



# Uodič za trenere CREative Media Lab



Sufinancira  
Europska unija

# Vodič za trenere CREative Media Lab

## Indeks

### Uvod

4. CREMEL svijet. CREative MEdia Lab ciljevi
5. Strateško partnerstvo i europska pozadina
6. Novi mediji, digitalna komunikacija i izdavaštvo u Europi
6. Kulturni i kreativni sektor u Europi

### CREMEL platforma za obuku

8. Međunarodna digitalna akademija za operatere u kulturnoj i kreativnoj industriji (KKI)
9. Online tečajevi i digitalni alati za obuku

### Iskustva polaznika CREMEL treninga

Priče iz Latvije, Italije, Poljske i Hrvatske

15. Obrazovanje
19. Komunikacija
21. Digitalni marketing
23. Kultura

### Evaluacija i poboljšanje učinkovitosti

31. Razmjena najboljih praksi operatera i stručnjaka iz kulturne i kreativne industrije u Europskoj uniji
32. Preporuka za budućnost Cremela

### Dodatak br. 1

35. Latvijski intervjui - puna verzija

UWOD



# Uvod

## 1.1 CREMEL svijet. CREative MEdia Lab ciljevi

CreMeL – Creative Media Lab besplatan je program e-učenja otvoren profesionalcima i operaterima koji rade u području kulturnih i kreativnih industrija (KKI) o korištenju novih medija, digitalnoj komunikaciji i izdavaštvu.

Projekt CREMEL kombinira razvoj novih digitalnih alata s materijalima za obuku kao open-source kako bi se pomoglo što većem broju operatera i stručnjaka u kulturnoj i kreativnoj industriji u udaljenim i ruralnim područjima, razvijajući digitalne kompetencije za prilagodbu novoj digitalnoj transformaciji.

Od početka 2021. godine CREMEL primjenjuju:

Stvaranje skupa vještina (i znanja i alata) u području novih medija, osposobljavanje operatera u kulturnoj i kreativnoj industriji (javnih, privatnih i nevladinih organizacija za podršku poslovanju) koji rade u ruralnim i udaljenim područjima;

Usmjeravanje pozornosti na sljedeće "stupove znanja" za poboljšanje digitalnih i tehnoloških vještina: Digitalno izdavaštvo; Komunikacija, marketing i planiranje sadržaja; Novi mediji, društvene mreže i nove tehnologije; Kreativne vještine: brendiranje, vizualni dizajn, audio-vizualno; E-učenje;

Poticanje strategije kulturnog razvoja odozdo prema gore za cirkulaciju digitalnih kompetencija i za interaktivne aktivnosti osposobljavanja u europskom kontekstu;

Stvaranje kreativnog kapitala i znanja koji mogu privući resurse i povećati vrijednost kulturnih i kreativnih poduzeća i njihovih inicijativa putem inovativnih i multimedijjskih alata.

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

Projekt je sufinanciran sredstvima programa Erasmus+ Europske unije (Erasmus+ KA2 Strategic Partnership Project No 2021-1-LV01-KA220-ADU-000026049).



Cremel vodič za trenere licenciran je pod međunarodnom licencom Creative Commons Attribution 4.0.

## 1.2 Strateško partnerstvo i europska pozadina

Partnerstvo se sastoji od šest različitih partnera iz pet zemalja EU-a:

**Creative Ideas** – Latvija \_ ( <https://www.creativeideas.lv/en/> ), partner koordinator, nevladina organizacija koja pruža neformalno obrazovanje, mogućnosti obuke i mentorstva različitim ciljnim skupinama: odraslima, mladima, starijima, migrantima, djeci. Odgovorni su za koordinaciju i opće upravljanje projektom CREMEL i programom obuke. Creative Ideas implementirao je CREMEL trening za latvijske korisnike.

**Krill Studio** – Italija \_ ( <https://krillstudio.it/> ), mreža komunikacijskih stručnjaka, koja pruža usluge marketinga , dizajna, tehnologije i digitalne strategije. Odgovoran za dizajn i implementaciju CREMEL platforme za e-učenje, te razvoj digitalnih sadržaja za obuku. Krill studio radio je CREMEL trening za talijanske korisnike.

**Tree Agency** – Estonia \_ ( <https://treeagency.eu/> ), digitalna agencija koja postavlja komunikacijske strategije za podršku i razvoj projekata od društvene koristi. TREE dizajnira i proizvodi vizualne identitete, multimedijske sadržaje, TV reklame i kampanje na društvenim mrežama kako bi poboljšao komunikaciju s vanjskim svijetom i pomogao projektima da procvjetaju. Odgovoran za izradu ovog Vodiča za trenere u kulturnoj i kreativnoj industriji, zbirke studija slučaja projekta CREMEL (odjeljak 3 Vodiča), kao i za podršku partnerima pružajući im multimedijske sadržaje, poput infografika i videa.

**Kielecki Park Technologiczny** – Poljska \_ ( <https://www.technopark.kielce.pl/eng/home> ), kompleks tehnološkog inkubatora s logističkim inkubatorom, tehnološki centar, centar za 3D ispis, CNC centar, eksperimentalni energetski vrt i energetski znanstveni centar s kinom u kojem se održavaju filmovi, izložbe, sastanci, predavanja i konferencije. KTP je razvio sadržaje učenja za program CREMEL treninga za poljske korisnike.

**Lokalna razvojna agencija Pins** – Hrvatska \_ ( <https://www.pins-skrad.hr/> ), lokalna razvojna agencija koja prikuplja, obrađuje i podržava realizaciju poduzetničkih ideja i programa te razvoj projekata s hrvatskim malim i srednjim poduzećima. Pins je razvio sadržaje za CREMEL trening za hrvatske operatere u kulturnoj i kreativnoj industriji.

**Distretto Puglia Creativa** – Italija ( <https://www.pugliacreativa.it/> ), Udruga klastera koja predstavlja više od 130 apulijskih kulturnih i kreativnih poduzeća u područjima kulture i kreativnosti, koja potiče inovacije i internacionalizaciju kulturnih djelatnika, širi dobre prakse i mogućnosti te igra ulogu u interakciji između političke razine i operatera u kulturnoj i kreativnoj industriji. Puglia Creativa podržala je Cremel partnere u razradi strategija angažmana korisnika i pridonijela razradi sadržaja učenja za talijanske korisnike CREMEL-a.

Međunarodno partnerstvo kapitalizira i nadograđuje međusobno znanje i stručnost, kao i iskustvo iz najboljih praksi u različitim nacionalnim kontekstima, za buduću cirkulaciju i prijenos znanja. Zapravo, CREMEL platforma osigurava sinergiju na lokalnoj, nacionalnoj i europskoj razini i stvara neformalnu mrežu partnera, trenera i KKI stručnjaka koji mogu stalno biti u kontaktu, razvijajući CREMEL virtualnu zajednicu.

### 1.3 Novi mediji, digitalna komunikacija i izdavaštvo

Program obuke, Platforma za e-učenje i ovaj Vodič postaju glavni alati za izradu komunikacijskih i medijskih planova, za njihovo jednostavno provođenje i razvoj privlačnije kulturne ponude za kupce i korisnike. KKI operateri i profesionalci mogu ih slobodno koristiti za bolju komunikaciju svog brenda, projekta ili inicijative.

Sadržaji e-učenja, dostupni na pet različitih jezika (hrvatski, engleski, talijanski, latvijski, poljski) na web stranici CREMEL-a, fokusirani su na sljedećih pet područja kompetencija ili takozvanih stupova znanja“:

- > Digitalno izdavaštvo
- > Komunikacija, marketing i planiranje sadržaja
- > Novi mediji, društvene mreže i nove tehnologije
- > Kreativne vještine: brendiranje, vizualni dizajn, audio-vizualno
- > E-učenje

### 1.4 Kulturni i kreativni sektor u Europi

Branža kulture i branža kreatywna odgrywają strategiczną rolę w krajach europejskich pod Kultorne i kreativne industrije imaju stratešku ulogu u europskim zemljama u smislu njihovog gospodarskog otiska i zapošljavanja, jer potiču inovacije u cijelom gospodarstvu i daju svoj doprinos pozitivnom društvenom učinku. Međutim, sav sektor i uglavnom aktivnosti uživo (npr. muzeji, izvedbene umjetnosti, živa glazba, festivali, kino itd.) bili su najviše pogođeni mjerama socijalnog distanciranja zbog pandemije Covid-19 (OECD, 2020.), zbog nedostatka digitalnih alata. Zapravo, europske kulturne i kreativne industrije bile su među najteže pogođenima pandemijom, s poslovima koji su u opasnosti u rasponu od 0,8 do 5,5% zaposlenosti u regijama OECD-a.

Specifični cilj uključen u Latviji, Italiji, Hrvatskoj i Poljskoj istaknuo je zajedničke potrebe, a to je osposobljavanje stručnjaka i operatera, smanjenje digitalnog jaza u području kulturne i kreativne industrije i prevladavanje ograničenja uzrokovanih digitalnom transformacijom.

Svi materijali za obuku, uključujući ovaj Vodič za trenere u kulturnoj i kreativnoj industriji, namijenjeni su osobama koje upravljaju ili komuniciraju za kazališta, umjetničke galerije, izdavačke kuće, glazbene izdavačke kuće, knjižnice, dječje igraonice, kina, klubove s glazbom uživo, muzeje, knjižnice i muzejske centre, centre za slobodno vrijeme, kulturne centre i sve aktivnosti koje se odnose na kulturni i kreativni sektor.

# CREMEL PLATFORMA ZA OBUKU



*Vodič za trenere CREative Media Lab*

# CREMEL platforma za obuku

## 1. Međunarodna digitalna akademija za operatere u kulturnoj i kreativnoj industriji (KKI)

Akademiju CREMEL zajedno korak po korak osmišljavaju partneri, zahvaljujući Akademskom dizajnerskom timu koji definira specifične ciljne skupine i sadržaje prema zajedničkim stupovima znanja koji se odnose na kulturne i kreativne sektore (KKS).

Kulturni i kreativni sektori“ znači sve sektore čije se aktivnosti temelje na kulturnim vrijednostima i/ili umjetničkim i drugim kreativnim izričajima, jesu li te aktivnosti tržišno ili netržišno orijentirane, bez obzira na vrstu strukture koja ih provodi i bez obzira kako se ta struktura financira. Kulturni i kreativni sektori uključuju između ostalog arhitekturu, arhive, knjižnice i muzeje, umjetničke obrte, audio-vizualnu (uključujući film, televiziju, videoigre i multimediju), materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, dizajn, festivale, glazbu, književnost, izvedbene umjetnosti, izdavaštvo, radio i vizualnu umjetnost .

Radeći na specifičnim ciljnim skupinama koje su povezane s različitim nacionalnim podrijetlom, dizajnerski tim identificirao je zajedničke potrebe za obukom. Konkretno, ciljana publika je dala smjernice za razvoj sadržaja za obuku, besplatno dostupnih na platformi CREMEL.

### Glavne ciljne skupine:

- Kulturne ustanove kao što su muzeji, knjižnice i arhivi;
- Kulturne organizacije (udruge, nevladine organizacije, javne ili privatne kreativne industrije, itd...);
- Studenti komunikologije i KKI operateri;
- Obrazovne institucije i obrazovne ustanove (škole, odgojitelji, učitelji, itd.);
- Znatiželjni i strastveni korisnici o obrađenim temama

### Posebno:

Kulturne institucije uključuju ljude koji predstavljaju institucije svih veličina i pojedince s različitim razinama znanja o digitalnoj transformaciji. Odluka o odabiru ove ciljne skupine temeljila se na spoznaji da trenutno postoji nedostatak informacija i resursa dostupnih u uključenim zemljama (Latvija, Hrvatska, Poljska i Italija) koji se posebno bave digitalnom transformacijom unutar sektora kulturnih institucija.

Kulturne institucije imaju veliki potencijal, imaju vrlo zanimljive ponude od izložbi do spektakla, ali zbog nedostatka marketinškog znanja ne mogu na pravi način plasirati svoje prijedloge, što rezultira malom posjećenošću. Osim toga, te institucije nemaju odgovarajuće resurse za postizanje svojih marketinških ciljeva. Stoga je projekt CREMEL idealan prijedlog za kulturne ustanove. Zaposlenici mogu sudjelovati u besplatnim tečajevima i steći relevantna znanja o tome koju marketinšku strategiju trebaju usvojiti.

Područje rada u muzejima, knjižnicama i obrazovnim ustanovama ima svoje jedinstvene karakteristike i zahtjeve koji odražavaju specifične potrebe za obukom ovih stručnjaka.



Zaposlenici u ovim područjima trebaju praktične primjere i što jednostavnije lekcije kroz koje će razumjeti kako se digitalna transformacija može učinkovito provesti u njihovim institucijama te kako stečena znanja mogu koristiti u svakodnevnom radu i prenositi ih dalje.

Većinu ljudi iz kulturnih organizacija i institucija prvenstveno su zanimali treninzi uživo. Edukacija je sadržavala velik broj primjera, koji su polaznicima omogućili da na jednostavan način prikažu rad s digitalizacijom, popunili su praznine u znanju i pomogli im u svakodnevnom radu u njihovim zanimanjima. Stoga je nekoliko sastanaka održano u ovom obliku. Prije svega, sudionici su željeli naučiti kako promovirati svoju ustanovu na društvenim mrežama i vlastitoj internet stranici. Jako ih je zanimala tema elektroničkih e-knjiga, kako ih izraditi i koju bi vrijednost dale organizaciji. Potrebe polaznika također su uključivale izvođenje vježbi jer smatraju da su praktične aktivnosti najvažnije.

S druge strane, studenti komunikologije i operateri u kulturnoj i kreativnoj industriji predstavljaju stratešku skupinu koja okuplja kako one koji su već profesionalci i trebaju stalno usavršavanje, tako i one koji kao studenti i entuzijasti žele otkriti svijet digitalne komunikacije. Za obje ciljne skupine, potrebe za osposobljavanjem usmjerene su na izravan kontakt s nastavnicima koji su komunikacijski profesionalci, koji svakodnevno rade u tim područjima i sposobni su stvoriti kontakt sa stvarnim svijetom ovih profesija.

