibnju 2015. Udruga za živuću povijest je na izvanrednoj Glavnoj skupštini izmijenila svoj statut kako bi si postavila dva glavna cilja: nastavak i proširenje muzejske djelatnosti; te izgradnja ambicioznog projekta muzeja društvene i radne povijesti na nacionalnoj razini.

Tako, toliko godina nakon osnutka, muzej nastavlja svoj pristup javnosti predane povijesti, ali neovisne o političkim ciljevima koji su mu prethodno postavljeni, društvene povijesti, povijesti slike, povijesti malih ljudi, povijest prošlosti i sadašnjosti, živa povijest.

Usluge koje nudi Musée de l'Histoire Vivante

U sklopu modifikacije školskih programa povijesti za prve razrede Liceja, MHV nudi dokumentarne radionice i ikonografske potpore temeljene na muzejskim zbirkama. Dokumentarne radionice uvode srednjoškolce u čitanje povijesnih i kritičkih slika. Kontakt osoba za uslugu je Hélène Aury, voditeljica javne recepcije, haury@orange.fr.

Usluge za mlade i škole

Lokalne škole i druge službe za mlade, uključujući društveni centar i gradsku knjižnicu, već surađuju s MHV-om. Konkretno, nastavnici koji su zainteresirani za izradu edukativnih projekata s muzejskim edukativnim timom mogu zatražiti izbor izvornih dokumenata vezanih uz željeno područje.

U jednoj ili više sesija, pod nadzorom muzejskog obrazovnog tima, studenti identificiraju, klasificiraju i odabiru dokumente za koje se čini da su najrelevantniji za njihov projekt: izrada izložbe, dokumentarna brošura, novine koje odgovaraju određenom razdoblju, priprema za nacionalno natjecanje Otpora i deportacije itd.

Ovaj rad, u dogovoru s profesorima i studentima, prezentiran je i na web stranici muzeja, u obliku dokumenata za preuzimanje ili prave virtualne izložbe. Muzej osigurava učitelju potrebna multimedijiska sredstva (videoprojektor i multimedijisku stanicu).

Muzej živuće povijesti također izdaje ili koproducira povijesna djela, kataloge i

Kao što je spomenuto, MHV se nalazi u istočnom dijelu grada Montreuila, unutar parka Montreau.

Zemljopisni položaj MHV-a do sada je predstavljao prepreku njegovom razvoju, budući da je većina gradskih atrakcija, izložbi i kulturne ponude organizirana na području u blizini Gradske vijećnice i podzemne željeznice. Korištenje informatičkih alata, kao i bolja valorizacija prirodnih resursa parka oko prostorija MHV-a, čini se kao prilika koju treba bolje iskoristiti za povećanje vidljivosti muzeja i obraćanje novoj publici, trenutno netaknutoj po ponudi muzeja.

Njegova web stranica je vidljiva na: <http://www.museehistoirevivante.fr> zložbi, razglednice i dokumentarne filmove.

U studenom 2022. organiziran je novi skup aktivnosti za predstavljanje grafičkog romana koji se fokusira na rat u Alžiru, 1950-ih i 60-ih.

Ovaj sastanak okupio je Tramora Quemeneura, akademika, povjesničara i člana komisije "Sjećanja i istina", i dva autora: Christophe Goret Dit Kris koji je napisao scenarij "Odijelo za Alžir" koji govori o povijesti prve alžirske nogometne reprezentacije, i Jeanne Puchol koji je osobno i slikovito opisao posljednje dvije godine sukoba s Charonne Bou Kadir.

La bande dessinée et l'histoire de la guerre d'Algérie

Table ronde le samedi 26 novembre à 16h00

avec Kris, auteur de *Un maillot pour l'Algérie*,
Jeanne Puchol,
auteure de *Charonne - Boukadir 1961-1962*
et Tramor Quemeneur, historien
En partenariat avec les bibliothèques Est Ensemble

Au Musée de l'Histoire vivante
31 Bd Théophile Sueur, 93100 Montreuil
Entrée libre

M Montreuil Est Ensemble Grand Paris MUSEE DE L'HISTOIRE VIVANTE



Tijekom nedavne ljetne sezone razvijen je dokumentarni film „Od muzeja do susjedstva, prolazeći pored parka” redatelja Swanna El Mokkeddema, snimljen uz aktivno sudjelovanje lokalne mladeži. Prvi put je prikazan

18. studenoga 2022., a sudjelovalo je više od 300 ljudi. Presentacija je organizirana u sklopu okvira izložbe “Banlieues Vivantes” (Živa predgrađa), na kojoj sudjeluje grupa umjetnika “Les Cousins”.

Le sport au quartier. Micros en main, un groupe de jeunes part collecter les témoignages des habitants et acteurs associatifs du territoire pour interroger, comprendre et expliquer les pratiques du sport au quartier.

MUSEE DE L'HISTOIRE VIVANTE
Montreuil - Les Ruffins
- Le Morillon
93100 MONTREUIL

été culturel 2022
Soutenu par le MINISTÈRE DE LA CULTURE
feMs

CARTES POSTALES SONORES - échos de nos territoires -

U ljeto 2022. pokrenuta je još jedna inicijativa namijenjena mladima koja se odnosi na promicanje sportskih aktivnosti. Na radionicama, organiziranim u četvrti Le Morillon u gradu Montreuil, prikupljene su usmene priče i zvučni pejzaži na temu sporta. Ove “zvučne razglednice” dostupne su za slušanje na <https://framacarte.org/m/135198/>, a predstavljene su i na izložbi “Banlieues Vivantes”. Ovaj projekt bio je dio Kulturnog ljeta i operacija “C'est mon patrimoine” koje je pokrenulo francusko Ministarstvo kulture.

Muzej je prisutan na društvenim mrežama na:

<https://www.facebook.com/mhvivante/>

(2351 pratitelja)

https://twitter.com/mhv_montreuil

(449 tweetova, 418 pratitelja)

<https://www.instagram.com/museedelhistoirevivante/>

(92 objave, 718 pratitelja)

međutim, poveznica na društvene mreže nije prisutna na početnoj stranici MHV-a.

Prijedlozi koji dolaze sa zajedničkih sastanaka MHV-a i projekta GLAMers

Čak i ako je potreba da kulturna institucija koristi društvene medije sasvim jasna cijelom sektoru, mnoge male ustanove i dalje ih koriste bez jasne strategije na umu. Koliko god društveni mediji bili moćan alat, čak i male pogreške na internetu mogu se pretvoriti u oštećenje slike.

Iz tog razloga, prije pokretanja internetskog profila, korisno je razviti plan kako to učiniti, koje konkretne ciljeve kulturna institucija želi postići, koje društvene ciljeve i kojom metrikom želi mjeriti te radnje.

Budući da se djelovanje The GLAMers ne odnosi isključivo na stvaranje strategije društvenih medija, ukratko smo identificirali potrebe Musée d'Histoire Vivante u ova tri područja. Fokus našeg djelovanja je predložiti 3 konkretne akcije koje se bave ovim potrebama.

Institucionalni cilj	Društveni cilj	Metrika
Pomozite potencijalnim posjetiteljima da bolje upoznaju ustanovu	Svijest	Doseg, dojmovi i rast sljedbenika
Uključiti više mladih u muzejske aktivnosti	Angažman	Lajkovi i spominjanja (@)
Predložite više sadržaja korisnih za obrazovanje i samorazvoj	Razgovor	Lajkovi, rast sljedbenika, komentari (kvalitativno)

Osim pitanja društvenih medija, važno je maksimalno povećati povezanost s Parc Montreau, povećati interes, uključiti i mobilizirati one ljude koji posjećuju park, ali nisu informirani o aktivnostima koje provodi MHV. Zajedno s novim dizajnom znakova koji pružaju informacije o muzeju, može biti važno pružiti više informacija o prethodnim postignućima muzeja. To se može učiniti dizajnom novih znakova na atraktivan način, uključujući i mlade umjetnike u njihov dizajn, kao i uključivanjem QR kodova koji povezuju na web stranice MHV-a gdje posjetitelj može dobiti sve informacije o prethodnim izložbama. i aktivnosti

Također, web stranica muzeja može se reorganizirati, prije svega kako bi omogućila neposrednu poveznicu na društvene mreže i dala više odjeka muzejskim aktivnostima. To se mora učiniti u skladu s općim pregledom komunikacijske strategije, koja bi se trebala usredotočiti na povećanje odnosa s lokalnim zajednicama, uglavnom školama, društvenim centrima i drugim udrugama mladih.

Aktivnosti sa školama i mladima također bi se mogle proširiti i uključiti ih u masovnu kampanju digitalizacije, kako bi se dovršio proces digitalizacije svih zbirki MHV-a. Na taj bi način bilo moguće organizirati tjednu (ili mjesečnu) prezentaciju digitalnih zbirki muzeja, predlažući igre i kvizove za uključivanje korisnika. Polazeći od već postojeće prakse, newsletter, izravno upućen svim osobama koje prate društvene mreže muzeja, trebao bi redovito informirati potencijalnu publiku o aktivnostima MHV-a.

Veliku pozornost treba posvetiti izložbi o sportu planiranoj za 2024. Ovo je važna prilika, jer će cijeli svijet gledati u Pariz tijekom Olimpijskih igara. Trebalo bi uložiti velike napore da se sportski turisti koji posjećuju igre motiviraju da prošire svoje putovanje i na izložbu MHV.

Projekt GLAMers bavi se sljedeća tri prijedloga novih aktivnosti usmjerenih na povećanje angažmana mladih. Predstavljani su i testirani tijekom završne manifestacije, održane u Musée d’Histoire Vivante, 12. siječnja 2023., na kojoj su bili i predstavnici ESACH-a (Europske studentske udruge za kulturnu baštinu):

- **CrowdHeritage:** Uzorak digitalnih zbirki MHV-a može biti dostupan na CrowdHeritage (<https://crowdheritage.eu>). CrowdHeritage je otvorena platforma na kojoj ustanove kulturne baštine mogu dijeliti metapodatke svojih zbirki koje je potrebno obogatiti, a svatko može doprinijeti njihovom poboljšanju. Učenici škola ili pojedini mladi mogu se registrirati kako bi dodavali oznake i komentare zbirka, mobilizirajući ih na zajednički napor da zbirke budu bogatije i dostupnije.
- **Museomix:** Slijedeći model koji je postavila Udruga Museomix (<https://www.museomix.org>), MHV može organizirati događaj koji uključuje muzeje, mlade, mlade umjetnike, kreativne tvrtke, start-upove, zajednice i javnost. Museomix stvara uvjeti inovacije za organizaciju novih izložbi i obnovu tradicionalne muzeografije.
- **Dani prikupljanja:** Jedna od zbirki muzeja ili bilo koja tema vezana uz muzej može se predstaviti posjetiteljima, tražeći od njih da stvaraju priče i uzimajući/donoseći slike ili predmete povezane s izložbom, vezane uz njihovu osobnu priču, interes ili život roditelja, rođaka i prijatelja. Ovi materijali postaju dio naknadne izložbe, gdje se pristigli prilozi predstavljaju kako bi se obogatile teme zbirke. Predmeti i priče potom se objavljuju na web stranici muzeja.
Ako se radi sa školom: muzejsko osoblje predstavlja projekt u učionici, a zatim učenici odlaze u muzej na dan C, fotografirajući prikupljene predmete. Učenici stvaraju priče na računalu ili pripremaju zajedničku knjigu.

Događaju je prisustvovalo deset osoba (5 mladih i 5 profesionalaca koji rade u GLAM-ovima). Plodna rasprava dovela je do dogovora da se suradnja nastavi i nakon završetka projekta, kako bi se osmislili novi načini angažiranja mladih ljudi, s primarnim ciljem da se zbirke muzeja učine dostupnima online, putem Europeane i Jocondea (francuski nacionalni repozitorij).

1.2 Bank of Cyprus Cultural Foundation

Osnovana 1984., Kulturna zaklada Bank of Cyprus (BoCCF, <https://www.boccf.org/>) ima za cilj poticanje istraživanja i proučavanja ciparske civilizacije u područjima arheologije, povijesti, umjetnosti i književnosti, kao i očuvati i širiti kulturnu i prirodnu baštinu Cipra, s posebnim naglaskom na međunarodnu promociju stoljetne grčke civilizacije otoka. Zaklada za kulturu smještena je u staroj upravnoj zgradi Banke Cipra, koja je izgrađena 1936. godine i nalazi se u povijesnom središtu Nikozije. Zaklada upravlja zbirkama: novčića - karata - rijetkih knjiga i rukopisa; Gravure, stare fotografije i vodene boje; Suvremena ciparska umjetnost i arheološka zbirka. Zaklada također vodi dva muzeja: Muzej povijesti ciparskog novca i Arheološki muzej Georgea i Nefeli Giabre Pierides.



Zbirke Kulturne zaklade obogaćene su tijekom godina nizom donacija: 2008. godine arhivom fotografija Manuela Baud-Bovya i Aristee Tzanou Baud-Bovyja, 1999. godine Arheološkom zbirkom Georgea i Nefeli Giabre Pierides, darovali Clio i Solon Triantafyllides, 1993., Zbirka karata Antonakis i Laura Georgiades, 1988., Zbirka karata Mikis i Agnes Michaelides, 1987. pedeset i jedan akvarel Elektre Megaw pod općom temom „Divlje cvijeće Cipra“.