Naposljetku, mnogi zaposlenici u obrazovnom sustavu pokazali su interes za obuku CREMELA i zato što su uključeni u prvu crtu upoznavanja djece i mladih s kulturom. Mnogi od njih također su uključeni u kulturni život svojih zajednica. Stoga su obrazovanje i kultura usko povezani te je vrlo važno osposobiti odgajatelje i učitelje kako bi djecu uključili u kulturni život zajednice, bilo kao promatrače ili kao sudionike raznih događanja primjerenih njihovoj dobi.

Bitno je učiti djecu o važnosti kulture i kulturnog života od malih nogu, kao i dijeliti s odgojiteljima i kulturnim djelatnicima nove i inkluzivne digitalne alate u vlastitom radu.

Apsolutno možemo reći da je publika CREMEL-a raznolika i široka.

## 2.2 Online tečajevi i digitalni alati za obuku

Materijal za obuku CREMEL-a, koji se odnosi na gore navedenih pet stupova znanja i ciljanu publiku u različitim nacionalnim sredinama, podijeljen je na sljedeća posebna područja stručnosti:

- a) Suočavanje s digitalnom transformacijom;
- b) Pružanje i dijeljenje novih znanja o marketinškim strategijama za bolju i privlačniju kulturnu ponudu;
- c) Pružanje prijedloga i savjeta za digitalne komunikacijske strategije u kulturnoj i kreativnoj industriji
- d) Poboljšanje inovativnih i interaktivnih alata za obrazovanje/obuku

Svaka tema za učenje dobila je različite karakteristike u različitim područjima obuke predloženoj različitoj publici i korisnicima.

## HRVATSKI ONLINE TEČAJ

Glavne karakteristike CREMEL treninga uključivale su, prvo, opsežan plan treninga napravljen u suradnji s brojnim djelatnicima kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj.

Obuka se sastoji od pet modula, po 3 ili 4 lekcije, napravljenih kao video lekcije kako bi znanje bilo dostupno svima u vrijeme koje osobi odgovara. Nakon svakog modula održao se online zoom sastanak na kojem se raspravljalo o naučenom i postavljalo pitanja trenerima. Svaka lekcija uključuje teoretski dio kao i onaj s praktičnim znanjima i vještinama. Domaća zadaća također je sastavni dio svake lekcije. Komunikacijske vještine ključne su za prenošenje znanja.

Predstavljeni su praktični alati i platforme koje se koriste u digitalnoj transformaciji, a sudionicima je omogućeno praktično razumijevanje dostupnih tehnologija i resursa. To je korisnicima omogućilo istraživanje i odabir odgovarajućih alata za njihove specifične potrebe.

CREMEL Design Team je na početku projekta posjetio nekoliko muzeja, knjižnica i kazališta. Kroz razgovor s njihovim zaposlenicima došlo se do zaključka da u Hrvatskoj općenito nedostaje materijala vezanih uz digitalnu transformaciju napisanih na hrvatskom jeziku i lako dostupnih za preuzimanje i čitanje.

Naime, mnogi kulturni akteri (osobito oni starije životne dobi) ne govore dobro engleski i nemaju visoko razvijene digitalne vještine. Iz tog razloga smo znali da je potrebno napraviti program na hrvatskom jeziku koji će biti lako razumljiv i dostupan svima. To je također i razlog dostupnih programa na različitim europskim jezicima unutar platforme.

Program obuke u Hrvatskoj uključuje sljedeće teme: Komunikacija, marketing i planiranje sadržaja; Digitalno izdavaštvo; Upravljanje novim medijima, društvenim mrežama i novim tehnologijama; Kreativne vještine: brendiranje, vizualni dizajn, audio-vizualno; Metode e-učenja.

Odabrane teme važne su u sadašnjem nacionalnom kontekstu jer uključuju znanja i vještine potrebne svim zaposlenicima u kulturnoj i kreativnoj industriji. Na veliko iznenađenje, izniman interes za usavršavanjem pokazao je i obrazovni sustav, također pogođen digitalnom transformacijom.

Ovakav sadržaj obuke bit će dostupan svima i nakon samog projekta.

Link na tečajeve: <https://www.cremel.eu/ld-groups/croatia-e-learning/>

## TEČAJ O E-UČENJU NA ENGLESKOM JEZIKU

Ovaj put obuke uključuje relevantne teme za širu i međunarodnu publiku, razvijajući sadržaje koji su općenito prepoznati kao zanimljivi za sve zemlje uključene u projekt.

To je najrelevantniji primjer suradnje i dijeljenja znanja između partnera i njihovih timova.

Sadržaj je dostupan izravno na engleskom jeziku, a treninzi su održani i snimljeni tijekom tečajeva za sudionike treninga u Hrvatskoj u srpnju 2023.

Moduli koje je razvio CREMEL tim za obuku bave se: Angažmanom publike za umjetnost i kulturu, Kreativnim i učinkovitim digitalnim marketinškim strategijama, Digitalnim generacijama, E-učenjem, Savršenim tijekom rada za stvaranje savršene komunikacije, Podcastingom za kulturu.

Link na tečajeve: <https://www.cremel.eu/ld-groups/english-e-learning/>

## ■ ■ TALIJANSKI ONLINE TEČAJ

Program obuke razvijen je u potpunosti na zahtjev, tako da korisnici/učenici mogu pohađati nastavu kad god i gdje god žele.

Snimljeni tečajevi potiču ponudu tematskih lekcija popraćenih slajdovima koji mogu pomoći polaznicima u razumijevanju sadržaja.

Razina tečajeva namijenjena je širokoj publici i predstavlja odličan put za polaznike početne ili srednje razine. Jezik je jednostavan i razumljiv, ali bez smanjenja kapaciteta ažuriranja. Tečajevi uključuju mogućnost dobivanja certifikata na kraju svakog treninga. Tečaj predstavlja primjer neformalnog obrazovanja usko povezanog sa stvarnim svijetom rada i profesija te ima i teorijski i praktični pristup, zapravo također pokazujući mnoge alate zanata. Metodologija se sastoji od frontalne nastave, a učenici mogu kontaktirati s nastavnicima na platformi putem poruka.

Ideja je također razmotriti kulturnu i kreativnu industriju kao gospodarsku sferu tout court, u kojoj su dinamika, ciljevi i kritična pitanja često slični onima drugih gospodarskih subjekata. No, rekavši ovo, želimo istaknuti da se kultura ne može izjednačiti s bilo kojim potrošačkim dobrom ili čistim komunikacijskim dobrom.

Predviđeno je 11 tečajeva i svaki od njih sastoji se od nekoliko lekcija.

U sintezi, odabrane teme odnose se na: teoretsku pozadinu komunikacije, upravljanje društvenim medijima i stvaranje sadržaja, uloge i tijek rada u komunikacijskom timu, strategiju sadržaja i digitalnu strategiju, bloganje i pisanje teksta, podcasting, angažman publike za umjetnost i muzeje, medijsko obrazovanje, tiskovni ured.

Ove teme predstavljaju pokrivanje cijelog prostora vezanog uz komunikaciju i planiranje kulturnih aktivnosti. Na taj će način polaznik CREMEL-a moći panoramski sagledati cijeli okvir komunikacije za kulturu, kako bi se orijentirao i upoznao sve aspekte.

Ponudeni program osposobljavanja prilično je inovativan u Italiji, postoji vrlo malo primjera osposobljavanja u tom smislu, a povrh svega, ne postoje takvi strukturirani besplatni programi osposobljavanja. Stoga danas osmišljeni program predstavlja primjer apsolutne kvalitete u Italiji za komunikaciju kulture.

Naime, u Italiji svijet kulture i umjetnosti ima središnju ulogu i njegova će uloga u budućnosti biti još veća.

Link na tečajeve: <https://www.cremel.eu/ld-groups/italian-e-learning/>

## LATVIJSKI ONLINE TEČAJ

Program CREMEL nudi nekoliko ključnih značajki za poboljšanje razumijevanja sudionika o digitalnoj transformaciji u kulturnom sektoru. Glavne značajke programa CREMEL uključivale su opsežan plan tečaja, praktičnu orijentaciju, domaće zadatke, dizajn usmjeren na korisnika, održivu digitalnu transformaciju, upravljanje inovativnim projektima, komunikacijske vještine te praktične alate i platforme.

Plan tečaja omogućio je strukturirani pristup s 15 modula koji pokrivaju različite aspekte digitalne transformacije u kulturnom sektoru. Sudionici su se upoznali s pojmom digitalne transformacije i njezinim značenjem. Program je bio usredotočen na praktično razumijevanje, dopuštajući sudionicima da povežu gradivo tečaja s vlastitim iskustvima. Domaće zadaće dodatno su produbile njihovo razumijevanje i primjenu pojmova.

Obrađene su teme poput dizajnerskog razmišljanja, korisničkog iskustva, uključivog dizajna, univerzalnog dizajna i pristupačnosti kako bi se naglasila načela dizajna usmjerenog na korisnika.

Razgovaralo se o održivoj digitalnoj transformaciji, ističući važnost dugoročnog planiranja i odgovorne provedbe. Program je također pokrivao upravljanje inovativnim projektima unutar kulturnog sektora, opremajući sudionike vještinama za pokretanje uspješnih inicijativa digitalne transformacije.

Naglašene su komunikacijske vještine, s tri modula posvećena istraživanju različitih aspekata komunikacije i njezina značaja u digitalnoj transformaciji. Ovaj sveobuhvatni pristup omogućio je sudionicima razumijevanje učinkovitih komunikacijskih praksi i tehnika.

Predstavljeni su praktični alati i platforme koje se koriste u digitalnoj transformaciji, pružajući sudionicima praktično razumijevanje dostupnih tehnologija i resursa. To im je omogućilo da istraže i odaberu odgovarajuće alate za svoje specifične potrebe.

Sve u svemu, program CREMEL ponudio je dobro zaokružen pristup digitalnoj transformaciji u kulturnom sektoru u latvijskom kontekstu.

Link na tečajeve: <https://www.cremel.eu/ld-groups/latvia-e-learning/>

## POLJSKI ONLINE TEČAJ

Vrhunac poljskih treninga bili su sastanci uživo, također snimljeni kao podcast.

Sami studenti iskazuju sklonost pristupu licem u lice. Stoga je takav format koristan kulturnim ustanovama koje bi iz projekta mogle izvući što više. CREMEL je uključio različite sektore usluga obuke kao što su planiranje tečajeva, održiva digitalna transformacija, upravljanje inovacijskim projektima, digitalna komunikacija, domaći zadaci, platforme i alati potrebni u njihovim industrijama te dizajn usmjeren na korisnika.

Na tečajevima su sudionici projekta naučili što je zapravo digitalna transformacija.

Plan tečaja uključivao je četiri modula obuke koji se odnose na odjel kulture, u odnosu na digitalnu transformaciju: Vizualne tehnike, Strategija digitalnog marketinga, Digitalno izdavaštvo, Marketing na društvenim mrežama, E-učenje. Svaki je podijeljen u nekoliko lekcija. Zaposlenici Ustanova u kulturi imali su materijal prilagođen njihovom praktičnom iskustvu. Domaće zadaće pomogle su im da bolje razumiju koncept digitalne transformacije i prodube znanja korisnika. Strategija digitalnog marketinga“ pokazala je zašto je važno dugoročno planiranje i provedba za rad u njihovim Ustanovama u kulturi.

Projekt CREMEL imao je širok raspon usluga obuke koje su svakom polazniku omogućile stjecanje sveobuhvatnog znanja o digitalnoj transformaciji.

Razumijevanje komunikacijskih praksi i tehnika omogućit će razvoj kulturnih institucija u kojima rade, a znanje koje steknu pomoći će im da odaberu idealne alate za razvoj svojih radnih mjesta. Modularni program opremit će polaznike novim vještinama vezanim uz digitalnu transformaciju; lakše će poduzeti inicijative za digitalnu transformaciju. Kulturni sektor u vojvodstvu Świętokrzyskie, nakon sudjelovanja u programu CREMEL, imao je priliku poboljšati svoje kompetencije i podići razinu digitalne transformacije na onu u drugim vojvodstvima u Poljskoj.

Link na tečajeve: <https://www.cremel.eu/ld-groups/poland-e-learning/>

# ISKUSTVA POLAZNIKA CREMEL TRENINGA



# Iskustva polaznika CREMEL treninga

## OBRAZOVANJE

### **Silvia Capodivacca – Italija – srednjoškolska profesorica filozofije**

*Moje ime je Silvia Capodivacca i dolazim iz Padove (Italija). Moj put obuke u Cremelu započeo je kada sam otkrila neka ograničenja u razvoju digitalnog sadržaja. Konkretno, stvarala sam audio-vizualne materijale koje sam dijelila sa svojim srednjoškolcima tijekom pandemije Covid-19.*

*Kreirala sam YouTube kanal na kojem sam povremeno i stalno ažurirala video lekcije. Također sam izradila web stranicu na kojoj sam ažurirala podcastove vezane uz vizualne materijale. Stoga sam odlučila pohađati tečaj Cremel o podcastingu koji mi je bio zanimljiv jer razumijem da je podcasting složeniji nego što sam prije znala i počela sam koristiti taj digitalni alat na bolji način. Mislim da ću nastaviti svoj put usavršavanja u Cremelu iako sam sukustosica filozofskog festivala i voljela bih pohađati tečaj o Upravljanju kulturnim događajima. Cremel je europska platforma, međunarodna baza u kojoj bih željela pronaći sadržaje za školu. Nakon pandemije svima je bilo jasno da nam treba više znanja o digitalnim alatima, kako za učenike tako i za nastavnike, koji mogu sadržaje učenja učiniti zanimljivima.*

*Cremel je OBRAZOVANJE ZA SVE!*

*#CremelMakesCultureStronger*

### **Martina Majetić – Hrvatska – profesorica fizike i informatike**

*Moje ime je Martina Majetić. Radim kao profesorica fizike i informatike u osnovnoj školi. Radim honorarno kao školska knjižničarka. Često sudjelujem u Erasmus i eTwinning projektima. U svakodnevnom radu često se susrećem s potrebom korištenja digitalnih platformi. Bilo za online učenje, za općenito učenje učenika ili za snimanje videa. Sudjelovanje u eTwinning projektima zahtijeva prezentaciju video sadržaja te održavanje video poziva i međusobnu online komunikaciju. Iz tog razloga smatram ovu obuku korisnom i zanimljivom.*

*Dio obuke se odnosio na snimanje kvalitetnih videa i nabavu neke opreme primjerene školskim ustanovama. Znači da nije preskupo, a da uspijemo napraviti kvalitetan sadržaj. Nadalje, važan mi je dizajn prostorije u školskoj knjižnici: kako urediti pozadinu, koju kameru koristiti, zašto je važno obratiti pozornost na zvuk. Cremel mi je konkretno pomogao u tome! Također, svidjelo mi se predavanja o digitalnom marketingu i važnosti korištenja društvenih medija i komunikacije. Svijet se danas mijenja u tom smjeru. Više smo digitalno nego osobno društvo.*

*Cremel je JEDINSTVO!*

*#CremelMakesCultureStronger*

## **Jolanta Świstak – Poljska – kazališna marketinška djelatnica i književna voditeljica**

*Za projekt CREMEL saznala sam u kazalištu, na način da je Tehnološki park Kielce poslao informacije kulturnim institucijama Kielcea. Bilo mi je jako zanimljivo suočiti se s nekim ograničenjima koja imam u svakodnevnom radu. Najveći problem i prepreka u mojoj ustanovi, u smislu promotivnih alata i načina rada, je nedovoljan broj osoblja. Dakle, u mom odjelu rade dvije osobe koje osim marketinga rade i puno drugih projekata i aktivnosti. Jednostavno nemamo dovoljno vremena učiti o tim alatima i, kao rezultat toga, nemamo vremena sami učiti o digitalnom marketingu. Projekt kao što je CREMEL pomaže nam da produbimo naše znanje u ovom području. Naučili smo o novim alatima koje možemo koristiti i, kao rezultat pohađanja radionice, bili smo u mogućnosti implementirati različite predložene alate.*

*Na ovaj način značajno smo povećali promotivni opseg naših aktivnosti. Radimo svašta, ne samo tradicionalne kazališne predstave, nego prikupljamo sredstva za razne obrazovne i umjetničke projekte. Imamo čak i festival za djecu i mlade koji se održava u blagdansko vrijeme, a kada je u pitanju promocija takve manifestacije, ona nije samo regionalnog nego i nacionalnog, pa i međunarodnog karaktera. Posjećuju nas turisti, dolaze na festivalska događanja. Predložene vrste aktivnosti u ovom projektu CREMEL uvelike nam olakšavaju širenje publike naših događanja. Što se tiče komunikacije i nekih novih aspekata koje bih željela istražiti, to su svakako podcastovi i neke filmske produkcije.*

*Cremel je RAZVOJ!*

*#CremelMakesCultureStronger*

## **Arta Rozīte - Latvija - "Usluge i ponude za lokalno stanovništvo - primjer knjižnica okruga Sigulda"**

*Knjižnica okruga Sigulda sa svojih 12 ogranaka služi kao središte kulture i znanja za stanovnike okruga. Ove knjižnice nisu samo spremišta knjiga; to su dinamični prostori u kojima se ljudi mogu povezivati, učiti i istraživati. Kako bi osigurale kulturnu dostupnost, ove knjižnice surađuju s drugim latvijskim knjižnicama kako bi ponudile široku lepezu obrazovnih i interaktivnih programa. Obiteljima s djecom knjižnica pruža bogato okruženje za učenje i kreativnost. Inicijative kao što su "Lisica čita" i "Mala škola sova" uvode mlade u svijet knjiga. Starija djeca mogu sudjelovati u natjecanjima u čitanju, natjecanjima u kreativnom istraživanju, pa čak i u escape roomu na temu književnosti, njegujući ljubav prema čitanju i znanju.*

*I odrasli u knjižnici pronalaze ponudu za njih. Večeri rasprava i večeri priča okupljaju ljude kako bi razmijenili mišljenja i upoznali zanimljive ličnosti, od autora do poduzetnika. Ovi događaji licem u lice potiču društvenu interakciju i odmak od tehnologije.*

*Prilagođavajući se vremenu koje se mijenja, knjižnica do svoje publike dolazi putem različitih komunikacijskih kanala, od društvenih medija i web stranica do lokalnih novina. "Digitalni mjesec" osnažuje ljude da unaprijede svoje digitalne vještine i koriste e-usluge.*

*Knjižnica nudi dnevne konzultacije o digitalnim izvorima, uključujući pretraživanje baze podataka, rezervacije kataloga i pristup e-knjigama putem 3td.lv.*



Okružna knjižnica Sigulda ulaže dodatne korake u pružanje usluga starijim osobama i osobama s funkcionalnim poteškoćama. U suradnji s Latvijskom udrugom zajednice starijih osoba promiču medijsku pismenost, sigurnost na internetu i prednosti digitalnog svijeta za starije osobe. Knjižnica također nudi audio knjige za korisnike s oštećenjima vida ili percepcije. Knjižnica bookmobile nudi mobilno rješenje za stanovnike udaljenih područja. Omogućuje naplatu knjiga i vraćanje izvan redovnog radnog vremena, pružajući pogodnost i fleksibilnost. Stanovnici mogu zatražiti knjige putem e-pošte ili telefona.

Tijekom ljeta knjižnica predstavlja "Biciklističku knjižnicu u Siguldi!" uslugu, hit među ekološki osviještenim čitateljima i osobama s ograničenom pokretljivošću. Knjige se dostavljaju u domove štićenika na posebno dizajniranom biciklu za knjige, a usluga uključuje čak i preuzimanje knjiga. Uloga knjižničara na biciklu prilika je za studente u programu ljetnog zapošljavanja da iskuse svijet knjižničarstva dok služe zajednici.

Ukratko, predanost Okružne knjižnice Sigulda raznolikim, pristupačnim i inovativnim programima naglašava njenu ulogu kulturnog i obrazovnog kamena temeljca u zajednici. Od njegovanja ljubavi prema čitanju kod djece do osnaživanja starijih osoba u digitalnom dobu, knjižnica učinkovito služi potrebama svoje raznolike publike. Inicijative bookmobile i Bicycle Library pokazuju predanost inkluzivnosti i pogodnosti za sve stanovnike.

### **Martina Tušek – Hrvatska – Učiteljica u osnovnoj školi**

Moje ime je Martina Tušek, radim u osnovnoj školi kao učiteljica razredne nastave. U svom radu često se susrećem s djecom s poteškoćama u razvoju, a nakon završenih nekoliko tečajeva iz područja psihologije, odlučila sam krenuti u pisanje knjige, odnosno terapeutskih priča za djecu. Iz tog me razloga digitalno izdavaštvo jako zainteresiralo.

Digitalno izdavaštvo jedna je od tema Cremel edukacije te sam se iz tog razloga odlučila upisati kako bih nadogradila svoje znanje i vještine.

Najčešće prepreke s kojima sam se susrela u svom radu u školi bile su nedostatak digitalnih kompetencija kod ostalih suradnika, posebice među učiteljima, koji nisu imali dovoljnu količinu komunikacijskih i digitalnih vještina, zbog čega nam je Cremel trening zapravo bio izvrstan za obrazovanje. Isto tako prepreka je i nedostatak resursa, kao i nedostatak motivacije.

Sve što sam naučila na Cremel edukaciji i dalje ću koristiti u svom radu jer mi pruža brojne mogućnosti, brojna nova znanja te mi omogućuje nova poznanstva i suradnju s ljudima koji posjeduju komunikacijske vještine i vještine digitalnog oglašavanja.

Cremel je ZNANJE!

#CremelMakesCultureStronger

### **Lilita Pudule - Latvija - "Projekt "Značenje" Latvijskog nacionalnog muzeja umjetnosti"**

Latvijski nacionalni muzej umjetnosti (LNMA) pokrenuo je "Značenje", pionirski program obrazovanja na daljinu prilagođen studentima.

U početku sadržavajući 12 lekcija, "Značenje" je sada prošireno na 15 online lekcija u četiri muzeja umjetnosti, uključujući glavnu zgradu LNMA-a, Umjetnički muzej RIGA BOURSE, Muzej dekorativne umjetnosti i dizajna te Muzej Rimljana Sute i Aleksandre Belcove.

Ove lekcije služe različitim dobnim skupinama, držeći se latvijskog okvira "Skola2030" i angažirajući učenike u značajnim iskustvima učenja.

"Značenja" je zamišljeno kao inovativna digitalna obrazovna ponuda, osmišljena da privuče interes učenika i uskladi se s tehnološkim mogućnostima digitalnog okruženja. Ne replicira događaje na licu mjesta, već umjesto toga pruža jedinstvenu priliku za istraživanje umjetničkih i dizajnerskih procesa, otkrivanje muzejskih operacija iza kulisa i pristup dijelovima muzeja koji su obično zabranjeni posjetiteljima, poput spremišta zbirke.

Ključne značajke "Značenja":

1. Interaktivna digitalna platforma: Lekcije se nalaze na platformi "Nearpod", dostupnoj online bez potrebe za registracijom. Komunikacija sa sudionicima je olakšana putem platforme "Zoom", koja nudi online angažman, grupe za raspravu i brzo rješavanje tehničkih problema.

2. Stručni uvidi: "Značenja" obogaćuju svoj sadržaj video zapisima s više od 30 profesionalaca, uključujući scenografe, umjetnike, kustose i muzejsko osoblje. Ovaj pristup iza scene dodaje dubinu i kontekst stvarnog svijeta obrazovnom iskustvu.

3. Prilagođen potrebama učenika: Projekt se razvio kroz opsežna istraživanja, uključujući ankete učenika različitih dobnih skupina, identificirajući preko 60 online alata. Odabrani su najrelevantniji i najjednostavniji alati kako bi se osiguralo da su specifične potrebe studenata zadovoljene.

4. Pristupačnost: "Značenja" osigurava inkluzivnost pružanjem detaljnih podataka za prijavu, višejezičnih rječnika (latvijski, engleski i ruski) i vježbi u razredu koje se mogu proširiti izvan online lekcija. Nastavnici imaju priliku ponuditi povratne informacije putem Google Forms upitnika.

5. Kontinuitet nakon pandemije: Iako je isprva bio odgovor na pandemiju COVID-19 projekt "Značenje" se nastavio čak i nakon što su ograničenja ukinuta. Nudi jedinstvenu priliku za škole koje nisu mogle organizirati osobne posjete muzeju, proširujući svoj doseg na latvijsku dijasporu i učenike koji se školuju kod kuće.

6. Inkluzivnost: "Značenje" se prilagođava učenicima s poteškoćama u kretanju i percepciji, uspostavljajući suradnju s učiteljima kako bi se zadovoljili njihovi specifični zahtjevi.

7. Održivost: Dizajn "Značenja" ne oslanja se na prolazne trendove, osiguravajući njegovu relevantnost u doglednoj budućnosti. Sadržaj ostaje vrijedan čak i nakon pandemije.

LNMA je proveo snažnu komunikacijsku kampanju za pokretanje "Značenja", koja je obuhvaćala medijske poruke, društvene mreže, seminare za nastavnike, muzejske oglase i web stranice relevantne za škole. Povratne informacije iz škola bile su pozitivne, što ohrabruje daljnji uspjeh programa.

Zaključno, "Značenje" predstavlja uzorno digitalno rješenje za muzejsko obrazovanje na daljinu. Nudi privlačna, pristupačna i inkluzivna obrazovna iskustva za studente, osiguravajući njihovu povezanost s kulturnim i muzejskim sektorom. Osim svog početnog odgovora na pandemiju, "Značenja" su pronašla stalnu ulogu kao obrazovna ponuda LNMA-a, dopirući do šire publike i pružajući jedinstveno muzejsko iskustvo u godinama koje dolaze.

## KOMUNIKACIJA

### **Marco Capone – Italija – student komunikacija/operater**

Moje ime je Marco Capone, dolazim iz Leccea i imam 25 godina. Student sam povijesti umjetnosti i radim kao komunikacijski operater za 34° Fuso, udrugu sa sjedištem u Lecceu koja se bavi kulturnim uslugama za angažman publike.

Slijedim Cremel program obuke kako bih implementirao svoje vještine. U svom poslu često se suočavam s mnogim poteškoćama, a najveća je veza između onoga što želite komunicirati i načina na koji to radim. Mislim da je komunikacija posao koji treba raditi uz "ravnotežu", kako sam govorio, jer uvijek morate pronaći ravnotežu između kvalitete sadržaja i informacija koje želite prenijeti svojoj meti.

Saznao sam za Cremel zahvaljujući ITS-u, Institutu za komunikaciju koji pohađam i stvarno mislim da je Cremel koristan put za obuku jer mi je pružio savjete i praktične radne alate o strategijama koje treba usvojiti kako bih imao fluidan komunikacijski pristup. Nalazimo se u svijetu i okruženju koje se stalno mijenja i ne možemo komunikaciju smatrati fiksnim alatom, dapače, svakodnevno se suočavamo s evolucijom konteksta, evolucijom medija, evolucijom komunikacijskih jezika. Cremel mi je dao konkretnu kutiju s alatom s pravim uputama za korištenje u radu.

Kroz Cremel bih želio produbiti pristup inkluzivne komunikacije za osobe u nepovoljnom položaju, na primjer za rodnu ravnopravnost.

Cremel jednom riječju? Tjera me na razmišljanje o "kremiti", nečem ukusnom.

Cremel je ATRAKTIVNOST!

#CremelMakesCultureStronger

### **Gabriele Cruciata – Italija – Istraživački novinar**

Moje ime je Gabriele Cruciata, novinar sam i živim u Rimu. Radim u Italiji i inozemstvu kao reporter i kao trener. Za Cremel sam razvio trening o Podcastingu, jednom od najzanimljivijih digitalnih alata unutar izvještavanja i kulturne komunikacije. Četiri epizode koje objašnjavaju kako krenuti od ideje do distribucije konačnog audio proizvoda za kulturno područje, kao što su muzeji, škole i drugi kulturni centri.