U lipnju 2013. Zaklada za kulturu preuzela je cjelokupno poslovanje Centra za kulturu bivše Laiki banke. Kulturni centar Laiki Bank osnovan je 1983. Centar je proaktivan u očuvanju, promicanju i poboljšanju kulturne scene Cipra. Njegov primarni fokus bio je na područjima umjetnosti, povijesti, obrazovanja i publikacija. Njegov godišnji okvir aktivnosti uključivao je izložbe, obrazovne programe i očuvanje ciparske povijesne baštine kroz Bančine zbirke suvremene ciparske umjetnosti, rijetkih knjiga, dokumenata i fotografija povezanih s Ciprom i regijom Bliskog istoka.

U lipnju 2013. Zbirke Kulturnog centra prebačene su na čuvanje u "Dvoranu za zbirke" Zaklade za kulturu Banke Cipra, u zgradi Phaneromeni. Ovdje će se Zbirke čuvati neoštećene i evidentirane u Arhivu Kulturne zaklade kao "Zatvorene zbirke" sa posebnom šifrom, kako bi se povijesno očuvao njihov identitet. Kulturna zaklada također preuzima upravljanje muzejom Pierides s njegovim zbirkama. Svi spašeni povijesni dokumenti, tiskovine, strojevi itd. bivše Laiki banke bit će prikupljeni u Povijesnom arhivu Banke Cipra u zgradi Phaneromeni, prije nego što budu registrirani u arhivu pod posebnom jedinicom, u povijesne i znanstvene svrhe.



Publikacije Centra za kulturu moći će se kupiti u e-trgovini Zaklade za kulturu Agori.

Usluge koje nudi Bank of Cyprus Cultural Foundation

Jedan od načina na koji Kulturna zaklada ostvaruje svoje ciljeve je objavljivanje knjiga i folija koji se odnose na arheologiju, povijest, umjetnost, književnost i okoliš. Upravo zbog toga Zaklada povremeno organizira izložbe, predavanja i znanstvene skupove posvećene ovim područjima. Osim navedenog, Kulturna zaklada je proširila svoje aktivnosti u inozemstvo, blisko surađujući s velikim organizacijama i muzejima, kako na Cipru tako i u inozemstvu. Od svog osnutka održao je više od četrdeset i pet izložbi na Cipru, u Grčkoj i u nizu europskih gradova. U veljači 2000. otvorila je podružnicu u Grčkoj.

Projekti i programi velikih razmjera usmjereni na istraživanje i dokumentiranje ciparske kulture sustavno su promovirani tijekom godina. Izdavački program Centra, koji se fokusira na knjige koje predstavljaju važne aspekte povijesti i života Cipra, sastoji se od više od četrdeset izdanja.

Usluge za mlade i škole

Zaklada je započela s nizom inovativnih, specijaliziranih programa, s ciljem približavanja mladih Cipra umjetnosti, pismu i civilizaciji. Kroz posebno osmišljene obrazovne programe i vođena putovanja, više od 100.000 učenika imalo je priliku obogatiti svoje znanje o povijesti i civilizaciji Cipra i drugih zemalja, uživajući pritom u neviđenim estetskim iskustvima.

Sklapajući nova partnerstva s priznatim obrazovnim ustanovama i vrsnim animatorima, Zaklada za kulturu pokrenula je i niz novih edukativnih programa i radionica za obitelji koji će se održavati vikendom.

Među programima namijenjenim mladima, važno je istaknuti neke akcije vrlo zanimljive s obzirom na opseg projekta GLAMers.



Program „Dopustite da vam se predstavim: Ja sam arheolog“ namijenjen je učenicima osnovnih škola s ciljem upoznavanja sa znanosti o arheologiji. Studenti imaju priliku doći u dodir s arheologijom koja kroz proučavanje opipljivih aspekata drevne civilizacije omogućuje pristup primarnim izvorima potrebnim za rekonstrukciju znanje o prošlosti. Konkretno, putem interaktivne PowerPoint prezentacije učenici se upoznaju s osnovnim principima arheologije kao znanosti te glavnim zadaćama arheologa. Nakon završetka prezentacije, učenici idu u posebno dizajnirani prostor nastavne sobe, Radionicu, za iskustvenu

aktivnost povezanu s otkrivanjem i konzerviranjem keramike. Preuzimajući ulogu arheologa, studenti kopaju po tlu tražeći komade replika keramike. Zatim će pokušati sastaviti dijelove kako bi vratili posudu u prvobitni oblik. Na ovaj način studenti će se upoznati s procesom razvrstavanja i konzerviranja keramičkih nalaza, temeljnog dijela arheoloških istraživanja.

Nakon ove aktivnosti slijedi edukativna igra u prostoru Muzeja. Nakon što su baratali replikama antičkih predmeta, učenici iza muzejskih vitrina traže autentične eksponate. Potom se od njih traži da odgovore na pitanja o specifičnoj vrsti i uporabi predmeta, njihovom mogućem podrijetlu i na kraju njihovu interpretaciju od nalaza iz iskopina i predmeta iz prošlosti do muzejskih eksponata.

Akcija “Rješavanje ekonomskih misterija prošlosti” usmjerena je na tinejdžere i nastoji ih uključiti u metode povijesne znanosti s naglaskom na ekonomsku povijest. Kroz ovaj program studenti uče o različitim načinima zadublivanja u značajne aspekte ekonomske povijesti Cipra tijekom 20. stoljeća, oslanjajući se na primarni i sekundarni materijal iz Povijesnog arhiva Banke Cipra.

Obrazovni program odvija se u dva dijela s a) Power Point prezentacijom alata i metoda povijesne znanosti, kao i prekretnicama u gospodarskoj povijesti Cipra od 1900. do 1959. i b) interaktivnim kvizom temeljenim na pitanjima i odgovorima o gospodarskoj povijesti



Cipra. Radeći u grupama, studenti će pokušati riješiti gospodarske misterije otočne prošlosti koristeći se primarnim i sekundarnim izvorima Povijesnog arhiva.

Program pod nazivom "Kuha se nešto staro" namijenjen je mladima od 9-10 godina. Program istražuje aspekte povezane s prehranom na Cipru u antici kao neodvojiv dio naše kulturne baštine. Točnije, pomno se bavi sirovinama ugrađenim u prehrambene navike starih Ciprana, obradi hrane, pomoćnim posudama za spremanje, konzumiranje, posluživanje i nošenje hrane, kao i banketima (svečani/aristokratski obroci) i dnevnim obroci. Sve to izneseno je kroz interaktivno muzejsko pripovijedanje koje služi kao poziv na putovanje kroz vrijeme. Bogatstvo iskustvenih aktivnosti učenja, temeljenih na principima muzejskog obrazovanja i dramskog obrazovanja, aktivno uključuje sudionike u program.

Zaintrigirana drevnom ciparskom damom kao vodičem, djeca se upoznaju s njezinom svakodnevicom i u igri istražuju različite parametre prehrane. Oni dodiruju i obrađuju sastojke, alate i korisne posude (replike) dok koriste digitalnu tehnologiju muzeja. Njihovo iskustvo obogaćeno je interaktivnim izložbama/igrama, osmišljenim posebno za ovaj obrazovni program. Inicijativa je pažljivo osmišljena na takav način da pruži multisenzorno iskustvo i potakne učenike da se bave prošlošću, sadašnjošću i budućnošću naše prehrane i prehrambenih navika u širem kontekstu kulturnih, društvenih i ekoloških parametara.



Konačno, program "Froma i oblik u zemlji" usredotočen je na grnčariju i keramiku iz ciparske antike. Kroz arheološku zbirku Kulturne zaklade Bank of Cyprus, djeca imaju ugodno jutro učeći o drevnoj keramici i njenoj evoluciji kroz vrijeme. Uče o procesu proizvodnje, tehnikama slikanja, svojstvima gline te će steći praktična iskustva sa sirovinama koje se koriste u izradi posuđa i keramike. Djeca će također promatrati kako se pomoću minerala dodaje boja glini.

Kako bi bolje razumjeli kako su keramički artefakti evoluirali u antici, mladi ispituju figurice i vaze iz arheološke zbirke Zaklade za kulturu. Zatim oblikuju svoju malu figuricu ili vazu koristeći glinu koju će ukasiti prirodnim bojama.

Muzej je prisutan na društvenim mrežama na:

<https://www.facebook.com/boccf/>

(28.639 pratitelja)

https://www.youtube.com/channel/UC7LmREPhUPGhjmPfkKcws_Q

(243 registrirana korisnika)

<https://www.instagram.com/boccf/>

(398 objava, 2265 pratitelja)

Prijedlozi koji dolaze sa zajedničkih sastanaka između BOCCF-a i GLAMers projekta

Osoblje BoCFF-a uključeno u zajedničke sastanke uključivalo je dvije ključne osobe, naime Christy Papadopoulou, službenicu za komunikacije i događaje, i Ilianu Koulafeti, kustosicu. Početna se rasprava odnosila na predstavljanje alata i metoda koje je razradio projekt GLAMers te kako bi oni mogli biti korisni za procjenu angažmana mladih i utjecaja na BoCCF. Planirane su tri ključne aktivnosti:

- Organizacija u jednom događaju koja se čuva u BoCCF-u.
- Ispunjavanje upitnika od strane sudionika za prikupljanje dokaza o njihovoj uključenosti.
- Razgovori s osobljem i mladima koji prisustvuju događaju

U razdoblju u kojem su se odvijale aktivnosti odvijala se izložba pod nazivom "Originalni pristup 1821.: Grčki rat za neovisnost u Playmobilovim figurama i dioramama po narudžbi". Sastojao se od impresivnog niza malih i velikih trodimenzionalnih prikaza scena i figura koje prikazuju povijesne ličnosti iz Grčkog rata za neovisnost 1821. godine. Druga izložba, nazvana "Trenuci u muzeju", bila je interaktivna izložba temeljena na audio-vizualnim sjećanjima prikazanim kroz unaprijed snimljene zapise, fotografije i artefakte prikupljene od stanovništva grčkog govornog područja koje je napustilo Anatoliju prije sto godina.

Na zidovima izložbene sobe bile su obješene slike koje su prikazivale obiteljske fotografije i portrete ljudi koji su napustili Anatoliju prije 100 godina, zajedno sa slikama njihovih stvari i predmeta u vlasništvu obitelji. U prostoriji su bile dostupne slušalice za slušanje priča prognanika. Pored svake slike stajao je QR kod koji je posjetiteljima pomagao da saznaju više o izložbi, ali i da je „ponesu kući“.

Završno zajedničko događanje održalo se 19. studenog 2022. sa sljedećim dnevnim redom:

- Korištenje tehnologije od strane kulturnih institucija, usmjereno na AR, VR, zaslone osjetljive na dodir i igrifikaciju.
- Brainstorming i teambuilding sesija, gdje su sudionici razvili vlastiti kulturni događaj i planiraju vlastite metode angažiranja mladih putem društvenih medija i kampanja.
- Prezentacija rezultata svake ekipe
- Evaluacija radionice.

Događaju je prisustvovalo deset osoba (5 mladih i 5 profesionalaca koji rade u GLAM-ovima).

1.3 Bijenale Zapadnog Balkana (Biennale of Western Balkans - BoWB)



Bijenale Zapadnog Balkana rođeno je s ciljem promicanja nematerijalne i prirodne baštine kroz umjetnost, tehnologiju i otvoreno znanje, s vizijom da inspirira ljude koji iznova doživljavaju tradiciju. Njegov središnji ured

nalazi se unutar kampusa Sveučilišta u Ioannini, u Grčkoj.

Predstavlja interdisciplinarnu umjetnost i istraživanje koji se usredotočuju na kulturno znanje i prakse identificirane kao lokalna, autohtona, zajednica, narodna, tradicionalna i živa baština. Misija BoWB-a je promovirati otvoreno znanje, otvorene tehnologije i zajednička dobra u području umjetnosti i kulture, razviti uključivo kulturno sudjelovanje i obrazovanje te izgraditi mrežu prekogranične mobilnosti jačajući kulturnu suradnju u Grčkoj i na Balkanu. BoWB je inicijativa Laboratorija za povijest umjetnosti Fakulteta likovnih umjetnosti Sveučilišta u Ioannini i njegovog tima, koja se od 2018. predstavlja kroz glavni festival svake dvije godine, cjelogodišnji program s godišnjim Art Pluriverse Community Science Series i pluriverzalne publikacije otvorenog pristupa.

"Art Pluriverse" fokusiran je na angažman građana (uključujući mlade) u kreativnom radu. Točnije, Art Pluriverse ima za cilj promovirati nematerijalnu i prirodnu baštinu na Balkanu, surađujući s lokalnim



zajednicama prakse i sudokumentirajući tradicionalno znanje na otvoren, edukativan i participativan način, zajedno s umjetnicima i istraživačima. Sesije koje su zajednički organizirali GLAMers partneri i BoWB bile su o korištenju digitalnih tehnologija i djelovanju usmjerenom na klimu u kontekstu Art Pluriverse, s ciljem uključivanja građana u muzejske aktivnosti.