Polazeći od opće ideje, moguće je do detalja izgraditi audio serijski proizvod koji ljudima omogućuje jednostavno uključivanje u svijet kulture.

Među Cremelovim najboljim praksama koje smo isprobali kao radni tim bila je online obuka i obuka na zahtjev, prilika za stvaranje zajednice ljudi koji slušaju i uče te prilika da se upoznaju treneri i polaznici tijekom aktivnosti obuke licem u lice. To su vrlo korisni trenuci i mislim da bismo trebali implementirati CREMEL platformu s interaktivnim digitalnim alatima.

Cremel je INOVACIJA!

#CremelMakesCultureStronger

## **Jakub Czaplarski – Poljska – Zamjenik ravnatelja Muzeja igračaka**

Moje ime je Jakub Czaplarski. Za projekt sam saznao iz pisma koje sam dobio od Tehnološkog parka Kielce. Bilo mi je jako drago sudjelovati u ovom projektu.

Kao operateri HCI-a susrećemo se s velikim poteškoćama u samoj strukturi muzeja. Nemamo svog fotografa, a nemamo ni vlastitog grafičkog dizajnera, pa smo prije dvije godine odlučili da marketinške aktivnosti prepustimo vanjskoj tvrtki. Mi, naravno, pripremamo sadržaj objava, pripremamo njihov raspored, pripremamo njihovu generalnu ideju, dok se vanjska tvrtka brine za objavu, brine se i za kompletnu reklamnu kampanju. Za nas je znakovito, prije nego što smo počeli surađivati, tvrtka je pripremila marketinšku strategiju kroz koju smo saznali koji su kanali informiranja najbolji za naš muzej. Bili smo iznenađeni jer smo do sada koristili najpoznatije kanale kao što su Facebook i Instagram. Pokazalo se da je, što se tiče Muzeja igračaka i igara, vrlo veliki kanal informacija Google business card, gdje se od tada trudimo uploadati ažurne informacije o našoj ponudi i našim događanjima.

Iznad svega, CREMEL mi je skrenuo pozornost na važnost marketinških aktivnosti za jednu kulturnu instituciju, koja se prije svega fokusira na ono što publika treba biti. Također, nastojimo prevladati činjenicu da je Muzej igračaka i igara vezan samo za najmlađu publiku. Između ostalog, marketinškim aktivnostima nastojimo privući i druge dobne skupine, poput odraslih i starijih osoba.

Ovaj projekt nudi veliku priliku kulturnim ustanovama da dopru do potencijalne publike još više.

Cremel je PRILIKA!

#CremelMakesCultureStronger

## **Vladislavs Ivanovs - Latvija - "Gradski arhiv Rige"**

Gradski arhiv Rige, smješten u istoj zgradi kao i Muzej povijesti Rige i plovidbe, zauzeo je hvalevrijedan pristup virtualnim izložbama. Napravili su virtualnu izložbu posvećenu Arhivu grada Rige, dostupnu ovdje: <https://www.archiv.org.lv/rigaspilsetasarhivs>.

Ova virtualna izložba premošćuje nedostatke u pristupačnosti, nudeći uvid u Gradski arhiv Rige, mjesto koje predstavlja značajne izazove za fizičke posjete. Arhiv je otvoren samo dva dana u tjednu i posjet zahtijeva individualno zakazivanje, što posjetiteljima otežava planiranje posjeta. Dodatno, arhiv se nalazi na 3. katu s ograničenim pristupom za osobe s poteškoćama u kretanju. Unatoč tim izazovima, Gradski arhiv Rige čuva vrijednu zbirku latvijske dokumentarne baštine, što virtualnu izložbu čini vitalnim resursom.

Virtualna izložba pruža povijesni uvid, pruža informacije o povijesti arhiva, građevine, pojedinosti o zbirci, s fokusom na najznačajnije dokumente, popraćene kvalitetnim fotografijama. Također sadrži integrirani virtualni 3D obilazak prostorija arhiva, omogućujući korisnicima navigaciju arhivskim prostorima i pristup dodatnim informacijama na određenim točkama, čineći ga dostupnim širokoj publici.

Osim virtualne izložbe, web stranica uvodi i orijentacijsku igru "Bliže arhivu", koja bi mogla pomoći u promociji arhiva široj publici.

*Iako je ova virtualna izložba za svaku pohvalu, ima prostora za napredak. Web-mjesto je dostupno samo na latvijskom, što ograničava njegov doseg, a nedostatak audio sadržaja čini ga manje inkluzivnim za osobe oštećena vida. Postoji potreba za praktičnim objašnjenjima tijekom obilaska kako bi se odgovorilo na pitanja posjetitelja. Link za povratnu informaciju za izložbu mogao bi biti dostupniji, a nedostaju i informacije o fizičkom obilasku arhiva, što ga čini manje jednostavnim za korištenje.*

*Unatoč tim nedostacima, ova se virtualna izložba ističe kao pozitivan korak prema digitalnoj komunikaciji za latvijske arhive, promičući kulturnu baštinu i odgovornu potrošnju. Kreatori, prvenstveno iz arhive, postigli su hvalevrijedan rezultat u premošćivanju jazova u pristupačnosti.*

*Ukratko, institucije sjećanja nastavljaju se prilagođavati promjenjivom krajoliku prihvaćanjem digitalnih transformacija, a virtualne izložbe igraju vitalnu ulogu u činjenju kulturne baštine dostupnijom. Virtualna izložba Gradskog arhiva Rige služi kao značajan primjer ovih nastojanja, s potencijalom za daljnje unapređenje i širu inkluzivnost.*

## DIGITALNI MARKETING

### **Mateusz Zapata – Poljska – stručnjak za marketinške komunikacije**

*Moje ime je Mateusz Zapata. Imam li kulturno podrijetlo? Davno, da! Jedna od mojih diploma je iz bibliotekarstva pa radim s knjižnicama. Također sam bio uključen u mnoge kulturne događaje. Svojedobno sam bio i sveučilišni nastavnik, pa da, mislim da je to prilična kulturološka pozadina za mene, ali sada radim uglavnom kao stručnjak za marketinške komunikacije u jednoj od najvećih poljskih izdavačkih kuća usmjerenih na obrazovanje.*

*U CREMEL sam uključen jer sam smatrao da je ovo izvrsna prilika za širenje znanja o marketingu, marketinškom komuniciranju i digitalnim medijima s kulturnim institucijama. Glavni sam predavač poljskih CREMEL tečajeva i fokusirao sam ih uglavnom na područje digitalnih medija i digitalnog marketinga. Imam pozadinu u digitalnom izdavaštvu i e-učenju pa koristim svoje znanje da pomognem projektu u obuhvatu ovih tema.*

*Mislim da je CREMEL izvrsna stvar za dijeljenje znanja, dijeljenje informacija s ljudima koji možda nemaju to znanje ili možda imaju to znanje, ali ne znaju kako ga pravilno koristiti ili kako ga koristiti u velikoj mjeri.*

*Ako bih tražio nove dionike za CREMEL, mislim da bi to trebali biti uglavnom gradski dužnosnici jer kulturne institucije ovise o gradskim dužnosnicima u Poljskoj. Stoga će bolja uključenost gradskih dužnosnika biti od velike pomoći za projekt CREMEL, dijeljenje informacija o projektu i dijeljenje informacija o digitalnim medijima i korištenju digitalnih medija u kulturnim institucijama.*

*Dijeljenje znanja, dijeljenje iskustva, dijeljenje ideja!*

*Cremel je DIJELJENJE!*

*#CremelMakesCultureStronger*



## **Eleonora Giammarini – Italija – voditeljica društvenih medija**

*Moje ime je Eleonora Giammarini, imam 25 godina, dolazim iz Barija (Italija). Studentica sam inženjerstva menadžmenta na Sveučilištu u Bariju. Godinu dana sam u organizacijskom timu Glazbenog festivala MUNDI u normansko-švapskom dvorcu Sannicandro. Ja sam Social Media Manager za Festival.*

*Uvijek tražim inovativne i atraktivne komunikacijske pristupe za Festival i kada sam saznala za Cremel, zahvaljujući Danu otvorenih vrata Puglia Creativa, bila sam vrlo sretna što sam pohađala besplatnu i online obuku koju sam mogla pohađati na zahtjev kada i gdje sama želim i produbiti svoje znanje kako bih unaprijedila svoj rad.*

*U kulturnom i kreativnom radu, kao KKI operateri, moramo se suočiti s različitim i promjenjivim preprekama vezanim uz različite digitalne alate i platforme koje nam omogućuju da svoj svakodnevni rad učinimo boljim. Najviše od svega, digitalni korisnici mogu pristupiti beskonačnoj količini informacija, stoga je prvo o čemu moram brinuti kako privući pozornost publike i kreirati korisnicima privlačne sadržaje koji bi u isto vrijeme trebali biti koherentni s vrstom komunikacije digitalne platforme na kojoj su objavljeni.*

*Još jedna prepreka koju treba prevladati je stalno ažuriranje plana sadržaja.*

*Cremel tečajevi o Marketingu za Events Management i Copywriting pomogli su mi da produbim svoje znanje kako bih pravilno planirala sadržaje koje imam i osmislila nove na atraktivniji način.*

*Cremel je UMREŽAVANJE!*

*#CremelMakesCultureStronger*

## **Tomislav Lukić – Hrvatska – stručnjak za IT i digitalni marketing**

*Moje ime je Tomislav Lukić. Dio sam projekta Cremel u kojem sam imao ulogu jednog od trenera. Moje podrijetlo i područje kojim se bavim vezano je zapravo za IT i digitalni marketing, a inače sam magistar ekonomije iz područja marketinga. Ali posao me odveo u smjeru IT-a.*

*Moj poslovni put izravno je vezan uz digitalne vještine koje su općenito svima potrebne i s kojima zajedno s našim klijentima i partnerima, ali i preko Cremela, pomažemo razvijati projekte i online poslovanje na način da se svi mogu izraziti na kreativan način na primjer kroz grafičke videozapise u digitalnom svijetu.*

*Za Cremel sam razvio dvije obuke; digitalno izdavaštvo i digitalni marketingu, obje iznimno zanimljive teme koje svima dobro dolaze i važne su vještine koje treba imati u budućnosti. Sa strane digitalnog marketinga i sa strane izdavaštva, stekao sam dojam da je ljudima to izuzetno zanimljivo i bilo mi je zanimljivo iskustvo vidjeti kakva pitanja imaju ljudi koji pohađaju taj tečaj. Mogu reći da je to stvarno jako dobro i kvalitetno iskustvo.*

*Mislim da platforma Cremel ima inovativan pristup: mogućnost pristupa online, gdje imamo trenere iz raznih područja koji kroz video materijale i kroz tekstualne materijale omogućavaju korisnicima koji pohađaju edukaciju ne samo teoretsko znanje, već i odgovore na određena praktična pitanja.*

Cjelokupni tok platforme i način na koji se izvodi trening je vrlo kvalitetan. Mogućnost ispitivanja trenera o konkretnim problemima i odgovori s kojima se ljudi susreću nakon testiranja sovog znanja su nešto što bi označio kao vrhunac cijele platforme.

Mislim da projekt kao što je Cremel ima vrlo dobre prilike za nadogradnju i proširenje svoje prisutnosti i pomoć ljudima koji odluče koristiti tečajeve i naučiti o vještinama koje tamo nude partnerske organizacije. Vjerojatno ima mogućnosti i za privatni sektor kojem bi ljudi koji završe školovanje mogli koristiti u smislu potencijalnog zapošljavanja.

Mislim da je projekt Cremel bio pun pogodak! Platforma i način na koji ljudi pohađaju te tečajeve su odlični. Vraćam se na ono što sam ranije spomenuo, a to je da imamo videozapise materijala koje ljudi gledaju, te imamo priliku razgovarati s predavačima ili trenerima kako bismo dobili odgovore na neka konkretna pitanja.

Cremel je SAMOPOBOLJŠANJE!

#CremelMakesCultureStronger

### **Barbara Kasprzyk-Dulewicz – Poljska – kustosica Povijesnog muzeja i osoba odgovorna za marketing**

*Ja sam Barbara Kasprzyk-Dulewicz. Kao CCI operateru, u smislu našeg svakodnevnog rada, jedan od naših najvećih izazova je prikladna interakcija s našom publikom. Trudimo se osigurati da sadržaj koji pripremamo nije samo vizualno privlačan, već i informativan. No, unatoč našim naporima, odgovor i povratne informacije koje dobivamo nisu uvijek na razini na kojoj bismo željeli. Najvažniji zadatak nam je uspostaviti pravi odnos s publikom.*

*Jedan od najvažnijih aspekata treninga kojem sam sa zadovoljstvom prisustvovala bio je sistematizirati svoje znanje o našim online i širim aktivnostima na društvenim mrežama te prilagoditi alate našim potrebama. Daleko najizazovniji, ali i pozitivan aspekt CREMEL sastanaka bili su ljudi. Iznad svega, naš trener, koji nije samo stručnjak, već je i netko tko će uvijek pomoći kad je potrebno, kome se možemo obratiti ako imamo bilo kakvih pitanja, ali koji također ima sjajne ideje kako nam pomoći poboljšati učinkovitost naše aktivnosti.*

*Što se tiče naših prijedloga ili potreba, mislim da je velika prednost projekta dostupna platforma na kojoj možemo pogledati materijale iz drugih zemalja. Naš sustav rada možemo usporediti s drugim sustavima rada i svakako učiti iz njega.*

Cremel je INOVACIJA!

#CremelMakesCultureStronger

## KULTURA

### **Rossella Tricarico – Italija – koordinatorica za kulturu i komunikaciju**

*Ja sam Rossella Tricarico. 8 godina surađivala sam s Kulturnim centrom Knoss u Lecceu (Italija) kao koordinator i komunikacijski menadžer. Prije nekoliko mjeseci započela sam projekt za samostalnu knjižnicu.*

Bitna mi je promocija projekta i novog prostora. Nadalje, za Knoss centar uvijek trebam osvežiti važne teme kao što je razvoj publike. Zato je bilo važno pohađati tečajeve obuke Cremel u ovoj fazi mog rada. Zahvaljujući Cremelovim savjetima i prijedlozima trenera, naša je knjižnica uspjela doprijeti do najveće publike u svim nacionalnim područjima, nadilazeći lokalne dimenzije.

Pohađanje tečaja tijekom projekta koji je u tijeku nešto je vrlo korisno što pomaže ispraviti komunikacijske pogreške i preusmjeriti ih na pravi način, upravo se to dogodilo našoj knjižnici. Ako zamislim razvoj Cremela, prema svojim potrebama, željela bih produbiti svoje znanje o AI (umjetnoj inteligenciji) i kako ona utječe na komunikaciju.

Već smo projicirani u bliskoj budućnosti u kojoj bi se novi digitalni alati trebali koristiti u svojoj svojoj moći i potencijalu.

Cremel je EVOLUCIJA!

#CremelMakesCultureStronger

### **Madara Didrihsone - Latvija - "Primjeri digitalne transformacije u arhivima"**

Posebno me zanima digitalna transformacija unutar audiovizualnih arhiva, s obzirom na moje iskustvo u kinematografiji i trenutnu ulogu u Latvijском državnom arhivu audiovizualnih dokumenata. Cilj mi je istražiti kako institucije premošćuju jaz između opsežnih arhivskih materijala i potražnje javnosti za audiovizualnim sadržajem.

Ovaj izazov uključuje dvije glavne prepreke: dostupnost nedigitalnih audiovizualnih formata i prezentaciju arhivske građe.

U svojoj potrazi za uzornim primjerima digitalne transformacije, prvo ću procijeniti digitalnu evoluciju svoje ustanove, a zatim ću se upustiti u neistraženo područje kako bih istražila kako se druge institucije nose s tim izazovima.

Primarna zadaća svakog arhiva je sačuvati dokumente i učiniti ih dostupnim javnosti. Digitalne baze podataka postale su primarni način postizanja ove dostupnosti. Latvijski državni arhiv audiovizualnih dokumenata pokrenuo je svoju digitalnu bazu podataka Vidi, čuj Latviju" 2016. godine, nudeći javni pristup.

Ova internetska platforma neophodan je alat za arhiviste jer pojednostavljuje navigaciju i pristup velikoj količini audiovizualnih materijala. Ova digitalna transformacija posebno je korisna za audiovizualne arhive jer povećava javnu dostupnost.

Faktori uspjeha "Vidi, čuj Latviju" uključuju:

1. Opsežna pristupačnost: "Vidi, čuj Latviju" nudi pristup do više od 109 000 zapisa, uključujući digitalne datoteke. Baza podataka dostupna je svima koji imaju internetsku vezu, prvenstveno unutar Latvije. Strani pristup može biti podložan restriktivnijim mjerama.
2. Različite opcije pretraživanja: korisnici mogu pretraživati ključne riječi i koristiti napredne filtre za razne vrste dokumenata, kao što su filmovi, fotografije i zvučni dokumenti. Mogućnost izrade personaliziranih popisa za odabir poboljšava korisničko iskustvo.



3. *Interakcija s korisnicima* : Baza podataka korisnicima omogućuje kontaktiranje arhive, naručivanje kopija, postavljanje pitanja i ostavljanje komentara. Ova značajka potiče osjećaj kolektivne uključenosti i doprinosa.

4. *Intuitivni dizajn*: Dok baze podataka mogu biti složene, "Vidi, čuj Latviju" sadrži jednostavan dizajn, nudi jednostavnu traku za pretraživanje i intuitivne opcije za filtriranje i istraživanje sadržaja.

Međutim, platforma ima izazove vezane uz jezik i ograničenu vidljivost. Metapodaci i bilješke dostupni su samo na latvijskom, što može predstavljati prepreku za osobe koje ne govore latvijski. Štoviše, podizanje svijesti o platformi pokazalo se teškim zbog proračunskih ograničenja.

Archive Player Irskog filmskog instituta (IFI) služi kao izvrstan primjer digitalne transformacije. Pokrenut 2016., cilj mu je učiniti irsku audiovizualnu baštinu dostupnom globalnoj publici. IFI Archive Player omogućuje besplatan pristup sadržaju, bez geografskih ograničenja, te je proširio svoju prisutnost na raznim platformama, uključujući mobilne aplikacije.

*Ključni čimbenici koji pridonose njegovom uspjehu uključuju:*

1. *Jasno definiran cilj*: Primarni cilj IFI Archive Playera je podijeliti irsku audiovizualnu baštinu s globalnom publikom. Uspješno rješava geografska ograničenja nudeći sadržaj na temelju razina pristupačnosti (dostupan u Irskoj, dostupan diljem svijeta uz naknadu i besplatan pristup za globalnu publiku).

2. *Korištenje poznatog formata*: sučelje platforme podsjeća na popularne platforme za streaming, što korisnicima olakšava navigaciju i interakciju sa sadržajem.

3. *Pristupačnost na više platformi*: Dostupnost mobilnih aplikacija i kompatibilnost s različitim operativnim sustavima osiguravaju pristupačnost širokoj publici.

4. *Dizajn prilagođen korisniku*: Dizajn platforme je intuitivan, nudi jednostavne putove za pristup sadržaju i istraživanje odabranih zbirki. Korisnici mogu jednostavno reproducirati videozapise, dijeliti sadržaj i pristupiti opisima.

5. *Učinkovita suradnja programera*: Suradnja između IFI-ja i programera "Axonista" odigrala je ključnu ulogu u uspjehu projekta, kombinirajući tehničku stručnost s dubokim razumijevanjem sadržaja.

IFI Archive Playeru, međutim, nedostaje podrška za titlove, što bi moglo poboljšati iskustvo za širu publiku. Osim toga, mogao bi imati koristi od audio opisa za veću inkluzivnost. Nakon ispitivanja ova dva projekta digitalne transformacije, očito je da svaki od njih ima svoje snage i slabosti. "Vidjeti, čuti Latviju" ističe se u pružanju opsežnog pristupa arhivskim materijalima i sofisticiranom iskustvu pretraživanja. S druge strane, IFI Archive Player blista u pogledu pristupačnosti i jednostavnog dizajna.

### **Tania Mulc – Hrvatska – Pedagoginja i trenerica**

Zovem se Tania Mulc, stručna sam suradnica pedagoginja u maloj školi u Gorskom kotaru, OŠ Brod Moravice. U svom poslu susrećem se s različitim područjima rada.

Općenito, obrazovanje je vrlo široko područje, a vrlo bitan segment rada i obrazovanja je, naravno, kultura. Imam tu privilegiju da zapravo u svom poslu susrećem različite stručnjake, različite umjetnosti, različite organizatore koji rade na području kulture i da zapravo zajedno spajamo kulturu i školu i prezentiramo različite kulturne događaje našim najmlađim generacijama. Za program Cremel čula sam preko Lokalne razvojne agencije PINS koja me kasnije uključila kao trenericu.

Sudjelovanjem u ovom programu zapravo sam dobila priliku da, osim svakodnevnog spajanja škole i kulture, svojim znanjem i iskustvom i sama doprinesem razvoju kulture, odnosno na području kulture u obrazovanju.

Tema kojom sam se bavila u ovom programu je e-edukacija, odnosno e-učenje. E-učenje u našem digitalnom svijetu danas je vrlo važno područje u samom obrazovanju i kao takvo vjerujem da može postati vrlo važan i dobar alat za još veće povezivanje zajednice i kulture. Važno je smjestiti kulturu u našu svakodnevicu, kako bi kao takva kultura postala ravnopravan član" naše zajednice.

Cremel je POVEZANOST!

#CremelMakesCultureStronger

### **Elisa Monsellato – Italija – voditeljica kulturnih projekata**

*Zovem se Elisa Monsellato i trenerica sam Cremel projekta. Voditeljica sam kulturnog projekta i koordinator "I come InPuglia". 10 godina radila sam za svoju organizaciju "34° Fuso", udrugu za društvenu promociju pristupačnosti kulture. Radimo na procesu sudjelovanja i pravima na kulturu za sve. Raditi na uključivim kulturnim procesima znači raditi za uključive zajednice. Pridonijela sam programu obuke Cremel s razvojem lekcije o uključivanju publike uglavnom namijenjenoj malim kulturnim organizacijama i kulturnim operaterima koji imaju za cilj jačanje partnerstva s javnim tijelima i kako doseći nove ciljeve (korisnici/posjetitelji robe i/ ili usluge). U svojoj pozadini koju sam podijelila s polaznicima Cremela, sa sobom sam donijela iskustvo "Swapmuseuma", koji je Kreativna Europa dodijelila kao najbolju praksu za inkluzivni kulturni pristup životu kulturnih institucija.*

*Također sam podijelila svoje iskustvo u vezi sa Faro sporazum", važnom fazom koja daje smjernice društvenoj i kulturnoj održivosti zajednica. Cremel platforma je važna za one koji pristupaju kulturnom i inkluzivnom radu i za one koji žele implementirati komunikacijske strategije za angažman publike.*

Cremel je DIGITALNO!

#CremelMakesCultureStronger

### **Agnieszka Walkowicz-Wesołowska – Poljska – administrativna zaposlenica u Botaničkom centru**

*Moje ime je Agnieszka Walkowicz-Wesołowska, za projekt sam saznala od svog poslodavca, koji me također potaknuo da sudjelujem kako bih proširila svoje znanje i stekla nove vještine u marketingu.*

Svakodnevno se susrećemo s brojnim problemima vezanim uz promociju i marketing, iz razloga što nema određenog zaposlenika s ovim stalnim zaduženjima, već su ti poslovi dodijeljeni različitim ljudima, što zahtijeva razmjenu informacija a također i koordinaciju aktivnosti. Osim toga, nemamo namjenski budžet za ovu vrstu aktivnosti, pa mnoge stvari radimo spontano.

Prije svega, CREMEL je sistematizirao znanje i pokazao mogućnosti. Naučila sam mnoge alate, posebno alate otvorenog pristupa, koji će mi pomoći da na zanimljiv način pripremim digitalne kataloge i izradim letke ili pozivnice. Ovo znanje će također biti od koristi mojim kolegama i pomoći će mi da pripremim biljne kataloge ili da na zanimljiv način predstavim povijest Botaničkog vrta.

Što se tiče mogućnosti usavršavanja, naravno, svi smo zainteresirani za produbljivanje znanja i upoznavanje sa suvremenim alatima, kao i za razmjenu praksi i integraciju kulturne ili kreativne zajednice u našem gradu u najširem smislu.

Čini mi se da je projekt vrlo zanimljivo proveden, najviše razmjene dobre prakse ili ideja koje možemo napraviti bez troškova jer je to posebno vrijedno u našoj stvarnosti.

Mislim da su odnosi vrlo važni u digitalnom marketingu jer personaliziraju kontakt i oni su ključ za učinkovito uspostavljanje veze, za upoznavanje vaše publike ili vašeg kupca, a također i odnos ovdje između nas sudionika u projektu, jednostavno vrlo produktivan i prijateljski.

Cremel je VEZA!

#CremelMakesCultureStronger

## **Arta Rozīte - Latvija - Projekt knjižnice "Očev treći sin"**

njižnični projekt "Očev treći sin" odličan je primjer izvrsne digitalne prakse u institucijama sjećanja, pri čemu je prioritet kulturna dostupnost u ruralnim područjima i za osobe ograničene pokretljivosti.

Ova inovativna inicijativa značajno je poboljšala pristup kulturi i znanju, čineći je izvanrednim modelom za digitalnu transformaciju u institucijama sjećanja.

Ovaj projekt ističe se sveobuhvatnim pristupom, koji se bavi temeljnim potrebama ciljane publike. Uspješno je osigurao:

1. Visokokvalitetan pristup internetu: Prepoznajući da je stabilan i visokokvalitetan internet ključan za svaku digitalnu inicijativu, projekt je donio stabilnu povezanost u 874 knjižnice, od kojih su mnoge bile smještene u ruralnim regijama. Time su postavljeni temelji za razna digitalna rješenja.
2. Suvremena računalna oprema: Projekt je također opremio ove knjižnice suvremenom računalnom tehnologijom. Ovo je bio pionirski potez, budući da su ta računala često označavala prve i jedine uređaje povezane s internetom u nekim ruralnim zajednicama.
3. Obuka knjižničnog osoblja: Priznajući da nisu svi članovi knjižničnog osoblja bili vješti u računalnoj tehnologiji, projekt je uložio u obuku knjižničara. To im je omogućilo da pomognu posjetiteljima, posebno starijim osobama kojima je često nedostajalo tehničko znanje.