Program Art Pluriverse namjerava smjestiti nematerijalnu kulturnu baštinu (ICH) u interkulturalni primijenjeni kontekst, oslanjajući se na antropološku teoriju Manuele Carneiro da Cunha koja donosi dublje razumijevanje koncepta refleksivnosti kada različite kulture koegzistiraju. Art Pluriverse nastoji podići kulturne sustave znanja identificirane kao tradicionalne, lokalne, autohtone ili narodne, s ciljem privlačenja pozornosti prema različitim epistemologijama koprodukcije znanja. ICH opisuje žive kulturne prakse koje se temelje na



zajednici i kolektivno doživljavaju, npr. od zajedničkih estetskih tradicija do upravljanja komunalnim resursima. Viševalentne manifestacije ICH-a često odstupaju od pristupa usmjerenih na objekte i materijalnosti, dopuštajući mapiranje više utemeljenih na događajima, izvedbenih i simboličkih stanja. Kroz seriju znanosti o zajednici predviđamo daljnje istraživanje ICH-a i njegovog ekosustava srodnih koncepata, kao što su kulturni izričaji, kolektivno pamćenje, živa baština i efemera, do digitalnog folklor, genetskih resursa kroz pokrete i način života koji vrednuju tradicionalne društvene sustave.

Usluge koje nudi Bijenale Zapadnog Balkana

Drugo izdanje BoWB godišnjeg programa znanosti o zajednici bavi se "latrosophia: O narodnoj medicini i fitogeografiji" i fokusira se na zajednice koje su nositelji narodne medicinske tradicije i lokalnog botaničkog znanja u široj regiji Balkana. Konkretno, identificirano je šest zajednica koje sudjeluju, a to su: Kulturna udruga Pera Melana (očuvanje i širenje lokalne tradicije od plesa do cakonijskog dijalekta do tekstila), The Green Ark - Bostanie Community Garden (dizajn i razvoj društvenog vrta financiran od strane Grad Skopje), Peliti (zaštita i širenje tradicionalnih sjemenki), Starokalendarci



Pireja (crkva i kulturni prostor za slavljenje tradicionalnih vjerskih običaja), Green Team Bugarska (sadnja milijun stabala od strane volontera bez ikakve financijske potpore).

Usluge za mlade i škole

U sklopu Međunarodnog dana muzeja koji organizira ICOM (Međunarodno muzejsko vijeće) na temu „Budućnost tradicije“, BoWB je organizirao radionicu na kojoj su dokumentirani interdisciplinarni pristupi i korištenje suvremenih medija za kulturnu baštinu i umjetničko stvaralaštvo. Inicijativa je bila povezana s aktivnostima 1. Bijenala Zapadnog Balkana i namijenjena je daljnjem ispitivanju već predloženih tema, kao što su digitalni aspekti kulturne baštine, koncepti otvorenosti i vrijednosti zajednice. U razgovorima je predstavljeno nekoliko aspekata koji također uključuju korištenje informacijske tehnologije u kulturnom području, poput „Od informatike za kulturu, do kulturne informatike“, kao i „Uspostava nacionalne infrastrukture za otvorene, interoperabilne i višekратно upotrebljive digitalne kulturne sadržaje za istraživanje, obrazovanje i kreativne industrije“, s fokusom na predstavljanje SearchCulture.gr, nacionalnog akumulatora kulturnih sadržaja, kao i na važnost usvajanja minimalnih zajedničkih standarda interoperabilnosti i otvorenosti kulturnih institucija koje provode digitalna djela, za razvoj jedinstvenog digitalni javni prostor s posebnom vrijednošću ponovne upotrebe u obrazovanju, istraživanju i kreativnim industrijama.



BoWB je prisutan na društvenim mrežama na:

<https://www.facebook.com/bowb.biennaleofwesternbalkans>

(1270 pratitelja)

<https://twitter.com/bowbiennale>

(210 tweetova, 175 pratitelja)

<https://www.instagram.com/bowb.biennaleofwesternbalkans/>

(81 objava, 657 pratitelja)

Prijedlozi koji dolaze sa zajedničkih sastanaka BoWB-a i projekta GLAMers

Kao što je već spomenuto, zajednički rad GLAMers savjetodavnih partnera i BoWB-a bio je usmjeren na korištenje digitalnih tehnologija i djelovanje usmjereno na klimu u kontekstu Art Pluriverse, s ciljem uključivanja mladih u muzejske aktivnosti. Kontakt osoba u BoWB-u bila je Mariana Ziku, kustosica, dok je u aktivnostima sudjelovalo 17 volontera, mladih i odraslih zainteresiranih za kulturu, digitalnu tehnologiju i društvenu participaciju.

Konkretno, opseg akcije bio je omogućiti muzejskim stručnjacima da potaknu angažman mladih u klimatskim akcijama kroz tehnologiju i učenje temeljeno na umjetnosti (tj. interaktivne izložbe i programe o klimatskim promjenama, umjetničke izvedbe itd.), s ciljevima:



- Napravite online modul učenja za muzejske stručnjake.
- Unaprijediti obrazovnu i društvenu misiju kulturnog sektora.
- Spojite osobna iskustva mladih o klimatskim promjenama sa znanošću i umjetničkim izričajem.

Od 4. do 6. studenog 2022. održano je zajedničko događanje tijekom hackatona u organizaciji projekta PERSE (<https://perse-method.org/perse-hackathon/>). Projekt PERSE je Erasmus+ aktivnost koja ima za cilj razvoj i formalizaciju pedagoškog pristupa usmjerenog na kreativnost koji prevladava dualizam između neformalnog/informalnog obrazovanja za UMJETNOST i STEM.

GLAMers događaj na temu Muzeji za angažman mladih u klimatskim akcijama kroz kulturu imao je za cilj proizvesti modul učenja za muzejske profesionalce. Opseg modula učenja je omogućiti muzejskim

stručnjacima poticanje angažmana mladih u klimatskim akcijama kroz učenje temeljeno na tehnologiji i umjetnosti. Kroz ovaj modul muzejski će djelatnici, putem izložbi i programa vezanih uz klimu, poboljšati razumijevanje mladih o klimatskim promjenama, potičući na taj način ekološki osviještena razmišljanja i aktivnost mladih građana na tu temu. Cijela prezentacija dostupna je online na: <https://www.facebook.com/perseproject/videos/689199022378531/>.

Struktura programa temeljila se na sljedećem skupu aktivnosti:

- Prikupiti i mapirati akcije i inicijative koje su muzeji (i općenito GLAM-ovi) proveli na temu angažmana mladih u klimatskim promjenama. Ovo je radna istraživačka aktivnost s ciljem prikupljanja resursa o aktivnostima koje su prethodno poduzeli GLAM-ovi na temu angažmana mladih u klimatskim promjenama.
- Analizirajte radnje i kategorizirajte ih na temelju ključnih komponenti (angažman mladih, umjetnička orijentacija, akcije temeljene na tehnologiji).
- Dizajnirajte grubu strukturu obrazovnog modula utemeljenog na principima učenja temeljenog na umjetnosti, učenja temeljenog na istraživanju znanosti i učenja temeljenog na tehnologiji.
- Prvi krug evaluacije od strane muzejskih stručnjaka. Sudionicima pruža elemente za poboljšanje modula na temelju primljenih povratnih informacija.
- Primijenite poboljšanja na temelju prvog pregleda muzejskih stručnjaka.
- Drugi krug evaluacije: pilotiranje modula od strane muzejskih stručnjaka
- Primijenite posljednje preporuke na modul
- Izdanje modula za učenje s otvorenim pristupom.

Rezultati zajedničkog rada sastojali su se od modula učenja koji pokazuje kako su klimatske promjene okolišni i društveni fenomen s kojim se može pozabaviti angažmanom mladih u klimatskim akcijama. Zajednički napor rezultirao je razvojem eko-kapaciteta kod mladih, kroz kulturne aktivnosti, pokazujući da, kroz klimatske radionice, izložbe i obrazovne programe, GLAM-ovi mogu generirati eko-kapacitete kod mladih.

Prema definiciji McKenzieja, eko-kapaciteti se mogu definirati kao sposobnosti ljudskih bića da budu produktivni i da se regeneriraju, ponovno povežu s drugim ljudima, drugim vrstama i planetom.

Ova akcija utječe na sposobnost mladih da postanu nositelji promjena, mobilizirajući učenje utemeljeno na znanosti i umjetnost kako bi osnažili mlade osobe da poduzmu klimatske akcije u svojim zajednicama.

Daljnji koraci sastoje se od širokog širenja i korištenja modula učenja kroz mreže kulturnog sektora, kao što su Europeana i Nemo.

1.4 Muzej za umjetnost i obrt (MUO)

Muzej za umjetnost i obrt (MUO) osnovan je 1880. godine na inicijativu Udruge umjetnika i njezina tadašnjeg predsjednika Izidora Kršnjavoga i bio je jedna od prvih takvih ustanova u Europi. Početni fondus Muzeja formiran je nekoliko godina prije formalnog osnivanja Muzeja. Prvi predmeti za budući muzej otkupljeni su 1875. godine, a od 1880. godine fondus se planski sustavno nadograđuje nabavama predmeta u Hrvatskoj i diljem Europe te brojnim donacijama privatnih kolekcionara.

Danas Muzej raspolaže s fondusom od oko sto tisuća predmeta likovne i primijenjene umjetnosti, iz razdoblja od 14. do 21. stoljeća, raspoređenih u niz zbirki: namještaja, stakla, metala, keramike, skulpture, slikarstvo, grafika, satovi, grafički i produkt dizajn, arhitektura, fotografija (jedna od najstarijih takvih zbirki na svijetu) i fotografska oprema, tkanine i moda, glazbeni instrumenti, oslikana koža, slonovača, tisak i uvezivanje knjiga.

Knjižnica i čitaonica s više od 65.000 svezaka knjiga i časopisa jedna je od najstarijih i najvažnijih specijaliziranih knjižnica za umjetnost i likovni obrt u ovom dijelu Europe. Odjel muzejske dokumentacije, u sklopu kojeg se nalazi fotografski studio, računalni odjel i arhiv Muzeja, prikupljaju, klasificiraju i proučavaju građu o



muzejskim predmetima, djelatnosti i povijesti Muzeja. U strukturi muzejskih odjela važnu ulogu imaju restauratorske radionice koje neprestano rade na preventivnoj zaštiti, konzervaciji i restauraciji muzejskih predmeta.



Obrazovna djelatnost nastoji ostvariti programske ciljeve Muzeja s obzirom na komunikaciju s javnošću i poticanje stvaralaštva. Stalni postav Muzeja s gotovo 3000 izložaka postavljen na oko 2000 četvornih metara izložbenog prostora pružio je uvid u razvoj umjetničke i obrtničke proizvodnje od kasnog srednjeg vijeka do danas, povijesne mijene stilova u kojima se posebnost hrvatskog kulturnog prostora kao i širi intelektualni i duhovni tokovi vremena zrcale.

Osam izložbenih prostorija u prizemlju s više od tisuću četvornih



metara površine namijenjeno je održavanju povremenih izložbi – tematskih izložbi temeljenih na fondusu i kulturološkom pristupu baštini – te monografskih, retrospektivnih i izložbi dosjea koji propitkuju određene

aspekte suvremene umjetnosti. Dodatnim promotivnim i kulturnim programima (koncerti, kazališne predstave, promocije) Muzej je u nacionalnom smislu proširio značenje umjetničkog muzeja i profilirao se u smjeru promicanja kulturne povijesti i oplemenjivanja kulture suvremenosti.

Od 1. siječnja 2022. godine, zbog posljedica potresa i sveobuhvatne konstruktivne obnove zgrade, Muzej za umjetnost i obrt do daljnjega je zatvoren za javnost. Zbog preseljenja cijelog Muzeja za umjetnost i obrt do daljnjega su obustavljeni svi posjeti muzejskim zgradama i dokumentaciji.

Usluge koje nudi MUO

Važan segment obrazovanja Muzej za umjetnost i obrt ugradio je u svoje temelje od svog nastanka krajem 19. stoljeća te je neprestano prisutan prateći suvremene potrebe i trendove muzejsko-pedagoškog rada. U poslijeratnom razdoblju proširen je odgojno-obrazovni rad s djecom, mladima i studentima. Prvi muzejski pedagog zapošljava se 1959. godine, čime započinje sustavni obrazovni rad. Muzej je svoju obrazovnu funkciju usmjerio na djecu predškolske dobi, osnovne i srednje škole. Nova je nastavna zadaća i obrazovanje kadrova u školama i predškolskim ustanovama. Organizirana su predavanja i tečajevi, vodstva i posebna događanja vezana uz obrazovanje. Stalni postav uvijek je naglašavao edukativni aspekt, dok su povremene izložbe pružale kvalitetne informacije o povijesti i najnovijim trendovima u umjetnosti. U današnje vrijeme Muzej je otvorio svoja vrata različitim skupinama od predškolskih ustanova, visokoškolskih ustanova, ustanova za obrazovanje odraslih i ustanova s posebnim potrebama, posjeta pojedinaca i obitelji, turista i drugih sličnih skupina, zapravo svih vrsta posjetitelja muzeja kroz svoje obrazovne programe.

S obzirom da je muzej zatvoren za javnost, edukativne aktivnosti provode se u različitim oblicima: muzejski pedagozi posjećuju vrtiće, osnovne i srednje škole, provode programe u drugim muzejima te putem digitalnih platformi.