4. *Besplatan pristup digitalnim knjigama: Projekt je prepoznao sve veću popularnost čitanja knjiga na internetu, što je uobičajeno i među mladima i među starijim generacijama. Nudi besplatnu platformu za registrirane korisnike za čitanje knjiga, što ga čini neprocjenjivim digitalnim rješenjem za kulturnu pristupačnost.*

*Utjecaj ovog projekta bio je značajan. Poticao je digitalnu dostupnost, socijalizaciju i obrazovanje za ljude u ruralnim regijama i one s ograničenom mobilnošću. Nadalje, rast projekta je bio izvanredan, budući da se trenutačno može pohvaliti čitateljstvom usporedivim s najvećim narodnim knjižnicama u zemlji. Prilagođava različite postavke čitanja, uključujući i pametne telefone, pa čak pruža i značajke za osobe s problemima vida.*

*Naziv projekta, "Očev treći sin", odražava njegovu duboku poruku - da naizgled zanemareni ili podcijenjeni resursi mogu sadržavati nevjerojatan potencijal. Ova drevna priča označava mudrost u prepoznavanju vrijednosti izvan neposrednog izgleda. U kontekstu projekta simbolizira skriveni potencijal knjižnice kao središta komunikacije, društvene integracije i razvoja.*

*Zaključno, projekt "Očev treći sin" postavio je visoke standarde za institucije pamćenja s ciljem pružanja kulturne dostupnosti, posebice u ruralnim područjima. Razbio je stereotipe o knjižnicama, prikazujući ih kao središta informacija, znanja i inovacija. Uspjeh ovog projekta pokazuje potencijal za velika digitalna rješenja u memorijskim institucijama, put koji druge institucije, uključujući muzeje, mogu željeti slijediti.*

### **Ivan Podnar – Hrvatska – profesor povijesti u školi**

*Zovem se Ivan Podnar, radim u osnovnoj školi u Delnicama. Predajem povijest i općenito radim s djecom. Često volontiram u pojedinim muzejima, poput Muzeja moderne i suvremene umjetnosti.*

*Što se tiče muzejske djelatnosti, ona se uglavnom odvija kroz komunikaciju. Ono što je izuzetno važno je da će se koristiti i suvremenim i modernim medijima, kako bi što više radili na uključivanju ljudi u interakciju.*

*Interakcija je ključ svakog uspjeha, što je iznimno važno kada se u kulturu uključuje mnogo ljudi. Kulturne aktivnosti sve su više povezane s digitalnim alatima i digitalnim medijima.*

*Cremel je iznimno važan za uključivanje različitih digitalnih alata, za percepciju i uključivanje vizualnog dizajna i sličnih aktivnosti, koje zapravo mogu poboljšati interakciju i komunikaciju s publikom. Ono što je iznimno važno jest da se interakcija i komunikacija s publikom odvija na iznimno visokoj razini.*

*Muzej je kao institucija nekada bio vrlo tradicionalan medij te ga je potrebno povezati sa suvremenim medijima poput digitalnih medija. Zato je iznimno važno da svaka ovakva ustanova ima izuzetno dobru informatičku opremu.*

*Ono što je još važno kada govorimo o muzejima je vizualno oblikovanje. Na ovoj sam edukaciji naučio puno o vizualnom dizajnu i kako se zapravo vizualnim dizajnom može u potpunosti opremiti muzejski prostor suvremenim metodama. Smatram da je spoj tradicionalnog i suvremenog ključan u obavljanju ovakvih aktivnosti. Kulturu treba približiti ljudima, a kroz ovakve projekte mislim da je to sasvim realno i da je to zapravo budućnost.*

*Cremel je SURADNJA!*

*#CremelMakesCultureStronger*

## **Ina Ro māne - Latvija - "Poboljšanje pristupa kulturi u ruralnim područjima: studija slučaja "Latvijska knjiga 500""**

Kulturna dostupnost u ruralnim regijama često je ograničena zbog čimbenika kao što su financijska ograničenja, vremenska ograničenja i nedostatak pouzdanog prijevoza. Kako bi se pozabavila ovim problemom, Nacionalna knjižnica Latvije predstavila je Latvijska knjiga 500", digitalnu inicijativu kojom se slavi 500. obljetnica latvijske izdavačke industrije. Ovaj program ima za cilj učiniti kulturu dostupnom nudeći korisniku prilagođenu platformu (gramatai500.lv) ispunjenu bogatstvom resursa povezanih s latvijskim izdavanjem knjiga, poviješću, obrazovanjem i kulturom. Evo kako se "Latvijska knjiga 500" ističe u pružanju pozitivnog korisničkog iskustva i usklađuje s raznim ciljevima održivosti:

1. *Dizajn usmjeren na čovjeka: digitalni proizvod daje prednost korisniku, osiguravajući da je jednostavan, informativan i privlačan širokom rasponu publike, od tradicionalista do alfa generacije koja se razumije u tehnologiju. Ne služi isključivo najnovijim tehnologijama, što ga čini dostupnim korisnicima svih profila.*
2. *Upotrebljivost: Platforma je intuitivna i laka za korištenje. Jasno vodi korisnike koji prvi put dolaze i nudi dobro strukturirano sučelje. Ključni dijelovi su lako vidljivi i lako se mogu kretati, što korisnicima omogućuje pristup informacijama bez zabune.*
3. *Vizualna privlačnost: Dizajn platforme koristi moderne sheme boja kako bi se spriječila monotonija često povezana s povijesnim temama. Vizualno je privlačan svim dobnim skupinama, sa slikama od suvremene i povijesne važnosti. Ova mješavina potiče osobnu povezanost sa sadržajem.*
4. *Uključivost: Web stranica je osmišljena tako da bude dostupna svima koji imaju računalo i internetsku vezu, čime se osigurava široka upotrebljivost. Zadovoljava i racionalne i emocionalne potrebe, promičući inkluzivan dizajn.*
5. *Relevantnost: "Latvijska knjiga 500" vrlo je relevantna u latvijskom kulturnom životu, jer nudi informativnu platformu s modernim, ali bezvremenskim dizajnom.*
6. *Održivost: Ovaj digitalni proizvod je održiv u smislu resursa i društvenih koristi. To je dugoročna investicija, koja nudi informacije, kulturu, obrazovanje i iskustva uz pridržavanje ciljeva održivosti.*
7. *UN-ovi ciljevi održivog razvoja: "Latvijska knjiga 500" doprinosi UN-ovim ciljevima održivog razvoja povećanjem kulturne dostupnosti, promicanjem obrazovanja i kulturne raznolikosti. Usklađuje se s ciljem očuvanja kulturne baštine i jačanja kvalitete života u ruralnim područjima.*

Ukratko, "Latvijska knjiga 500" je uzorna digitalna inicijativa koja ne samo da čini kulturu dostupnom, već također osigurava pozitivno korisničko iskustvo. Odgovarajući na potrebe različitih skupina korisnika, nudeći vizualno privlačnu platformu i platformu jednostavnu za navigaciju te doprinoseći ciljevima održivosti, postavlja visoke standarde za digitalne projekte usmjerene na poboljšanje kulturnog pristupa u ruralnim područjima.

# EVĀLUĀCIJA I POBOLĪŠĀNJE UČINĀKOVITOSTI





## Evaluacija i poboljšanje učinkovitosti

### 4.1 Razmjena najboljih praksi operatera i stručnjaka iz kulturne i kreativne industrije u Europskoj uniji

Projekt CREMEL konkretno pomaže operaterima i stručnjacima u CCI-ju pružajući im digitalne alate i nova znanja, savjete i prijedloge za poboljšanje vlastitog rada i kulturnih ili kreativnih aktivnosti.

Dragocjeno gledište osoblja, trenera i polaznika CREMEL-a, istaknuto tijekom aktivnosti obuke, online i offline (tijekom transnacionalnih tečajeva obuke u Italiji, u srpnju 2022. i u Hrvatskoj, u srpnju 2023.), važno je za razumijevanje perspektive same inicijative i poboljšanje ponudu obuke za budućnost.

U ovom odjeljku vodiča prikupljamo i dijelimo zajedničke slabosti i snage koje predstavljaju važnu i zanimljivu "hranu za razmišljanje" za budući razvoj platforme.

Ideje za nastavak su ključne u perspektivi pristupa cjeloživotnom učenju upućenog CCI operaterima i stručnjacima.

CREMEL se temelji na sljedećim elementima:

**INKLUZIVNOST:** tečajevi imaju inkluzivan pristup u odnosu na razvijene teme i strategije komunikacije i angažmana korisnika, upućeni različitim i nesavršenim" ciljevima; to znači one stvarne, a ne njihovu idealizaciju. Timovi za dizajn i obuku radili su zajedno s ciljem "obuke i kulture za sve".

**FLEKSIBILNOST:** programi obuke, sadržaji i strategije uključivanja publike mijenjaju se u skladu s trenutnim potrebama publike i kulturnim pozadinama.

**VISOKA KVALITETA:** nastavni sadržaji i korišteni alati u svim tečajevima dosegli su visoke standarde kvalitete. Nadalje, treneri i predavači su svi stručnjaci za odabrane teme i nude specifična i stručna stajališta, uz konkretnu primjenu znanja u referentnom sektoru.

**DOSTUPNOST:** tečajevi su online, dostupni u svakom trenutku, prema rasporedu korisnika. Platforma je dostupna svima, u svakom trenutku, sa zanimljivim i korisnim sadržajima za smanjenje digitalnog jaza, dostupnima i u marginaliziranim područjima zahvaljujući online platformi.

**KONKRETNOST:** postoji jaka povezanost kulture i obrazovanja. Kultura nije pohranjena u zasebnom prostoru, već se na nju gleda kao na nešto što može ući u život i iskustva rasta svakog od nas svaki dan. Digitalni alati za kulturu dobili su obrazovnu misiju.

**SAMOusavršavanje:** tečajevi na zahtjev i online tečajevi omogućuju korisnicima da razviju autonomne staze obuke i prilike za samoevaluaciju.

**POVEZIVANJE:** platforma daje mogućnost komunikacije i održavanja kontakta s predavačima ili trenerima, kako bi odgovorili na neka konkretna pitanja ili riješili neke nedoumice tijekom treninga.

**UTJECAJ:** strategije angažmana korisnika imale su velik utjecaj na više razina. Publika uključena u projekt dosegla je različite korisnike koji djeluju:

- Na lokalnoj razini, kao što su knjižnice, kulturne organizacije, udruge za društveno promicanje, općine, obuka pojedinačnih korisnika u sektoru;

- Na nacionalnoj i međunarodnoj razini, poput nacionalnih muzeja, nacionalnih arhiva, kulturnih institucija i kulturnih centara koji su konkretno implementirali CREMEL obuke u svojim kontekstima i radnim okruženjima, generirajući kao posljedicu utjecaj na svoju publiku raspoređenu u vrlo širokom području.

## 4.2 Preporuka za budućnost CREMEL-a

U srpnju 2023., tijekom CREMEL tečaja za polaznike treninga u Hrvatskoj, održani su intervjui i fokus grupe s CREMEL trenerima i polaznicima za prikupljanje najboljih praksi, provedenih kao nacionalne, međunarodne i transverzalne grupne rasprave.

Nadalje, aktivnosti neformalne obuke omogućile su razmjenu znanja. I sami korisnici platforme doprinijeli su poboljšanju CREMEL usluga i zajednice.

Četiri teme koje se ponavljaju predstavljaju i sažimaju glavne potrebe i prijedloge za implementaciju platforme:

1. Alati interakcije kroz CREMEL platformu;
2. Online i offline aktivnosti za korisnike CREMEL-a;
3. Alati za širenje znanja za projekt CREMEL;
4. Pristup sadržaju CREMEL-a.

Analiziramo svaki aspekt u nastavku s preporukama i rješenjima koja su predložili protagonisti CREMEL-a i prvi korisnici platforme:

1. Preporuka: korisnicima pružiti više alata i mogućnosti interakcije s platformom i njezinim timovima za obuku.

Rješenja:

Više online i offline mogućnosti interakcije s CREMEL učiteljima i predavanjima, kao što su radionice, seminari, grupne rasprave licem u lice

Uvodni video na YouTubeu koji prikazuje sve CREMEL značajke za jasnije korištenje platforme

Stvaranje digitalne CREMEL zajednice s aktivnostima za interakciju među korisnicima platforme za razmjenu informacija i iskustava o određenim temama

2. Preporuka: Omogućiti korisnicima više online i offline praktičnih aktivnosti putem CREMEL kanala.

Rješenja:



Prikupljanje više studija slučaja (videozapisi i prezentacije o svakom stupu znanja)

Izrada interaktivnih vježbi s evaluacijskim modulima i više praktičnih aktivnosti

Izgradnja zajednice s Facebook ili Telegram grupama

Novi dani otvorenih vrata i događaji uživo za distribuciju i širenje sadržaja

Izrada odjeljka na platformi gdje možete pronaći dionike i podršku za vlastitu CCI organizaciju

Razmišljanje o voditelju zajednice za svaku praktičnu aktivnost

Duboko ciljanje publike s konkretnijim informacijama kako bi se upoznale specifičnije potrebe korisnika

3. Preporuka: Razmjena dobrih praksi za širenje projekta CREMEL među sudionicima (i trenerima i polaznicima) i jačanje utjecaja kako bi se pružila prilika većem broju korisnika da pronađu i iskoriste prednosti besplatnog programa.

Rješenja:

Implementacija sustava povratnih informacija koji se može dijeliti na društvenim mrežama

Promicanje akcija za dobivanje korisnika za društvene kanale

Izravniji zahtjev korisnicima da koriste postojeći društveni kanal za širenje funkcija

Razvijanje odgovarajuće strategije za transformaciju pripravnika u CREMEL ambasadore

Uključivanje influencera

4. Preporuka: Učiniti CREMEL sadržaj dostupnim i pristupačnim na drugim jezicima.

Rješenja:

Engleski titlovi za svaku lekciju implementiranu na nacionalnim jezicima

Udružiti se s drugim organizacijama sa sjedištem u zemljama koje trenutno nisu obuhvaćene CREMEL-om

Davanje prostora za nastavak projekta, uključujući nove dionike i partnere u cijeloj Europi.

## Posebno zahvaljujemo!

Hvala partnerskim organizacijama i njihovom osoblju:



Creative Ideas – Latvija (koordinator)



Kielce Technology Park Kielce – Poljska



Krill Studio – Italija



Puglia Creativa – Italija



Lokalna razvojna agencija Pins – Hrvatska



TREE Agency – Latvija

Hvala Dizajnerskom timu, Trening timu, svim stručnjacima, trenerima i predavačima na njihovoj profesionalnosti.

Hvala kreatorima sadržaja i digitalnih sadržaja, kulturnim dizajnerima, prevoditeljima, administrativnim tehničarima i svim ljudima koji su marljivo radili kako bi CREMEL postao stvaran i dostupan svima.

Hvala polaznicima tečaja i korisnicima koji daju važne povratne informacije za poboljšanje i praćenje platforme.

Hvala svima koji su dali svoj doprinos u osmišljavanju i realizaciji projekta te su prenijeli svoje iskustvo i stručnost.

Na kraju, ali ne manje važno, hvala Europskoj komisiji i Latvijskoj nacionalnoj agenciji koji su financirali projekt i vjerovali u našu ideju i potencijal.

**CREMEL ČINI KULTURU JAČOM!**

DODATAK BR. 1 -  
LATVIJSKI  
INTERVJU -  
PUNA VERZIJA



# Dodatak br. 1 - Latvijski intervjui puna verzija

## *Arta Rozīte – Latvija - Projekt knjižnice "Očev treći sin"*

Urednica: **Sanita Putniņa**

Zadatak: Opisati jedan primjer dobre digitalne prakse u radu institucija sjećanja, koji razmatra dostupnost kulture u ruralnim regijama ili slabo pokretnim osobama. U mjeri u kojoj je to moguće, opišite aspekte digitalnih rješenja o kojima se raspravljalo u predavanju.