Usluge za mlade i škole

Srč ponude za djecu prikazuje kako je živjelo plemstvo i građanstvo na području današnje Hrvatske od 14. stoljeća do danas. Učeći o stilskim razdobljima, mladi posjetitelji istovremeno stvaraju povijesni i opći kontekst. Vodiči se mogu uklopiti u nastavni plan i program prirode i društva, likovne umjetnosti i povijesti. I s polaznicima vrtića MUO razgovara o prinčevima i princezama, životu u dvorcu, raznim tajnim vještinama i svemu što zanima male posjetitelje. Sve teme koje Muzej obrađuje mogu se prilagoditi nastavnom planu i programu ili vezati uz zbirke MUO.

Ovakvo neobično učenje i korištenje dijelova izvorne stvarnosti potaknut će motivaciju i učenje učiniti dinamičnijim i zabavnijim! Radionice potiču kreativnost, a učenički radovi mogu poslužiti za daljnje učenje ili ponavljanje te se mogu izložiti u školi u obliku izložbe.



MUO je prisutan na društvenim mrežama na:

<https://www.facebook.com/muozagreb/>

(16.771 pratitelja)

https://twitter.com/muo_zagreb

(1299 tweetova, 389 pratitelja)

<https://www.instagram.com/muozagreb/>

(2395 objava, 4291 pratitelja)

<https://www.youtube.com/channel/UCFiLvzS6lawuphr90b6UosA>

(61 registrirana korisnika)

Rezultati koji proizlaze iz provedbe projekta GLAMers



Edukacijski odjel MUO osmislio je dvodijelnu radionicu Like for GLAMs? za učenike Likovne grupe XVI. Gimnazije, pod mentorstvom prof. Marović, u kojoj je sudjelovalo 21 dijete.

Na prvom uvodnom susretu, održanom 21. listopada u 16. gimnaziji, učenici su se na primjeru MUO upoznali s Muzejom kao institucijom, njegovim fundusom i zbkama, ali i muzejskom djelatnošću, strukom i namjenom općenito. Nadalje, predstavljeno je nekoliko primjera kulturnih digitalnih sadržaja, uključujući nekoliko interaktivnih sadržaja koje su učenici imali priliku isprobati. Naposljetku, u vođenom razgovoru, voditelji radionica

pokušali su doznati kako je pandemija utjecala na (društveni i kulturni) život studenata, jesu li razvili neke nove navike, kakvo je njihovo mišljenje o kulturnim digitalnim sadržajima te koliko su zainteresirani za sukreiranje istog. Učenici su bili vrlo motivirani i zainteresirani te su aktivno sudjelovali. Intervjue su dale i tri učenice: Lucija Zovko, Maša Žilavčić i Ana Koletić.

Drugi dio radionice održan je u Tehničkom muzeju Nikola Tesla 4. studenoga. Učenici su podijeljeni u dvije grupe, pri čemu se iskustvo jedne grupe prenosilo uživo putem platforme Zoom.

U prvom dijelu učenici su imali priliku doživjeti muzej na drugačiji način, sudjelujući u neobičnoj interaktivnoj izložbi „Videoigre s umjetnošću“. Izložba je predstavila stvaranje audio/vizualne glazbe kroz popularan pristup igranju videoigara. Autori, umjetnici Filip Merčep i Boy van Ooijen učenicima su objasnili kako pokrenuti izložbu i sukreirati je koristeći kontrolere za PlayStation, Xbox, svoje mobitele i glas. Pri izradi likovnih elemenata učenici su se, između ostalog, služili i ispisima predmeta iz zbirke MUO.

U drugom dijelu muzejski pedagozi održali su radionicu strukturiranu kao kombinacija debate i brainstorminga. Istraživali su što mladi očekuju i žele od kulturnih institucija, s naglaskom na potencijal digitalnih sadržaja, te u kojoj su se mjeri i na koji način spremni aktivno uključiti u razvoj takvih sadržaja.

Učenici su bili izuzetno aktivni i motivirani, spremni za timski rad. Podaci koje su iznijeli koristit će muzejskim djelatnicima u daljnjem

radu (djelatnicima MUO, ali i ostalima koji su prijenos pratili putem platforme Zoom). Nekoliko je učenika izjavilo da bi rado bili dio radne skupine koja bi sudjelovala u sukreiranju sadržaja za novi stalni postav MUO-a i sadržaja na društvenim mrežama muzeja.

Prijenos uživo radionice *Lajkaš GLAMove?*

4. 11. 2022., 14:30-15:30 sati

Pogledajte kako će učenici XVI. gimnazije iskusiti audio-vizualne muzejske sadržaje te kroz oluju mozgova otkriti što očekuju od digitalnih kulturnih sadržaja. Aktivno se uključite u završnu diskusiju!

Pozivamo Vas da nam se pridružite putem sljedeće poveznice:
<https://us02web.zoom.us/j/8434695835?pwd=aXNlNU1Eh3h3YVZlOjRlLTZlZlNDR0Z0>

The GLAMers

MUO & MZU
MUSEUM ZA UČENICE
MUSEUM FOR STUDENTS

Poante predstavljene od sudionika tijekom događaja MUO IO3 Lajk za GLAMove?

Mladi su skupina ljudi koja manje posjećuje GLAM-ove od ostalih dobnih skupina – oni imaju druge interese, ALI važno je razviti interes za GLAM-ove u vrijeme kada se moždane aktivnosti mogu usmjeriti u tom smjeru. Mladi rijetko fizički posjećuju GLAM-ove, stoga je digitalni sadržaj iznimno koristan.

Prednosti virtualnih šetnji i izložbi su: nema vremenskog ograničenja, jeftinije su, geografski pristupačnije, pristupačnije osobama s poteškoćama u kretanju.

Moderni ljudi provode mnogo vremena ispred ekrana. Stoga bi to kulturni djelatnici trebali iskoristiti nadopunjavanjem sadržaja doživljenog izravno ili uživo digitalnim sadržajem; kulturni djelatnici trebali bi to iskoristiti stvaranjem potpuno digitalnih sadržaja (dostupnih bez fizičkog posjeta GLAMovima); važno je razvijati digitalni kulturni sadržaj jer će ljudi da ne budu manje na mobitelima, pa kad jesu - da (dijelom) gledaju i kulturne sadržaje.

Moderna tehnologija nam omogućuje da digitalno bolje vidimo i doživimo neke aspekte nekih predmeta (povećanja koja se ne vide golim okom, nema stakla/vitrina, rasvjeta nam ne smeta itd.).

Uz virtualne sadržaje korisnik bolje kontrolira što ga zanima i što želi više čuti/vidjeti, a što manje.

Određena količina kulturnih digitalnih sadržaja u stalnom postavu obogatila bi fizički posjet GLAM-ovima, posebice u slučaju mladih.

Radije ću pogledati isti sadržaj, npr. informacije o temama koje se prezentiraju u sobama, ako su predstavljene digitalno nego u tiskanom obliku.

Digitalni sadržaji su vrlo atraktivni, mogu prikazati kontekst na vizualno atraktivan i jasan način, iskustvo digitalnih sadržaja lakše je podijeliti s nekim (možete ih podijeliti putem društvenih mreža).

Želio bih sudjelovati u radnoj skupini za sukreiranje sadržaja za novi stalni postav MUO ili GLAM-ove općenito. Mislim da bi mi to bilo korisno iskustvo. Osjećaj da radim nešto korisno, da pridonosim, bio bi sasvim dovoljan. Sadržaje za društvene mreže treba pažljivo osmišljavati jer često vidimo da su umjetni, isforsirani, poput reklama. To nas potpuno odbija.

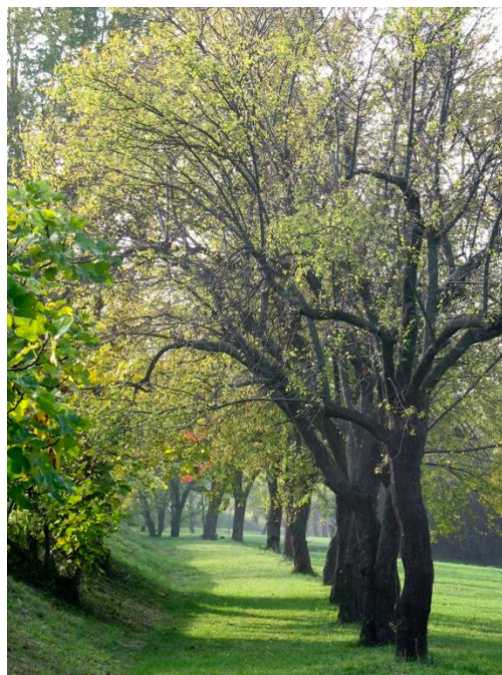
Objave na društvenim mrežama bile bi zanimljivije mladima da su duhovite, pa i sarkastične.

Naslovi kojima se GLAM-i pokušavaju približiti jeziku mladih na društvenim mrežama automatski nas odbijaju jer u pozadini često stoji lažno prezentiran sadržaj.

TikTok ne smatramo prikladnim medijem za kulturne sadržaje, već bismo ih radije pratili putem Instagrama, s obzirom da Facebook više ne koriste mladi u većoj mjeri.

1.5 Zaklada Villa Ghigi

Zaklada Villa Ghigi (<https://www.fondazionevillaghigi.it>) prvobitno je osnovana 1980. godine kao centar Villa Ghigi, udruga koja uključuje općinu Bologna, bolonjske sekcije Italia Nostra i WWF, Bolognese Union of Naturalists, Federnatura, Pro Montibus et Silvis, Udruga naturalista Bolognese, ISPRA. Ponuđena su prva vođenja za škole u parku Villa Ghigi i razvijeni su prvi obrazovni programi. Godine 2001. Centar se transformira u Zakladu Villa Ghigi, a Zaklada seli svoje sjedište u Palazzino, seosku kuću u parku Villa Ghigi, te ponovno pokreće obrazovne aktivnosti u parku, predlažući nove obrazovne programe za škole. Godine 2004., zahvaljujući sporazumu s općinom Bologna, Zaklada počinje izravno upravljati parkom Villa Ghigi, pokrećući zahtjevan program obnove. Sljedećih godina višestruko se povećala ponuda školskih i izvannastavnih aktivnosti, uključujući cijenjeni ljetni kamp, kao i vođene šetnje i druga popularna događanja za građane. Od 2013. Zaklada, zajedno s Općinom Bologna i Odjelima za obrazovne znanosti i znanosti o kvaliteti života Sveučilišta u Bologni, sudjeluje u intenzivnom programu obuke za odgajatelje i operatere gradskih centara za dojenčad i malu djecu i predškolskih ustanova o obrazovanju u prirodi, koja traje i danas, također dajući prostor konferencijama, seminarima, intervencijama za poboljšanje školskih prostora i drugim inicijativama. Nakon što je bio zatvoren dva mjeseca 2020. godine, godine pandemije, Villa Ghigi Park ponovno je otvoren, svjedočeći progresivnom napadu sve većeg broja posjetitelja, s ponašanjem koje nije uvijek ispravno: nespretno i nepažljivo branje voća i cvijeća, eksponencijalni porast otpada, slabo poštivanje anti-covid pravila. Trend je to koji još traje i kojem se pokušavaju suprotstaviti jednim pravim alatima koji su nam na raspolaganju: ljubaznošću, dijalogom, odgojem za boravak u prirodi.



Park Villa Ghigi nalazi se nedaleko od središta Bologne, ali već uronjen u okruženje prvih brežuljaka. To je mirno mjesto, koje se proteže na oko 30 hektara u dolini Rio Fontane, gdje su stare poljoprivredne parcele još uvijek

jasno prepoznatljive obilježene drvoredima starih voćaka, koje su uokvirene trakama drva, ukrasnim šumarkom u blizini vila je mala i zanimljiva "bukova šuma". Park je među najpopularnijima i najcjenjenijima u gradu zbog izuzetnog krajobraznog konteksta u koji je umetnut, bogatstva i raznolikosti okoliša, pogleda na Bolognu i povijesno-arhitektonske hitnosti obližnjih brežuljaka, dobre pristupačnosti, i udobne staze. Botanička baština uključuje mnoge voćke, nasljeđe nekadašnjeg ruralnog uređenja područja, s dugogodišnjim drvoredima krušaka, azarola, badema, rusticana i smokava koji pripadaju starim kultivarima tipičnim za bolonješko područje, okruženi nedavno zasađenim stablima i, u blizini sjedišta Zaklade, jedinstveni „voćnjak Palazzino“, u kojem se nalaze mlade biljke skinute s nekih od najstarijih voćaka u Emiliji-Romagni. Dobro je zastupljena ukrasna komponenta tipična za parkove prigradskih vila, koja uključuje značajne arborealne primjerke tise, himalajskog cedra, tuje, libocedra i fotinije; mali nasad bukve s kraja devetnaestog stoljeća, nažalost u starijoj fazi i danas u kritičnom stanju, obogaćuje botaničku i simboličku vrijednost zelene površine. Raznolikost okoliša parka također podržava veliku raznolikost životinjskih vrsta tipičnih za brdoviti okoliš, počevši od bogatog i raznolikog ptičjeg svijeta; posljednjih godina dodaju se nekad neobične prisutnosti, poput srne i divlje svinje, koje odražavaju novu dinamiku koja se odvija u okolici.

FVG je prisutan na društvenim mrežama na:

<https://www.facebook.com/FondazioneVillaGhigi>

(12.423 pratitelja)

<https://twitter.com/FondVillaGhigi>

(192 tweetova, 294 pratitelja)

<https://www.instagram.com/fondazionevillaghigi/>

(437 objava, 3010 pratitelja)

Usluge koje nudi Villa Ghigi Park



Planom upravljanja predviđen je niz redovnih radova, koji osiguravaju dobro održavanje i korištenje Parka, te brojna poboljšanja održivosti, hidrografske mreže, biljne baštine i pojedinih dijelova područja u cilju očuvanja i povećanja njegova ekološkog bogatstva. Mnoge intervencije podupiru aktivnosti za škole ili one usmjerene prema građanima, često uz angažman starijih stanovnika nekadašnjeg imanja Ghigi koji još uvijek žive u parku i njegovoj okolici i predstavljaju svojevrsnu povijesnu uspomenu. Stvaranje velikog povrtnjaka, postavljanje ribnjaka, sanacija napuštenog vinograda, sakupljanje i prerada plodova parka te umetanje naturalističkog namještaja samo su neki od zahvata koji

su nedavno izvedeni.

Usluge za mlade i škole

Od ranih 1980-ih Centar i Zaklada provode intenzivnu ekološku edukaciju koja traje i danas kroz mnoštvo iskustava osmišljenih kako bi približili svijet škole, obitelji i svih građana prirodi i teritoriju, potičući želju bolje razumjeti ekološku stvarnost u kojoj živimo. U temelju odgojnog prijedloga nalazi se uvjerenje da je neposredan kontakt s prirodom, od najranije dobi, temeljni preduvjet za razumijevanje okoliša koji nas okružuje te razvijanje pažnje i brige za njega. Zbog toga se veliki dio aktivnosti Zaklade odvija na otvorenom: od doživljaja u školskim vrtovima i prirodi za djecu jaslica i vrtića do brojnih prijedloga u parku Ville Ghigi i brojnih obrazovnih projekata pokrenutih u suradnji s institucijama i udruge, za osnovne i srednje škole o najrazličitijim temama koje se tiču



urbane ekologije, javnih zelenih površina, krajobraznih aspekata područja Bologne, zaštićenih područja, znanja o bioraznolikosti, evolucije urbanog teritorija i periurbanog i tako dalje.

Tijekom ljeta park oživljava zahvaljujući djeci Ljetnog centra osmišljenog kako bi im pružio iskustvo potpunog uranjanja u prirodu. Ljetni centar postoji već više od 10 godina, a posljednjih je ljeta otvoren i za najmlađe (3-6 godina). Škola u šumi, koja je već dala odlične rezultate i koju namjeravamo ponovno predložiti u malo širem obimu. Namijenjeno starijima, od 12 do 14 godina, tu je zatim Trekking in the hills,



prijedlog za širenje horizontata već poznatog teritorija, eksperimentiranje s autonomijom i osjećajem grupe; poziv je da doživite nezaboravan tjedan hodajući kroz fascinantno krajolik brda Bolognese.

Prijedlozi koji dolaze sa zajedničkih sastanaka između FVG i GLAMers projekta

Kao što je već spomenuto, jedna od neočekivanih ostavština pandemije je sve veći broj posjetitelja, s nekorektnim ponašanjem: branje voća i cvijeća, dramatičan porast otpada, nepoštivanje anti-covid pravila itd.

Kako bi pomogli u rješavanju ovog problema, GLAMersovi partneri podržali su Zakladu u usvajanju modela obrazovanja o okolišu koji obuhvaća tri temeljna aspekta:

- Znanstveno poznavanje okoline.
Nemoguće je glumiti nešto što nam je nepoznato. Dakle, prvi korak odgoja i obrazovanja za okoliš je proučavanje svijeta oko nas iz same njegove baze, naše okoline. Moramo poznavati zakone, uvjete, principe, racionalna i znanstvena objašnjenja činjenica i pojava materijalnog, živog i neživog svijeta. Bez tog znanja nemoguće je adekvatno djelovati nad našim okruženjem i usmjeravati svoje djelovanje.
- Poznavanje sredstava i akcija za očuvanje našeg okoliša. Nakon što upoznamo činjenice i pojave prirodnog svijeta, moramo znati kako djelovati i na koje načine možemo očuvati, obogatiti i održati svijet. Na taj se način radnje koje treba provesti mogu učiniti na učinkovitiji način i s manje truda i sredstava nego kada nismo svjesni posebnosti pojave koju treba riješiti.
- Formiranje vrijednosti, načela i pravila kada se radi o očuvanju i brizi o prirodnom svijetu.
Nije nimalo korisno poznavati svijet oko sebe i kako ga čuvati ako nismo svjesni zašto to moramo činiti. Možda je ovo najvažnija točka ekološkog obrazovanja.



Odgovarajuća strategija za provedbu ovog modela proizlazi iz uključivanja mladih u zaštitu parka. Osmišljeni su posebni šerifovi bedževi koji mladim volonterima simboliziraju ulogu „branitelja parka“, prilaze posjetiteljima koji ne poštuju park i pozivaju ih na pristojnije ponašanje. Na ovaj način bi se mogle smanjiti neke od loših praksi koje su prijavljene u posljednjih nekoliko godina, kao što su:

- Prijevoz motornih vozila, bicikala i brdskih bicikala
- Uklanjanje smeća
- Sakupljanje divlje flore i faune
- Berba voća
- Kontrola pasa u parku
- Organiziranje piknika, zabava, igara
- Ne dopustiti da djeca vise s grana svjetovnog drveća.



1.6 Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis - Musées royaux d'Art et d'Histoire (Royal Museums of Art and History, KMKG-MRAH)



Kraljevski muzeji umjetnosti i povijesti dio su saveznih znanstvenih instituta kojima upravlja ministar za znanstvenu politiku Belgije. RMAH obuhvaća razne muzeje u Bruxellesu: Kraljevski muzeji umjetnosti i povijesti, Muzej glazbenih instrumenata, Halle Gate i Muzej Dalekog istoka.

RMAH provodi istraživanja i čuva sjećanja za buduće generacije, jamčeći jednaka prava i pristup baštini i znanstvenoj ekspertizi.

Rade u aktivnom partnerstvu za i s različitim zajednicama, kako bi sačuvali, prikupili, interpretirali, prikazali i otvorili zbirke za proučavanje, obrazovanje, udobnost i uživanje. RMAH promovira dublje razumijevanje društava i kultura, što nas potiče da bolje brinemo o svijetu, dopuštajući nam da ga zamislimo drugačije.

RMAH je osnovan Kraljevskim dekretom 1835. Tijekom izmjene od

23. travnja 2002., misije su zabilježene kako slijedi:

- Nabava i konzervacija umjetnina i dokumentarnih djela od znanstvenog i muzejskog interesa u odnosu na zbirke.
- Vođenje općeg inventara u koji se upisuje svaka umjetnina, uz navođenje datuma nabave, podrijetla, nabavne cijene i drugih bitnih podataka.
- Organizacija arhivskog repozitorija, dokumentacijskog centra koji se odnosi na zbirke i knjižnice specijalizirane za područja zastupljena u ustanovi.
- Prikupljanje znanstvenih i dokumentarnih podataka koji se odnose na zbirke.
- Obavljanje znanstvenog rada u vezi sa zbirkama.
- Promicanje i širenje rezultata znanstvenih istraživanja, kako na nacionalnoj tako i na međunarodnoj razini.
- Aktivno sudjelovanje u znanstvenim misijama.
- Aktivno sudjelovanje u znanstvenim projektima i skupovima u zemlji i inozemstvu.
- Služenje javnosti kroz informiranje o zbirkama, organizaciju edukativnih aktivnosti, pomoć istraživačima.
- Uspostava banke podataka o zbirkama umjetnina, arhivima, knjižnicama.
- Objavljivanje znanstvenih i drugih radova namijenjenih širokoj publici.
- izraditi plan digitalizacije koji će istovremeno obuhvatiti sastavne elemente baštine, tj. digitalizaciju zbirki i dokumenata, te informacijske sustave koji se odnose na baštinu razvojem elektroničkih informacija online i offline.



Usluge koje nudi RMAH

RMAH upravlja različitim kulturnim uslugama, a to su: knjižnice i arhivi (za konzultacije i istraživanja), studio za slike (korištenje kulturnih predmeta digitaliziranih od strane muzeja putem internetskog kataloga Carmentis), restauracija i znanstvena istraživanja, istraživanja o porijeklu umjetničkih djela (posebno vezano uz umjetnine ukradene, opljačkane ili napuštene tijekom Drugog svjetskog rata).

Usluge za mlade i škole

Osim Muzeja Dalekog istoka, koji je trenutno zatvoren zbog obnove, svi ostali muzeji upravljaju intenzivnim programom kulturnih usluga namijenjenih predškolskom i osnovnom obrazovanju, srednjem i visokom obrazovanju. Neke od najnovijih aktivnosti su:



Ponovno osmišljavanje Halle Gatea, uz pomoć male djece, istražujući zgradu, promatrajući njezine male kutke, tražeći vitezove, konje i sve životinje koje u njoj žive. Puni ideja, tada mogu izraditi vlastiti Porte de Hall na velikim papirima s puno boja.

Prije više od 1000 godina rijeka je privukla ljude koji su se naselili na njenim obalama. Kako se grad razvio od ovog sela do prijestolnice Europe kakvu danas poznajemo? Zašto je imao vrata? Tko je njime upravljao i kako su njegovi stanovnici živjeli u srednjem vijeku? Ova edukativna radionica namijenjena je učenicima osnovnih škola.

Učenici srednjih škola također mogu biti pozvani da otkriju instrumente iz prošlosti ili iz dalekih zemalja i nauče kako je jezik glazbe univerzalan za zabavu, komunikaciju, rad, zavođenje, meditaciju, nadilaženje mode i kulturnih razlika. Virtualno putovanje kroz pet kontinenata, pomaže učenicima da otkriju neobične instrumente i njihove zvukove, kao i da usporede svoje viđenje glazbe s viđenjima drugih društava. Jer u većini kultura glazba zadržava funkcionalnu ulogu koja je u Europi pomalo zaboravljena. Kada i zašto se svira glazba? Koja je njegova svrha?

Za buduće učitelje i odgajatelje organiziraju se i posebna putovanja. U muzejskim sobama upoznaju se sa znanostima o instrumentima i djeci i mladima mogu omogućiti posjet muzeju, povijest, tradiciju i glazbala.



Posebna pozornost posvećuje se i mladima s mentalnim, tjelesnim ili socijalnim poteškoćama. Bez obzira na specifičnost grupe, vođeni su kako bi osigurali da se svatko osjeća dobrodošlim i poštovanim u svojim različitostima. Glazbeni instrument je u središtu obogaćujućeg trenutka razmjene i susreta za sve. Manipulacije, "glazbena kupka", glazbene igre, slušanje, promatranje i dijalog... na jelovniku su, prema mogućnostima polaznika.

Na kraju, mladi su također pozvani da zavire iza kulisa orkestra. Simfonijski orkestar je fascinantan svijet koji postavlja mnoga pitanja o tome koji instrumenti postoje, kako je zamišljen i organiziran. Kakav je život glazbenika? Što je posao dirigenta? Kakvu glazbu svira orkestar?

Prijedlozi koji dolaze sa zajedničkih sastanaka između RMAH i GLAMers projekta

Čak i prije projekta GLAMers, Kraljevski muzeji već su se počeli uhvatiti u koštac s izazovom kako uključiti sektor vizualnih umjetnosti, koji je bio ozbiljno pogođen krizom izazvanom pandemijom COVID-19. Unatoč zatvaranju galerija i izostanku izložbi, kroz virtualnu platformu okupila se skupina umjetnika



različitih generacija. Art Cares Covid omogućio je predstavljanje njihovih radova, stavljanje u prodaju, ali i prikupljanje donacija za ONG koji podržava kulturne projekte za starije osobe. Kraljevski muzeji odlučili su

predstaviti ovu inicijativu koja je stvorila most između suvremenog stvaralaštva i starijih osoba. Na izložbi je sudjelovalo četrdesetak mladih umjetnika.

Dana 22. listopada 2022., RMAH se vraća na događaj Groznica Noći muzeja, nakon nekoliko godina kada im nije bilo moguće sudjelovati.



Groznica Noći muzeja ponudila je svojim posjetiteljima priliku da kreiraju vlastiti originalni itinerar kroz stotinu umjetničkih aktivnosti diljem Bruxellesa, podupirući zamisao mladih multidisciplinarnih talenata, kolektiva ili umjetničkih škola i muzejskih timova. Uključivanje mladih poduprlo je transformaciju i rušenje barijera u muzejima na najoriginalniji mogući način za najveći užitak sve publike. Muzeji su pozvali stotinu mladih umjetnika kojima su dali carte blanche da na jednu večer reinterpetiraju njihove izložbe kroz svoju praksu ili jednostavno stvaraju atmosferu.