U svojoj zadaći o dobrom primjeru digitalne prakse u radu institucija sjećanja, gdje se misli na kulturnu dostupnost u ruralnim regijama ili slabo pokretnim osobama, odabrala sam govoriti o knjižničnom projektu "Očev treći sin". Ovaj projekt još uvijek vidim kao najživlji i najopipljiviji; povezana je s razvojem ruralnih regija i poboljšanjem kulturne dostupnosti. Ovaj projekt je jedinstven i, po meni, vrlo utemeljen, fundamentalan, jer se ideja temelji na potrebama, koje su temelj svega, iako se na prvi pogled ne čini tako.

Projekt je obuhvatio i ponudio ono najpotrebnije. Prije svega stabilan i kvalitetan internet. Drugo, nova i moderna računalna oprema. Treće, obuku za pomoćno osoblje koje možda nije toliko upoznato s računalima u malim ruralnim knjižnicama jer su morali preuzeti odgovornost i brigu da pomognu posjetiteljima. Četvrto, omogućio je ljudima besplatno čitanje knjiga. Trenutno je to očito, ali budući da je ovaj projekt realiziran dosta davno, bio je ambiciozan, a rezultate još osjećamo. Ne bih mogla navesti još jedan tako temeljit i kvalitetan projekt u Latviji. Jedna stvar koju treba uzeti u obzir, naravno, je ogromno financiranje. "Očev treći sin" fantastičan je dokaz da postoje prostori na kojima možemo realizirati grandiozne projekte.

Kvalitetan i brz internet temelj je za korištenje i najjednostavnijih digitalnih rješenja. Sve osnovne potrebe mogu se ispuniti samo ako je internet dostupan. U sklopu ovog projekta stavljene su na mrežu 874 knjižnice. Paralelno s instalacijom Interneta, osigurana je i suvremena računalna oprema primjerena tom vremenu. Moguće je da su to bila prva i jedina računala spojena na internet u cijelom ruralnom kraju u to vrijeme.

U sklopu projekta educirani su knjižničari koji su zauzvrat pomagali mještanima. Knjižnice su održale i edukacije za starije osobe. I sama sam sudjelovala kao volonterka, provodila mnogo sati u knjižnici, gdje su dolazili stariji ljudi i učili osnove: platiti račune, otvoriti Skype, pogledati vozni red autobusa, dogovoriti pregled kod liječnika itd. Mislim da ti stariji nisu samo učili nego i uživali u zajedničkom vremenu. To je oblik socijalizacije i važna je potreba. Oдавно je poznata istina da obitelj – kćeri, sinovi, unuci – nemaju ni vremena ni strpljenja učiti nešto baku ili djeda. Istina, treba uzeti u obzir i činjenicu da je to bilo vrijeme kada su mnogi mladi odlazili na rad u inozemstvo, pa je školovanje kod rodbine bilo čak i nemoguće. Mogućnost čitanja knjiga na internetu više ne bi trebala biti nešto jedinstveno. Ova je mogućnost toliko raširena jer na internetu čitaju i mladi i stariji. Ovo je još jedna prilika koju projekt pruža, da budemo digitalno dostupni.

Ovdje su knjige besplatne za čitanje, a uz trenutne troškove, ovaj je aspekt neosporno vrlo vrijedan. Usluga je dostupna svakom registriranom korisniku općinske narodne knjižnice. Registracija se može obaviti i na daljinu. Ne mogu ni zamisliti bolje digitalno rješenje. U članku portala lsm.lv od 21. siječnja 2023. navodi se da ljudi više čitaju, uključujući i slobodno vrijeme, i to u svim dobnim skupinama.

*“Knjižnica e-knjiga, gdje su knjige na latvijskom dostupne online. I izvorna djela latvijskih autora i knjige prevedene na latvijski. Ako se prve godine 5000 čitatelja okupilo za e-knjižnicu, sada je koristi 17 000 čitatelja, tako da u smislu broja čitatelja, platforma je trenutno usporediva s najvećim javnim knjižnicama u zemlji.*

*Podaci pokazuju da je prošle godine gotovo 90% korisnika 3td.lv čitalo iz Latvije, gotovo 2% u Ujedinjenom Kraljevstvu, a 1% u Švedskoj i Americi. Ljudi najčešće biraju čitanje na pametnom telefonu, a omiljeno vrijeme za čitanje su podne i večer. Najviše čitatelja je u dobi od 35 do 45 godina, no aktivne su i druge dobne skupine, uključujući starije, svaki deseti korisnik platforme ima 65 ili više godina. Platforma će postajati sve više prijateljska prema osobama s problemima vida.*

*Veliki plus knjižnice e-knjiga je i činjenica da prilikom čitanja pisama, kako na telefonu tako i na računalu, svaki čitač može povećati veličinu što je ugodnije moguće. To znači da nemaju mala slova u knjizi i velike naočale za čitanje, ali mogu napraviti slova točno onoliko velika koliko je potrebno. Čak tri ili više riječi, na primjer, na ekranu telefona, i samo skrolanje naprijed.”*

Po mom mišljenju, odabrano ime također javnosti dobro objašnjava istinu. Uzeta je u obzir mnogim narodima tako razumljiva drevna priča o očevom trećem sinu. Starija braća uvijek mlađeg smatraju budalom jer ne traži svjetovna dobra.

No, od samog početka priče, kada čitamo riječi jedan otac imao tri sina“, znamo – budale su najstarije, treći će biti najmudriji, on će spasiti i pobijediti. Treći sin oca je simbol unutarnje, duhovne inteligencije. Unutar projekta, to je i priča o samoj knjižnici - zaboravljenoj, podcijenjenoj, ali u stvarnosti i u viziji budućnosti - usmjerenoj na komunikaciju, socijalnu integraciju i razvoj.

Iako sam i sam stručnjak za muzejstvo, možda sam imala manje doticaja s knjižničarstvom, ali veseli me digitalno poslovanje knjižnica.

Mislim da smo mi muzeji još uvijek na putu prema našoj jedinstvenoj platformi ili prema vrhuncima naših digitalnih dostignuća. Muzeji imaju zajednički katalog, meandar (mreža muzejskih zbirki), a svaki muzej ima svoju bazu podataka i to puno znači.

No, takva grandiozna rješenja za kulturnu pristupačnost još nisu pronađena i ostvarena. Prije projekta “ Očev treći sin “ prilično velik dio društva smatrao je knjižnice prašnjavim knjižarama koje ne idu u prilog razvoju društva i pojedinca. Projekt “ Očev treći sin “ razbio je ovaj stereotip, dokazujući da su knjižnice središta informacija, stjecanja znanja i inovacija diljem Latvije.

Na razini Latvije, po mom mišljenju, poštovanje javnosti trenutno zaslužuje Latvijski nacionalni umjetnički muzej. Zahvalan sam i ovom muzeju, jer muzej svojim djelovanjem razbija stereotip – tu su samo ljudi koji čačkaju nos i skupljaju stare stvari.

Svi projekti LNMM-a snažni su, kvalitetni i cijenjeni u društvu. Mi mali muzeji moramo ići ukorak i visoko držati ljestvicu kvalitete. Knjižnice se mijenjaju, muzeji također, a javnost to primjećuje. Polako, ali sigurno. Vjerujem da smo i mi institucija sjećanja, a i ovdje će doći vrijeme velikih digitalnih rješenja.

## **Baiba Biteniece – Latvija - USLUGE I PONUDE ZA LOKALNE STANOVNIKE – PRIMJER KNJIŽNICA OKRUGA SIGULDA**

Urednica: **Sanita Putniņa**

Za odraslu publiku organiziraju se razne diskusijske večeri, poput "Vrijeme razgovora u knjižnici: Čitatelj govori čitatelju", na kojima sudionici iznose svoja razmišljanja o pročitanom. Održavaju se "Večeri priče" na kojima posjetitelji knjižnice mogu upoznati pisce, povjesničare, putnike, poduzetnike, umjetnike i druge zanimljive ličnosti. Različita događanja licem u lice u knjižnici potiču posjetitelje na više druženja i provođenje vremena bez tehnologije.

Kako se društvo mijenja, mijenjaju se i knjižnice koje dopiru do svoje ciljne publike putem različitih komunikacijskih kanala – društvenih mreža, web stranica knjižnica, lokalnih novina i više – kako bi predstavile raznolike mogućnosti moderne knjižnice. Okružna knjižnica Sigulda također organizira događaje kako bi ljude upoznala s mnogim digitalnim rješenjima uz korištenje knjižničnih usluga kao što je "The Digital Month", čiji je cilj potaknuti ljude da poboljšaju svoje digitalne vještine i aktivnije koriste tehnologiju i e-usluge, koje su bile vrlo popularne među posjetiteljima. Stanovnici Sigulde također imaju priliku konzultirati se i naučiti kako svakodnevno koristiti digitalne izvore koje nudi knjižnica. Na primjer, pretraživanje informacija u bazama podataka, rezervacija knjiga u elektroničkom katalogu knjižnice ili čitanje e-knjige u knjižnici 3td.lv.

Okružna knjižnica Sigulda brine o dobrobiti svojih posjetitelja, stoga razmišlja io različitim digitalnim rješenjima i ponudama za starije osobe i osobe s funkcionalnim poteškoćama. Okružna knjižnica Sigulda u suradnji s Latvijskom udrugom zajednica za starije osobe provela je projekt s ciljem podizanja svijesti kod starije publike o medijskom okruženju, vijestima, sigurnosti na društvenim mrežama i drugim izvorima informacija. Projekt medijskog opismenjavanja pružio je priliku starijim osobama da upoznaju prednosti digitalnog okruženja – komunikaciju s prijateljima, pristup informacijama, uslugama, obrazovanju i zabavi. Audioknjige se nude korisnicima knjižnice kao što su odrasli i djeca s oštećenjima vida, perceptivnim teškoćama ili drugim poteškoćama u čitanju koji ne mogu čitati obične tiskane knjige.

Jedno od rješenja za stanovništvo u udaljenim krajevima županije i korištenja knjižničnih usluga je Bookmobile koji je vrlo popularan. Stanovnici okruga Sigulda mogu odjaviti i vratiti knjige izvan radnog vremena knjižnice i ne moraju osobno dolaziti u knjižnicu. Knjige iz elektroničkog kataloga građani mogu naručiti e-mailom ili telefonom.

Tijekom ljetne sezone usluga Okružne knjižnice Sigulda "Biciklistička knjižnica u Siguldi!" je također bio vrlo popularan. Stanovnicima nudi ekološku dostavu knjiga i drugih publikacija na kućnu adresu posebnim knjižarskim biciklom.

Potiču se da uslugu više koriste osobe koje teško dolaze do knjižnice – starije osobe i obitelji s malom djecom. Uslugu možete zatražiti telefonom, a knjige će biti ne samo dostavljene na kućnu adresu, već i vraćene u knjižnicu.

Ovu ulogu obavljaju polaznici školskog programa ljetnog zapošljavanja, koji imaju priliku ne samo sami zaraditi tijekom ljetnih praznika već i bolje upoznati svakodnevni rad knjižničara.

## ***Ina Romāne - Latvija - Primjer dobre digitalne prakse za kulturnu pristupačnost u ruralnim regijama - web stranica grupe za događaje Latvijske nacionalne knjižnice Latvijska knjiga 500 gramatai500.lv***

Urednica: **Sanita Putniņa**

Pristup kulturi u ruralnim područjima.

Uglavnom ruralni stanovnici nemaju priliku posjećivati kulturna događanja u Rigi, ili je to rijetko moguće - iz različitih razloga, uključujući ograničenost novčanih i vremenskih resursa, prometno siromaštvo, također zbog nejednakosti u pristupu javnom prijevozu. Dobro je imati materijale kojima korisnik može pristupiti u vrijeme i na mjestu koje njemu odgovara.

Kontekst.

Zbog 500. obljetnice latvijske izdavačke industrije razvijen je petogodišnji program, od 2021. do 2025., koji pokriva različite teme i događaje vezane uz povijest izdavaštva knjiga. Web stranica gramatai500.lv, koju je stvorila Nacionalna knjižnica Latvije (u daljnjem tekstu – LNB) za grupu događaja. Latvijska knjiga 500 nudi širok raspon materijala o latvijskom izdavaštvu knjiga, povijesti, obrazovanju i kulturi.

Ova web stranica zadovoljava sve ključne aspekte korisničkog iskustva – usmjerenost na čovjeka, korisnost, dostupnost, upotrebljivost, uključujući dizajn korisničkog sučelja, podršku, pouzdanost, relevantnost i druge prisutne su u ovom digitalnom proizvodu.

Ovaj proizvod usmjeren je na korisnika i njegove potrebe. Osmišljen je da bude koristan, jednostavan i jasan; dizajn korisničkog sučelja napravljen je pažljivo; tehnologija nije sama sebi svrha već pomoćni alat u realizaciji misije LNB-a. LNB je shvatio i formulirao svoju jedinstvenu poruku, resurs koji će dati korisniku – i dizajniran je tako da bude razumljiv, zanimljiv i relevantan za sve generacije – od tihe tradicionalne do alpha generacije. Nema dojma da je proizvod razumljiv samo korisnicima najnovijih tehnologija. Sve što se koristi dovoljno je za prenošenje informacija na jasan i uzbudljiv način. Vidi se da developeri imaju jasne odgovore na pitanja tko će, zašto i kako koristiti ovaj proizvod – na svakom od aspekata ovog pitanja se radilo, a vidi se da su istraživanja provedena prije izgradnje ovog proizvoda. proizvod koji odgovara različitim korisnicima, njihovim različitim iskustvima i potrebama.