Godine 2022. Groznica Noći muzeja bila je još više predana svojoj inkluzivnoj politici. Dio programa osmišljen je tako da uključuje umjetnike iz LGBTQIA+ zajednice kako bi dali ponos svojim talentima i porukama, koji su još uvijek nedovoljno zastupljeni u uobičajenim muzejskim programima. Groznica Noći muzeja također je poboljšala pristup ovim informacijama za osobe s invaliditetom i provela potpunu reviziju pristupačnosti za osobe s posebnim potrebama.

2. Procjena utjecaja

Ovo poglavlje predstavlja kako su aktivnosti provedene s uključenim GLAM-ovima analizirane prema shemi procjene utjecaja koja se temelji na European Impact Playbook (EIP), dobro uspostavljenom alatu za mjerenje utjecaja koji je u velikoj mjeri prihvaćen u kulturnom i kreativnom sektoru u Europi. Priručnik je razvila Zaklada Europeana, a dostupan je pod licencom Creative Commons CC BY-SA 4.0: <https://pro.europeana.eu/page/impact>, <https://pro.europeana.eu/page/europeana-impact-playbook>.

2.1 Procjena utjecaja kroz EIP u kontekstu GLAMersa

Prema definiciji koju daje knjiga profesora Simona Tannera *“Measuring the impact of digital resources: the Balanced Value Impact Model”*¹, utjecaj znači: "Promjene koje se događaju za dionike ili u društvu kao rezultat aktivnosti za koje je organizacija odgovorna.“

Tipična pitanja koja se javljaju kada se od ljudi traži da procijene učinak nove aktivnosti su:

- Jeste li ikada trebali izmjeriti ili pokazati učinak svog rada?
- Zanima vas jesu li vaše aktivnosti utjecale i dovele do promjene?
- Jeste li tražili alate koji vam pomažu u mjerenju takve promjene?
- Koliko je važna sposobnost procjene i artikuliranja utjecaja na vašu organizaciju? (npr. od 0 do 5)
- Koliko biste bili samouvjereni kada biste razgovarali o utjecaju digitalne kulturne baštine?
- Koliko ste uvjereni da vaša organizacija procjenjuje i artikulira svoj učinak?

Partnerstvo GLAMers odlučilo je svoju procjenu temeljiti na Impact Playbooku koji je razvila Europeana iz nekoliko razloga:

- EIP je osmišljen posebno za organizacije kulturne baštine.
- Osmišljen je za procjenu utjecaja digitalnih izvora, ali s obzirom na veliku fleksibilnost, EIP je lako prilagodljiv i drugim situacijama.
- Može se koristiti prema opsegu akcije, vremenu koje nam je na raspolaganju, prioritetima i resursima koje možemo staviti u aktivnost procjene.

EIP se temelji na načelima izloženim u knjizi Simona Tannera i nudi pristup u četiri faze:

- Osmislite svoj utjecaj
- Mjerite svoj utjecaj
- Ispričajte svoj utjecaj
- Procijenite svoj utjecaj

Zbog dugotrajnosti projekta GLAMers, izravno smo radili na prvom koraku (dizajn), a uključenim GLAM-ovima osigurali smo alat koji mogu koristiti za sljedeće korake. Za potpunu prezentaciju prve faze EIP-a, molimo pogledajte: <https://pro.europeana.eu/event/design-your-impact-impact-playbook-phase-1>. U sljedećim paragrafima predstaviti ćemo ključne elemente EIP modela. **Primjena ovih načela na konkretan slučaj projekta GLAMers označena je crvenim tekstom. Procijenite svoj utjecaj**

2.2 Osmislite svoj utjecaj

Prva faza EIP-a odnosi se na osmišljavanje utjecaja koji želite imati na institucije i ljude, što se tiče specifične aktivnosti koju želite provesti.

¹ Tanner, Simon, *Measuring the impact of digital resources: the Balanced Value Impact Model*, King's College London, 2012, [https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/measuring-the-impact-of-digital-resources\(2a2a09b5-b622-4e04-a2a4-11564bd8379a\).html](https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/measuring-the-impact-of-digital-resources(2a2a09b5-b622-4e04-a2a4-11564bd8379a).html)

---> u slučaju GLAMersa, želimo izmjeriti utjecaj koji će aktivnosti koje se vode unutar GLAMers projekta imati na buduću strategiju GLAMersa.

Za osmišljavanje našeg utjecaja nužan je tim stručnjaka koji donose različite kompetencije. Vrlo je teško to osmisлити od strane jedne osobe: potreban nam je tim. Tim uključuje ljude koji rade u različitim područjima organizacije kako bi donijeli različite perspektive i ideje. Ovo je korisno u skladu s važnim konceptom koji uvodi model uravnoteženog utjecaja vrijednosti, tj. vrijednosne leće, skup od pet vrijednosti, koje su najčešće povezane s iskustvom kulturne baštine. Procjena utjecaja je učinkovitija kada koristite različite leće za prikupljanje i tumačenje podataka. Svaka leća zumira percipiranu vrijednost onoga što se mjeri, iz određene perspektive, bez ometanja šire slike.

- Korisna leća: vidjeli ste dokaze da su ljudi razvili novi resurs, promijenili svoju perspektivu ili gledište ili koristili više resursa ili usluge nakon što su se uključili u aktivnost.
- Objektiv učenja: vidjeli ste dokaze da je osoba ili zajednica naučila iz aktivnosti i da je to promijenilo njihov osjećaj za kulturu, obrazovanje, znanje i nasljeđe.
- Objektiv zajednice: vidjeli ste dokaze da su se ljudi osjećali bolje povezanim sa svojom zajednicom i temama nakon što su se uključili u vaše aktivnosti.
- Objektiv postojanja: vidjeli ste dokaz koliko ljudima važna konceptualna vrijednost i prestiž koji proizlaze iz resursa ili usluge.
- Objektiv naslijeđa: vidjeli ste dokaze da su ljudi izvukli korist od nasljeđivanja i oporuke resursa ili aktivnosti između generacija i zajednica.

Ova prva faza EIP-a može se strukturirati u pet aktivnosti.

Aktivnost 1.A - Razmislite o strateškim perspektivama i vrijednosnim lećama vašeg projekta iz perspektive vaše organizacije:

- Zašto radite projekt?
- Zašto ste zainteresirani za ovu inicijativu?
 - ✓ Zanima li vas više ekonomska vrijednost?
 - ✓ Ili u njegovoj društvenoj vrijednosti?
 - ✓ Ili inovativnost?
 - ✓ Ili organizacija? Promjene u samoj organizaciji?

Ne morate odabrati jedno od toga, jer su često svi važni. Ali moramo se usredotočiti na to što je vama stvarno važno i želimo vidjeti učinke.

---> u slučaju GLAM-a, strateška se perspektiva sastoji od bližeg odnosa između GLAM-a i mladih. U svim prethodno opisanim pilot slučajevima uključenih GLAM-ova, fokus je na vrijednosti društvene inovacije, kao i na organizacijskim promjenama potrebnim za potpunu provedbu strategije.

Posebno je pokrenut znanstveni program zajednice koji ima za cilj doprinijeti humanističkim istraživanjima u područjima znanosti o umjetnosti i prirodnoj baštini. Projekt ima za cilj poticati odnose sa zajednicama prakse između mladih i starijih osoba, potičući etičku razmjenu i istraživanje lokalnog znanja kroz umjetničke prakse, ističući međugeneracijska i eko-kulturna pitanja. Projekt dodatno podupire otvorenost i svjesnost kulturnih podataka kroz razvoj digitalnih arhiva, potičući izdavaštvo s otvorenim pristupom.

AKTIVNOST 1.B - Razmislite o vrijednostima koje projekt može donijeti dionicima:

- Radi li se o iskustvu učenja?
- Radi li se o izgradnji zajednice?
- Radi li se o ostavštini?
- Radi li se o korisnosti?
- Radi li se o egzistenciji ili prestižu?

Ne postoji jedan točan odgovor, ali važno je odgovoriti na ta pitanja.

---> u slučaju GLAM-a, strateška perspektiva za sve uključene GLAM-ove sastojala se od bližeg odnosa između GLAM-a i mladih (udruga). Ključne vrijednosti do kojih se dolazi dionicima uglavnom se sastoje od izgradnje zajednice i iskustava učenja.

AKTIVNOST 1.C - Dionici:

- Dionici su ključni za mjerenje vašeg utjecaja.
- Vaš tim mora razumjeti tko vam je relevantan i koliko je to točno.

Dionik je osoba, grupa, zajednica ili organizacija za koju očekujete da će doživjeti promjenu ili oko koje osmišljavate svoje aktivnosti. Primjeri za zainteresirane strane: partneri, kreatori politike, financijeri, mediji, grupa tehničara s kojima radimo, istraživanje itd.

Vi i vaš tim morat ćete identificirati sve zainteresirane strane prije nego započnete studiju utjecaja.

---> u slučaju GLAMersa glavni dionici su: Association pour l'Histoire Vivante, udruge mladih i građani grada te društvene i kulturne zajednice povezane s MHV-om; direktori Banke Cipra, ciparskih udruga mladih i građana, obrazovnih i kulturnih zajednica za BoCCF; institucije pridružene BoWB-u, udruge mladih Zapadnog Balkana i građani, umjetničke i kulturne organizacije aktivne na izložbama, mladi umjetnici koji izlažu na Bijenalu; ravnatelji i stručnjaci zaposleni u MUO, zajedno s hrvatskim udrugama mladih i građanima, školama i centrima za usavršavanje u Zagrebu; općinske i regionalne uprave, kao i ekološke, obrazovne, kulturne organizacije i udruge mladih koje su aktivne u području Bolognese za FVG; i konačno lokalne i nacionalne kulturne i obrazovne institucije, zajedno s udrugama mladih i građana aktivnim na području Bruxellesa za RMAH.

Njihova razina angažmana može varirati u angažmanu mladih, a provedba pragmatičnog aktivnog angažmana i kulturnog sudjelovanja mladih unutar GLAM okruženja koja se temelje na određenim ishodima učenja ili aktivnostima razvoja zajednice može biti izazovna. Razvijanje kriterija za zajedničko osmišljavanje aktivnosti angažiranja mladih koje zadovoljavaju njihove potrebe i očekivanja moglo bi biti posebno izazovno. Prepreke mogu uključivati nedostatak kompetentnih digitalnih usluga među GLAM-ovima i nedostatak ljudskih, tehničkih i/ili znanstvenih resursa za razvoj kvalitetnih, vrlo zanimljivih programa i sadržaja.

Mladi umjetnici mogu se uključiti putem otvorenih poziva i otvorenih putujućih rezidencija koje će ih uključiti u terenska istraživanja vezana uz prirodnu baštinu i dokumentaciju lokalnih zajednica utemeljenu na umjetnosti. Moći će se upoznati s lokalnim stanovništvom i istražiti njihove prakse kroz istraživanje temeljeno na umjetnosti. Sinergije će se razvijati između mladih umjetnika i lokalnih zajednica uspostavljajući okvir suradnje usmjeren na poticanje međugeneracijskih odnosa, prevladavanje prepreka i olakšavanje komunikacije.

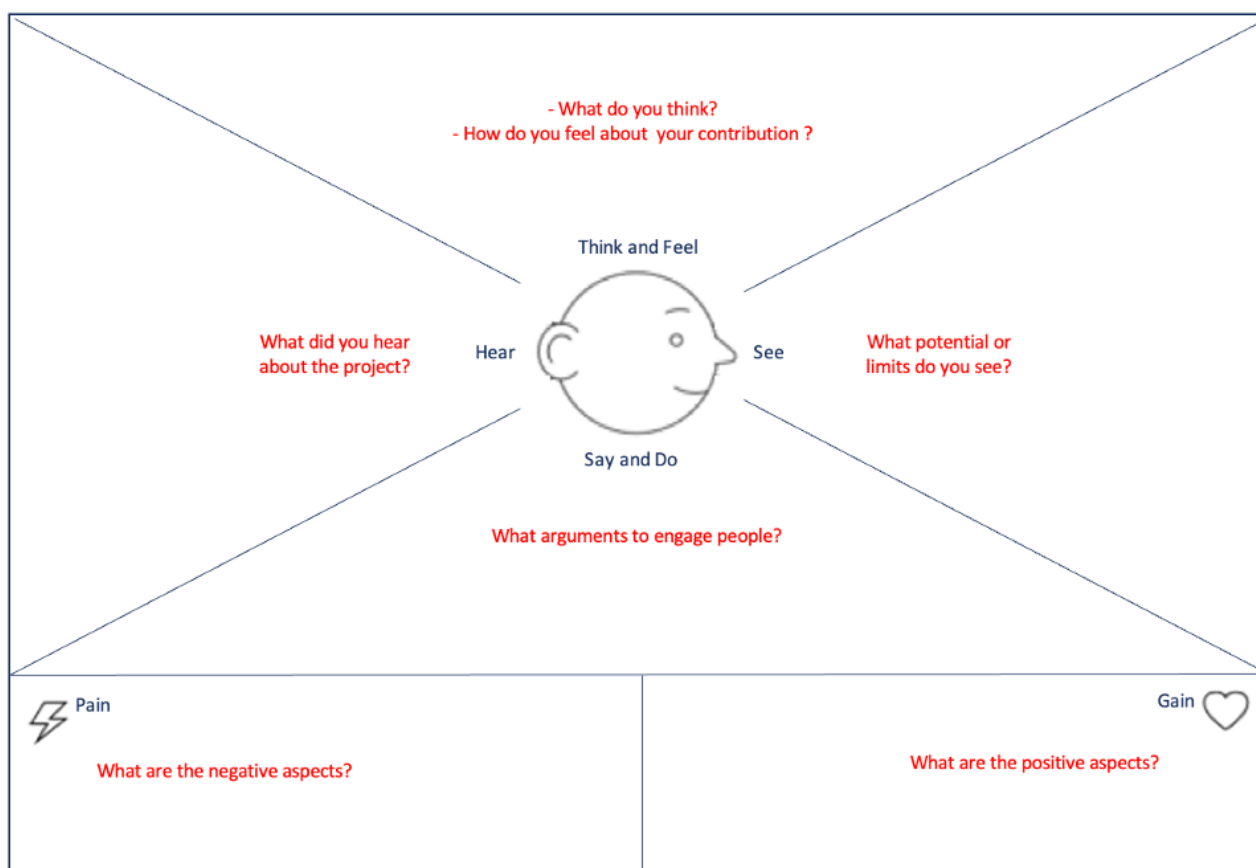
AKTIVNOST 1.D - Mapa empatije:

Za bolje razumijevanje vaših dionika, karta empatije može biti korisna. Karta je podijeljena u 4 dijela: pitajte što vaši dionici osjećaju, vide, kažu i rade, čuju. Primijenite pitanja na svaku različitu skupinu dionika i posebno na svoj projekt.

- MISLI i OSJEĆAJ: stvari koje osoba osjeća kada stupi u kontakt/uključiti se u naš projekt.
- VIDJETI: stvari koje osoba vidi da se događaju oko nje.
- RECI i UČINI: stvari koje osoba kaže i učini.
- ČUJTE: stvari koje osoba čuje oko sebe.

Na kraju definirajte:

- BOL = ovo su izazovi, i
- DOBITAK = ovo su prednosti.



---> u slučaju GLAMersa, možemo se pozvati na neke citate ljudi uključenih u pilot aktivnosti koji nam mogu pomoći da razumijemo moguće probleme i dobitke:

Bolovi:

- "COVID-19 je imao značajan utjecaj na usvajanje novih tehnologija od strane GLAM-a"
- "GLAM-ovi nisu dovoljno istražili sve mogućnosti i prednosti koje tehnologija pruža."
- "Nedostatak fantazije, nedostatak obrazovanja, neznanje i nedostatak ispravnog širenja informacija sprječava mlade da sudjeluju u kulturnim aktivnostima i događajima koje organiziraju GLAM-ovi."

Dobici:

- "Tehnologija je faktor koji tradicionalnu izložbu može transformirati u interaktivnu."
- "Proširena stvarnost i virtualna stvarnost su zanimljivije tehnologije koje mogu povećati uključenost mladih u GLAMs."
- "Putem društvenih medija i igrifikacije, GLAM-ovi mogu povećati broj mladih koji posjećuju njihove izložbe i uključeni su u njihove aktivnosti."
- "Kad bi GLAM-ovi i organizacije mladih zajedno organizirali više aktivnosti, povećao bi se i broj mladih posjetitelja GLAM-ova."

AKTIVNOST 1.E - PUT PROMJENE:

Sve prethodne aktivnosti objedinjene su kao procjena utjecaja, utjecaja koji aktivnost ima na identificirane dionike za koje dizajnirate Put promjene. Komponente puta su:

- DIONIK (već znamo tko su oni iz prethodne aktivnosti 1.C)
- RESURSI: ulažete u vrijeme i novac kako biste ostvarili svoje aktivnosti.
- AKTIVNOSTI: stvari koje radite, ili predloženi projekt, ili bilo koja aktivnost koju vidite kao ključnu za postizanje te promjene.
- REZULTATI (OUTPUTS): izravni rezultati vaše aktivnosti.
- OUTPUTS je druga stvar od OUTCOME. Izlazi su stvari na koje imamo izravan utjecaj. ISHODI su stvari na koje imamo manje kontrole ili utjecaja. Ponekad je teško razlikovati ishode i rezultate. Rezultati su odmah mjerljivi. Možemo govoriti o "liniji odgovornosti" jer linija koja razdvaja promjene koje

nastaju izravno ovisno o našoj aktivnosti i promjenama za koje se ne može reći da o njima izravno ovise, ali smo im mogli pridonijeti, iako je to teško dokazati.

- ISHODI (OUTCOMES): KRATKI i DUGI = promjene koje su se dogodile u (ili za) vaše dionike kao izravan rezultat vaših aktivnosti.
- UTJECAJ: promjene koje su se dogodile u (ili za) vaše dionike kojima je vaš projekt pridonio (promjena koju u konačnici želimo vidjeti).

---> što se tiče slučaja GLAMers, povezani dionici već su prethodno navedeni, kao i opis aktivnosti i rezultata.

Što se tiče evidentnih rezultata proizašlih iz aktivnosti GLAMers-a unutar IO3, možemo istaknuti:

- Broj savjetovanja po IO3: 10
- Broj događaja čiji su domaćini GLAM-ovi i suorganizirani od strane projektnih partnera: 4
- Osoblje uključenih GLAM-ova mobilizirano za savjetodavne aktivnosti koje pružaju GLAMers-ovi partneri: 4 (MCA) + 3 (Cipra) + 1 (BoWB) + 4 (MUO)
- Mladi i kulturni stručnjaci koji sudjeluju u događajima organiziranim unutar uključenih GLAM-ova: mladi (6 Cipra, 16 BoWB, 21 MUO, 5 MHV), GLAM osoblje (4 Cipra + 4 BoWB + 4 MUO + 5 MHV)

Konačno, očekivani UTJECAJ događaja može se sažeti na ovaj način.

Odrasli sudionici su priznali da GLAM-ovi još moraju prijeći dug put do potpunog razumijevanja mogućnosti koje nove tehnologije i gamifikacija mogu pružiti njihovim aktivnostima u smislu interaktivnosti. Nedostatak pravilnog širenja aktivnosti predstavlja značajnu reakciju za GLAM-ove. Čini se da svi sudionici razumiju da je korištenje društvenih medija koje mladi ljudi koriste od velike važnosti.

S druge strane, mladi su imali priliku doživjeti muzej na drugačiji način, sudjelujući u neobičnim interaktivnim aktivnostima. Bili su izuzetno aktivni i motivirani, spremni na timski rad. Povratne informacije koje su dali koristit će muzejskim djelatnicima u daljnjem radu. Mnogi mladi istaknuli su da će rado biti dio radne skupine koji bi sudjelovali u sukreiranju sadržaja za novi stalni postav GLAM-a i sadržaja na društvenim mrežama muzeja.

Posebnu pažnju treba obratiti na hackathon događaj koji organizira BoWB. Tamo su se rezultati zajedničkog rada sastojali od modula učenja koji pokazuje kako su klimatske promjene okolišni i društveni fenomen s kojim se može pozabaviti angažmanom mladih u klimatskim akcijama. Zajednički napor rezultirao je razvojem eko-kapaciteta kod mladih, kroz kulturne aktivnosti, pokazujući da, kroz klimatske radionice, izložbe i obrazovne programe, GLAM-ovi mogu generirati eko-kapacitete kod mladih. Ova akcija utječe na sposobnost mladih da postanu nositelji promjena, mobilizirajući učenje utemeljeno na znanosti i umjetnost kako bi osnažili mlade osobe da poduzmu klimatske akcije u svojim zajednicama. Budući planovi uključuju standardizaciju digitalne dokumentacije, čineći sadržaj dostupnijim, interoperabilnim i višekratnim (FAIR). To bi trebalo rezultirati strojno čitljivom dokumentacijom koja olakšava upotrebljivost kulturnih podataka za istraživače, programere i krajnje korisnike, kao i za same lokalne zajednice. U tu svrhu, organizacija ima za cilj poduprijeti suverenitet nad upravljanjem podacima za zajedničku dobrobit zajednica. Primjenjujući nekoliko korisnih načela (kao što su načela CARE- Kolektivna dobrobit, autoritet kontrole, odgovornost i etika), projekt znanosti o zajednici ima za cilj stvoriti temelje za etičko objavljivanje lokalne baštine povezane s eko-kulturnim pitanjima kao otvorenog znanja.

Kao opći zaključak, možemo naglasiti da je isticanje kreativnog razmišljanja kao alata za osnaživanje bilo dragocjeno i navelo je GLAMersove partnere na daljnje istraživanje područja otvorenih inovacija. Imali su priliku izraditi, razviti i bolje razumjeti odnos između participativnog istraživanja temeljenog na umjetnosti, procesa učenja i znanstvenih komponenti potpomognutih tehnologijom. Posebno smo radili na tome da umjetnici uključe mlade u proces umjetničkog istraživanja, umjetničkog stvaranja i učenja temeljenog na umjetnosti. Također smo radili s nekoliko koncepata, uključujući u smjeru društvene umjetničke prakse koja uključuje angažman zajednice i interakciju.

2.3 Daljnji koraci

Učinak koji je moguće procijeniti unutar vremenskog raspona projekta GLAMers sada je zaključen, međutim važno je uključenim GLAM-ovima osigurati alat koji može pratiti što se događa i provjeriti jesu li provedene aktivnosti donijele očekivani koristi.

Ovaj odjeljak ima za cilj predstaviti alate koji će se koristiti za tri daljnje faze EIP-a. Njegov glavni cilj je predložiti GLAM-ovima metodu koju bi mogli iskoristiti za držanje pravog puta, nakon inicijalnog početka projekta The GLAMers. Uglavnom se temelji na nizu “dobrih pitanja” koja si moraju postaviti kako bi u potpunosti ocijenili posao koji je obavljen.

Vidjeli smo da se prva faza EIP-a odnosi na definiranje utjecaja koji GLAM-ovi žele imati na institucije i ljude. Kao što je prethodno predviđeno, sljedeće tri faze se odnose na:

- Mjerite svoj utjecaj
- Ispričajte svoj utjecaj
- Procijenite svoj utjecaj

Mjerite svoj utjecaj

Dok se glavni alati prve faze sastoje od sastanaka, radionica, razmišljanja o očekivanim koristima, druga faza traži upoznavanje s proračunskim tablicama, tehnikama prikupljanja podataka i upravljanjem podacima. Počevši od koncepta dizajna koji su sastavljeni u fazi 1, GLAM-ovi sada moraju proći kroz još šest koraka prema procjeni učinka.

Aktivnost 2.A – Priprema. Vratite se u tok, poboljšajte svoj tim i plan napada.

Ako smatrate da se prvi dizajn previše udaljio od izvorne vizije ili da nije dovoljno usredotočen na ono što treba promijeniti, razmislite o ponovnom pokretanju elemenata dizajnerskih radionica koje mogu podržati vrstu razmišljanja i rezultate za koje smatrate da nedostaju, ili ga treba doraditi. Dobra pitanja za postaviti su:

- Koje resurse možemo posvetiti ovom procesu?
- Koliko vremena imamo na raspolaganju mi i vaš tim?
- Koja su financijska sredstva koja možemo uložiti u ovaj proces?
- Koji je vremenski okvir ili rok s kojim radimo?

Na kraju ove prve aktivnosti, trebali biste se osjećati samopouzdanije u tome kako upravljati sljedećim koracima i biti bolje upoznati s onim što vaša organizacija može ponuditi za podršku ovom procesu.

Aktivnost 2.B - Razvijte svoje pokazatelje. Dogovorite se kako ćete mjeriti tu promjenu.

Sa svojim timom pregledajte rad koji ste dokumentirali u fazi 1. Pogledajte svoju početnu motivaciju da počnete s mjerenjem učinka. Neka dobra pitanja koja si možete postaviti su:

- Što želite ocijeniti?
- Zašto ga želite procijeniti?
- Što ćete učiniti s rezultatima?
- Što pokušavate postići i naučiti i u koju svrhu?
- Mjerite li učinak kako biste pokazali učinkovitost ili kako biste izvijestili vanjskog financijera ili ste zainteresirani za korištenje podataka za poboljšanje vašeg rada?

Zapamtite da postoje dvije vrste indikatora:

- Objektivni pokazatelji predstavljaju činjenice – na primjer prihod ili posjet muzeju.
- Subjektivni pokazatelji predstavljaju mišljenja ili percepcije - na primjer, užitak ili kvaliteta nove usluge.

Rezultat ove aktivnosti je da imate ažurirani Put promjene s odgovarajućim pokazateljima.

Aktivnost 2.C - Planiranje prikupljanja podataka. Dogovorite se kako prikupiti podatke i alate koji su vam potrebni.

Podaci dolaze u različitim oblicima, kvalitativnim i kvantitativnim. Ako znate kako ćete prikupljati svoje podatke, sada trebate razmisliti o dizajnu svoje evaluacije. Trebali biste se zapitati:

- Hoćete li usporediti prije (osnovnu liniju) i post situaciju (krajnju liniju)?
- Ili želite kontinuirano pratiti učinke svog rada (i time kontinuirano prikupljati podatke)?
- Radite li retrospektivno istraživanje (osvrćući se na ono što se dogodilo) usmjereno na određeno vremensko razdoblje?
- Hoćete li prikupljati podatke na više točaka nakon završetka aktivnosti?
- Ili podatke prikupljate samo jednom?

Na kraju ovog zadatka imate ažurirani put promjene s metodama koje su prikladnije za vašu specifičnu situaciju.

Aktivnost 2.D - Prikupljanje podataka. Postavite svoj plan prikupljanja podataka u djelo

Izvorne matične podatke uvijek čuvajte na sigurnom sigurnosnom mjestu. Ne zaboravite izvesti podatke iz vlasničkih alata u neutralni format koji podržava više alata (kao što je Excel proračunska tablica). Neka ključna pitanja koja treba imati na umu:

- Imate li podatke koji su vam potrebni, na primjer, u smislu kvalitete podataka ili uzorka?
- Kada ćete prestati prikupljati podatke?
- Trebate li slati podsjetnike ili anketirati druge dionike?
- Jesu li se pojavile nove točke prikupljanja podataka? Trebate li ih progoniti?
- Jeste li planirali vrijeme koje će vam trebati za transkripciju intervjua?

Sada ste prikupili i sigurnosno kopirali svoje podatke.

Aktivnost 2.E - Analizirajte podatke. Ovaj je korak ključan za bolje razumijevanje vaših podataka.

Sada je vrijeme da pregledate i pripremite svoje podatke tako da budu spremni za analizu vama i vašem timu. Očekujte da ćete provesti neko vrijeme detaljno proučavajući ono što ste prikupili kako biste bili sigurni da zadovoljava vaše standarde kvalitete. Zapitaj se:

- Je li nepotpun ili spam?
- Zadovoljavaju li vaši podaci vaše kriterije uspjeha?
- Je li u dobrom formatu za omogućavanje kolektivnog pregleda s vašim timom?

Sada biste se trebali osjećati sigurni u podatke koje ste prikupili.

Aktivnost 2.F - Donesite zaključke. Konačno, možete povezati podatke sa svojom shemom dizajna.

Vrijeme je da obrasce koje ste pronašli tijekom analize podataka prevedete u korisne zaključke za svoj utjecaj procjena. Vodite svoj tim kroz analizu podataka i zajedno razmotrite:

- Što mislite o tim uzorcima (ili njihovom nedostatku)?
- Što se promijenilo, a što nije?
- Što ste očekivali vidjeti, ali niste pronašli u ovim uzorcima?
- Jesu li vas neki uzorci iznenadili?

Pogledajte koliko ste daleko otišli da pokažete svoj utjecaj.

Ispričajte svoj utjecaj

Ova faza vodi GLAM-ove dublje u proces kako izgraditi priču od svojih podataka i stvoriti narativ koji će im pomoći da dijele, raspravljaju i uče iz svoje procjene utjecaja. Može se strukturirati u šest različitih aktivnosti od uključivanja komunikacijskog i dizajnerskog tima do objavljivanja i korištenja prikupljenih nalaza.

Aktivnost 3.A - Pripremite svoj tim. Pridružite se svima i iskoristite zajednički skup vještina.

Često samo predstavljanje podataka neće ispričati priču koju želite ispričati ili potaknuti akciju koju želite slijediti. Narativ nije samo za vaš izvršni sažetak ili zaključke. Nakon što sastavite uvjerljiv narativ, to će utjecati na vaš plan širenja i vjerojatno će oblikovati način na koji GLAM koristi vaše nalaze. Možete započeti tako da zamolite svoje kolege da dođu s primjerima u kojima im se sviđa način na koji su informacije predstavljene ili u kojima je izgrađen narativ koji im ostaje dugo nakon čitanja. Oni mogu imati različite oblike, od izvješća do knjiga, grafičkih romana ili objava na društvenim mrežama. Zatim ih možete pitati:

- Zašto ste odabrali ovaj primjer? Po čemu se ovo ističe za njih?
- Što je dobro funkcioniralo u primjeru, a što bi se moglo poboljšati?
- Što se može naučiti iz ove vježbe pri stvaranju vlastite priče o utjecaju?

Na kraju procesa, vrijednost i ciljevi utjecajne naracije trebali bi svima biti jasniji.

Aktivnost 3.B - Izgradite svoj narativ. Izgradite svoj narativ koristeći svoja tumačenja iz faze 2.

Narativ utjecaja može se raščlaniti na pet elemenata:

- *Postavljanje.* To uključuje sve pozadinske informacije koje čitateljima pomažu razumjeti situaciju, kao što su vaši organizacijski ciljevi, istraživačka pitanja i ciljevi, konceptualni okvir i metodologija.
- *Likovi.* Vaši narativni protagonisti su vaši dionici – narativ je za njih, a ne podaci! To uključuje one za koje ste planirali napraviti promjenu, kao i druge dionike kao što su financijeri, partneri i lokalne vlasti itd. Tu su i sporedni likovi kao što su sudionici ankete/intervjua koji dijele svoja iskustva iz osobne perspektive.
- *Zapleti:* iznenađenje, kontrast ili sukob. Iznenađenja su zanimljiva otkrića, problemi ili zagonetke proizašle iz podataka. Poput sukoba u romanu, ovo su važni elementi za privlačenje čitatelja i zadržavanje njihovog angažmana prije nego što detaljno predstavite svoja otkrića.
- *Zemljište.* Ovako priča teče od jednog do drugog nalaza. Dobar zaplet u glavnom dijelu izvješća povezuje vaše nalaze, tvrdnje o utjecaju i prateće dokaze na uvjerljiv način kako bi vodio čitatelje kroz vaše putovanje utjecaja i na kraju odgovorio na vaša istraživačka pitanja.
- *Odras.* Ovo je kraj vaše pripovijesti, koja čini zaključak. Zapamtite svoju publiku i što mogu dobiti čitanjem vašeg izvješća.

Sada imate priču o utjecaju na koju možete biti ponosni i koja drugima može pokazati vrijednost onoga što ste učinili.

Aktivnost 3.C - Predstavite i vizualizirajte svoje podatke. Uzmite svoje podatke i upotrijebite ih za ilustraciju svoje priče o utjecaju.

Grafikoni i slike olakšavaju brzo usvajanje informacija. Oni stvaraju načine na koje možete brzo i učinkovito savjetovati svoje kolege o tome što se dogodilo i što bi se trebalo dogoditi sljedeće. Crteži, citati i slike također su učinkoviti načini komunikacije.

Ne morate biti stručnjak da svoje podatke predstavite na jasan i pristupačan način.

Zapamtite da ćete na kraju ove aktivnosti imati vizualni i zanimljiv nacrt izvješća.

Aktivnost 3.D - Potvrdite i pregledajte svoju pripovijest. Podijelite svoje izvješće s drugima za povratne informacije.

Dobra je praksa potvrditi svoju priču o utjecaju s onima na koje ona utječe ili čiji su naponi pomogli, na ovaj ili onaj način, da je oblikuju. To bi mogao biti netko koga ste intervjuirali; partner u projektu; vaš direktor ili više vodstvo; ili vaš kolega koji je odgovoran za projekt. Validacija znači da netko ima priliku razmisliti o vašim nalazima i tumačenjima, dati povratnu informaciju i može vam pomoći da bolje oblikujete svoju priču ili da poboljšate način na koji prezentirate podatke. Ovo je važno iz više razloga:

- Potvrdite ili osporite svoja tumačenja podataka i šireg narativa koji ste izgradili.
- • Još jednom provjerite svoj pristup i perspektive.
- • Obavještava vas o svemu na što biste trebali biti oprezni, npr. osjetljivosti ili politici.
- • Svježja perspektiva i novi uvid dodaju bogatstvo pripovijesti.

Na kraju ovog koraka imat ćete revidirano izvješće spremno za objavljivanje.

Aktivnost 3.E - Objavite i podijelite svoje izvješće. Objavite izvješće i podijelite ga s onima koji ga trebaju pročitati.

Imate svoje podatke, vizualne elemente i narativ. Sada je vrijeme da ih sve spakiramo i razmislimo kako ih dovesti do publike koja ih treba. Izvješća su vrlo korisna jer su sve relevantne informacije dostupne na jednom mjestu. Vjerojatno vaša publika na društvenim mrežama možda ne želi izvješće, a možda samo infografiku. Ovo ne bi bilo prikladno za vaše financijere, stoga je važno tko je vaša publika. U fazi 1 već ste mapirali svoju publiku i počeli sastavljati plan o tome kako ćete s njima podijeliti svoje izvješće o procjeni učinka. Evo nekih radnji koje vi i vaš tim možete poduzeti unaprijed:

- Napravite plan diseminacije
- Nacrt teksta za vaš bilten, tweetove i objave na društvenim mrežama
- Postavite vremenski okvir za širenje

Ovaj će vam napor pružiti strategiju za dijeljenje vašeg izvješća s vašim dionicima: znate što ćete podijeliti i s kim.

Aktivnost 3.F - Iskoristite svoje nalaze. Pobrinite se da vi i drugi učite iz onoga što ste pronašli.

Dok ste prolazili kroz podatke i pisali svoju priču o utjecaju, vjerojatno ste prikupili niz preporuka o tome što sljedeći put možete učiniti bolje. Ako da, ovo je super! Ako ne, razmislite o ponovnom pregledu podataka i svom tumačenju:

- Što vam podaci govore o tome koliko je aktivnost bila uspješna u postizanju ciljeva postavljenih na vašem putu promjene?
- Kako može biti uspješniji?

Uzmite svoj popis preporuka i učinite nešto s njim. Organizirajte sastanak sa svojim kolegama. Dodajte preporuke u dokument u kojem dizajnirate novi projekt (i upotrijebite i put promjene!). Na taj način dobivate bolje osmišljene programe i dugoročno veći učinak.

Procijenite svoj utjecaj

Ova faza predstavlja metodologije koje pomažu GLAM-ovima da procijene i poboljšaju svoj pristup procjeni učinka, kao i da ugrade pristup utjecaju za podršku razvoju svoje organizacije. Važnost evaluacije utjecaja sastoji se prije svega u sposobnosti osmišljavanja aktivnosti koje bolje zadovoljavaju potrebe dionika i pomažu GLAM-ovima da ispune svoju misiju. Drugo, ugraditi pristup dizajniranju, procjeni i pripovijedanju utjecaja u njihovu organizaciju i aktivnosti. Treće, napredujte u procesima organizacijskih promjena, rasta i poboljšanja.

Kao i obično, ovu fazu možemo podijeliti na različite aktivnosti:

Aktivnost 4.A - Pripremite svoj tim i dogovorite svoj fokus.

Dogovorite se tko će biti uključen u vašu evaluaciju i koji aspekt vaše procjene učinka želite evaluirati; odredite svoj vremenski okvir i razinu resursa koje možete uložiti; odredite gdje ćete se okupiti i ispitati svoje podatke. Raznolikost perspektiva i načina razmišljanja važna je u svakom suradničkom okruženju:

- Tko može biti uključen u predstavljanje različitih dijelova vaše procjene učinka i dijeljenje njihove percepcije njegovih uspjeha i izazova?

To bi moglo značiti dovođenje kolega iz komunikacija, voditelja projektnog tima, administratora, digitalnog kustosa itd., Svi zajedno u jednoj sobi.

Aktivnost 4.B - Odaberite svoj pristup ocjenjivanju.

Odlučite kako procijeniti svoj pristup procjeni učinka; primijenite tehniku i pojavite se s nalazima kako biste poboljšali svoj pristup procjeni učinka. EIP predlaže neke različite metode. Više informacija o njima možete pronaći na poveznici: <https://pro.europeana.eu/page/europeana-impact-playbook>.

- Timski izvještaji ili "retro". Lako se primjenjuje u okruženju radionice (na mreži ili osobno), može se ugraditi u postojeće formate sastanaka, ne traje puno vremena, odmah daje rezultate. To bi se moglo smatrati "minimalnim" pristupom koji možete poduzeti za procjenu postupka procjene učinka.

- Ispitajte svoje kolege. Korisno je testirati svoje vještine prikupljanja podataka; bilježi anonimna mišljenja; brzo okretanje u smislu unosa; softver za istraživanje lako je dostupan.
- Timsko istraživanje. Može se koristiti i primjenjivati u različitim područjima, kao i u procjeni procjene učinka. Surađuje s timovima, poboljšava vaše vještine prikupljanja podataka, usredotočuje se na poboljšanja koja možete napraviti i na određena područja poboljšanja.

Aktivnost 4.C - Analizirajte, učite i poboljšajte.

Procijenite što ste naučili; odrediti prioriteta koja poboljšanja možete i trebate napraviti. Ovaj korak pročišćuje vašu analizu, pomaže GLAM-ovima u izradi nekih preporuka i poboljšava procese procjene učinka.

Aktivnost 4.D - Ugradite postupak procjene učinka, evaluacije i organizacijskog poboljšanja.

Istražite različite načine ugrađivanja učenja i evaluacije u svoju organizaciju. U praksi provodite cjeloviti pristup Europeana Impact, prihvaćajući iterativni i kontinuirani ciklus dizajna utjecaja, mjerenja, pripovijedanja i evaluacije.

Završni odjeljak usmjeren je na načine laganog dodira za ugradnju utjecaja u osmišljavanje budućih učinaknih aktivnosti GLAM-a i procesa procjene učinka te na taj način podupire organizacijski razvoj, učenje i poboljšanje.