Vizualna prezentacija usklađena je s ukupnom porukom povijesti kao puta; pridržava se određene moderne palete boja - žute, crne, bijele i njihovih kombinacija koje se koriste kroz ovaj projekt i prateće materijale. Odabrani raspon boja smanjuje dosadu, što bi mogao biti jedan od rizika kreiranja stranice o povijesnoj temi. Stranica nije preopterećena informacijama, sve je lako razumjeti. Nazivi glavnih odjeljaka nalaze se na vrhu i nema ih mnogo. Objavljene slike privlače ljude svih generacija, od školaraca do starijih; svatko će pronaći neki prepoznatljiv predmet vezan uz knjigu koji bi mogao poslužiti (od danas objavljene knjige s abecedom za najmlađe do prešanih biljaka u starotiskanoj njemačkoj knjizi; od pametnog telefona do trenutno prepoznatljivih fotografija popularnih novina i časopisa iz različita razdoblja za korisnike svih generacija) – to zajedno stvara osobni kontakt s onim što se vidi na slikama i informacijama na stranici općenito. Povezani aspekti kao što su lokalno-strano, drevno-suvremeno, moderno-tradicionalno, Latvijci u Latviji - Latvijci u svijetu, znanost-vještina i drugi aspekti. Nosi jasnu poruku o jedinstvu i kontinuitetu prošlosti i sadašnjosti. Takvi dirljivi trenuci prožimaju cijelu stranicu, stvarajući osjećaj da je osobno osmišljena, da je priča svakog korisnika u cijeloj slici.



## Upotrebljivost.

Stranica ima sve važne aspekte upotrebljivosti – jednostavna je, intuitivna, pouzdana i atraktivna. Sadržaj je dostupan i kao samostalna web stranica i na web stranici Nacionalne knjižnice Latvije. Namjenski naziv domene registriran je za ovu stranicu, ističe tu informaciju i čini je smislenijom. Korisnici koji prvi put dolaze u njega mogu se lako kretati jer stranica pokazuje gdje se nalaze, a glavni odjeljci su jasno vidljivi i istovremeno pokazuju što korisnik ovdje može učiniti – neki naslovi odjeljaka čak imaju oblik glagola – Znaj, uključi se . Stranica je intuitivna za navigaciju. Boje su jasne i kontrastne, stranica nije pretrpana informacijama, a bitne funkcije vidljive su u relevantnom trenutku – više informacija se prikazuje kada ih korisnik sam odabere. Stranica uključuje različita osjetila - zvukovi koji usmjeravaju pozornost na određene dijelove kada su na ekranu, boje i animacije u nekim materijalima oživljavaju stranicu. Znakovi i upute pomažu u postizanju cilja korisnika. Stvorena je vremenska crta od 500 godina u povijesti latvijskog izdavaštva. Na žutoj liniji poredani su brojevi koji korisnika vode simboličnom vremenskom stazom.

Ovi brojevi u debelim crnim uglatim zgradama nalikuju tračnicama ili usputnim stajalištima ili vagonima vlaka, stvarajući asocijacije na cestu i upotpunjujući poruku o prolasku vremena. Pogodno je kretati se preko linije sa strelicama. Stranica se može ocijeniti pristupačnom jer je mogu koristiti svi koji imaju pristup računalu i internetskoj vezi. Prilikom izrade ove stranice uzeti su u obzir i racionalni i emocionalni aspekti. Stvoren je inkluzivni dizajn koji osigurava dostupnost. Na stranici se nalaze kontakt podaci na koje možete postaviti pitanja.

U zasebnoj rubrici Prijavi se svi su pozvani obogatiti krajolik događanja vezanih uz povijest nakladništva, književnost, jezik, osobnosti, kao i lokacije na kojima su se važni događaji odvijali. To nije samo mogućnost konzumiranja kulture nego i uključivanja u proces njezina stvaranja. Ovo je pozitivan signal, posebno za predstavnike različitih subkultura. Prijavu je moguće ispuniti odmah.

Na stranici nema reklama, što promiče više povjerenja u sadržaj, kao i informacije o temama važnim za Latvijce – knjiga i, u širem kontekstu, nacionalno samopouzdanje, koje je povezano s njom.

## Relevantnost.

Događaj u latvijskom kulturnom životu vrlo je relevantan i važan; stranica je odlično mjesto za dobivanje informacija o tome. Također se koristi moderan dizajn, ali ne premoderan i nerazumljiv – onaj koji ima svoju relevantnost i neće se izgubiti u budućnosti kada program već završi.

## Oblikovanje.

Održiva digitalna rješenja koriste se kada je u pitanju dizajn korisničkog iskustva. Nema puno slika, ali su sve pomno osmišljene i semantički značajne, dajući korisniku korisne informacije i integrirajući sve što je dostupno na stranici. Također, na samoj stranici nema puno video materijala, oni se mogu pronaći na vanjskim stranicama, na koje se povezuje. Za korištenje ove stranice ne morate se registrirati, nema automatskih registracija niti preuzimanja.

Dostupna je poveznica na početnu stranicu Latvijskog radija (LR1), gdje možete slušati sve epizode emisije “ Slijedeći knjigu “. “ Latvijska knjiga 500 ” sadrži epizode o latvijskom jeziku i nakladništvu tijekom pet stoljeća. Latvijska nacionalna knjižnica ima širok raspon materijala dostupnih na Youtubeu . Klikom na različite ikone društvenih mreža otvaraju se njihove stranice i može se koristiti njihov sadržaj.



UN Sustainable Development Goals - proizvod je usklađen s UN Sustainable Development Goals u pogledu kulturne dostupnosti u svrhu pružanja inkluzivnog i visokokvalitetnog obrazovanja te promicanja mogućnosti cjeloživotnog učenja, stvaranja svijesti o kulturnoj raznolikosti. Pododjeljak cilja održivost gradova i naseljenih mjesta – jačanje napora za zaštitu i očuvanje svjetske kulturne i prirodne baštine” također se odnosi na njega.

Ovaj proizvod se može ocijeniti pozitivno jer promicanje dostupnosti kulture u ruralnim regijama jača kvalitetu života u njima. Početna stranica digitalnog proizvoda za “Latvijsku knjigu 500” može se smatrati održivim turizmom, pogodnim i relevantnim za svrhu promicanja lokalne kulture.

Održivost – proizvod se smatra održivim, resursi se ne troše uzalud i pruža koristi za okoliš i društvo, posebno u smislu socijalne održivosti. Nije to bio samo jednokratni događaj, već su sredstva uložena da se stvori trajno upotrebljivo mjesto informacija, kulture, obrazovanja, iskustva i osjećaja.

## **Lilita Pudule – Latvija - PROJEKT “ZNAČENJA” – PRIMJER LATVIJSKOG NACIONALNOG MUZEJA UMJETNOSTI**

Urednica: **Sanita Putniņa**

Projekt Latvijskog nacionalnog muzeja umjetnosti (u daljnjem tekstu - LNMA) “Značenja” je inovativni program obrazovanja na daljinu za studente, koji je u početku uključivao 12, ali trenutno ima 15 novih online lekcija u četiri muzeja umjetnosti - glavnoj zgradi LNMA, Art Muzej RIGA BOURSE, Muzej dekorativne umjetnosti i dizajna, Muzej Roman Suta i Muzej Aleksandra Beļcova. Projekt nudi nastavu za različite dobne skupine, uzimajući u obzir okvir Skola2030, uključenost u procese učenja i relevantnost za vještine učenika, s grupama razreda osnovnih i srednjih škola.

Projekt “Značenja” razvijen je kako bi se stvorila inovativna ponuda muzejske edukacije na daljinu koja je privlačna studentskoj publici i prilagođena tehnološkim mogućnostima digitalnog okruženja, koja ne duplicira događaje na licu mjesta i njihovo iskustvo, pružajući priliku istražiti i uključiti se u procese stvaranja umjetnosti i dizajna, vidjeti iza kulisa muzejskog rada i dijelove muzeja koji su svakodnevno nedostupni posjetiteljima, poput depoa zbirki. Sadržaj lekcija upotpunjen je videozapisima više od 30 profesionalaca (scenografa, umjetnika, dizajnera, kustosa itd.) i muzejskog osoblja koje ne biste mogli sresti tijekom posjeta muzeju. Lekcije projekta “Značenja” kreirane su na digitalnoj platformi za učenje “Nearpod” koja je dostupna online i bez registracije svim posjetiteljima.

Za komunikaciju s Nearpodom koristi se platforma Zoom koja omogućuje online komunikaciju sa sudionicima, jednostavno kreiranje grupa za raspravu te brzo rješavanje tehničkih problema ukoliko se pojave.

Kroz razne praktične vježbe, rasprave i grupne aktivnosti, studenti mogu, na primjer, istražiti putovanje umjetničkog djela od njegovog nastanka do izlaganja u muzejskim izložbama, učiti o aspektima rada dizajnera i razmišljati o pitanjima o tome što čini umjetničko djelo ili zbirku vrijednima.

“Značenja” su imala dugoročni razvojni projekt temeljen na rezultatima anketiranja učenika različitih dobnih skupina, izravno odgovarajući na pitanja od interesa za djecu i mlade. Identificirano je više od 60 online alata od kojih su odabrani najrelevantniji i najlakši za korištenje. Također je bilo istraživanje i analiza onoga što druge memorijske institucije imaju za ponuditi, kao i testne sesije s ciljanom publikom, koje su razvijene i na temelju kojih su napravljena poboljšanja. Iako su lekcije “Značenja” dostupne kao ponuda LNMA već dvije akademske godine (od 2021.), ako se utvrdi potreba za poboljšanjem, ono se može lako implementirati.

Lekcije su nadopunjene detaljnim informacijama za prijavu (dostupan je i cijeli video o tome kako se prijaviti na lekciju, tekst sa slikama objašnjenja i točkama), rječnicima pojmova koji se koriste na latvijskom i engleskom (također na ruskom za 12 lekcija), vježba u razredu koja se može nastaviti nakon lekcije. Prilika za nastavnika da da povratnu informaciju evaluacijom lekcija u Google Forms upitniku.

Projekt je prvenstveno nastao kao odgovor na situaciju i vrijeme koje je stvorila pandemija COVID-19, kada je muzej bio zatvoren ili ga nisu mogle posjećivati grupe školaraca (ili kada nisu bile predviđene direktne aktivnosti za grupe školaraca dostupne tijekom određenog razdoblja), pružajući priliku školarcima da ne izgube vezu s kulturnim i muzejskim sektorom. “Značenja” pružaju mogućnost svakodnevnog pristupa muzejima, posebno za djecu u regijama udaljenijim od glavnog grada.

To je moguće zahvaljujući mogućnosti prilagođavanja načina povezivanja s lekcijom – s jednog ekrana u učionici, s nekoliko uređaja u jednoj prostoriji ili s različitih uređaja na različitim lokacijama. Tehnički minimum je stabilna internetska veza, barem jedan ekran i zvučnik, a osoblje LNMA nudi najbolje moguće prilagodbe za nastavu prema mogućnostima učenika i škole.

Ponuda je ostala i ostaje važeća čak i kada su ograničenja ukinuta, pružajući priliku i školama koje nisu mogle zakazati posjet muzeju u Rigi. Projekt također nudi proširenje ciljne publike, dosežući do latvijske dijaspore u različitim zemljama, a nudi i školovanje kod kuće. Roditelji su također bili zainteresirani za aktivnosti te su dogovorili dovoljno sudionika s drugim obiteljima i prijateljima.

U nastavi su sudjelovali i učenici s poteškoćama u kretanju i percepciji. U tim slučajevima uspostavlja se posebna suradnja s dotičnim učiteljem, koja pomaže da se unaprijed identificiraju i usredotoče na određene točke tijekom lekcije. S nastavnikom su izrađeni i vizualni rječnici, pri čemu su rječnici pretočeni u prezentaciju sa slikovnim objašnjenjem i audio datoteku s definicijom koju je snimio nastavnik.

“Značenja” su za učenike, korisna, relevantna i, bez dupliranja aktivnosti licem u lice, pružaju jedinstvenu ponudu za grupe. Što se tiče dizajna, nije ‘vođen trendovima’, tako da nema potrebe za ažuriranjima, barem u bliskoj budućnosti. Nastava ostaje aktualna i nakon završetka pandemije COVID-19, zadržavajući svoju ulogu stalne obrazovne ponude odjela LNMA, koja se može pohađati uz prethodnu najavu. Pripovijedanje u videozapisima i sadržaj lekcija temelje se na zbirci LNMA, jer upoznavanje ne gubi na važnosti. Kao projekt, “Značenja” je svoj put započeo učinkovitom komunikacijskom kampanjom putem medijskih poruka, društvenih mreža, e-mailova, seminara za nastavnike, ekoloških reklama u muzejima i drugim stranicama relevantnim za škole. Škole su same objavile povratne informacije o svojim iskustvima. Uz ciljano praćenje komunikacijske kampanje, projekt može nastaviti svoj život i ponuditi iskustvo muzeja na daljinu mnogo većem broju učenika u godinama koje dolaze.

Visual dictionaries have also been created with the teacher, where the dictionaries have been transformed into a presentation with an explanatory image and an audio file with the definition recorded by the teacher.

"Meanings" is for students, useful, relevant, and, without duplicating face-to-face activities, provides a unique offer for groups of students. Design-wise, it is not 'trend-driven', so there is no need for updates, at least in the near future. The classes remain relevant after the end of the COVID-19 pandemic, retaining their role as a permanent educational offer of the LNMA departments, which can be attended by prior appointment. The narration in the videos and the content of the lessons are based on the LNMA collection, as familiarisation does not lose its relevance. As a project, "Meanings" started its journey with an effective communication campaign through media messages, social networks, e-mails, teacher seminars, environmental advertisements in museums, and other websites relevant to schools. The schools themselves published feedback about their experiences. With a targeted follow-up of the communication campaign, the project can continue its life and offer a remote museum experience to many more pupils in the years to come.

## ***Madara Didrihsone – Latvija – Primjeri digitalne transformacije u arhivima***

Urednica: **Sanita Putniņa**

Odabir uspješnog primjera izazovan je pothvat. Primjeri iz naše neposredne okoline često postanu svakodnevni i prođu nezamijećeni, a oni nepoznati izgube se u sve većoj informacijskoj buci. Cilj mi je izvući prednosti iz ovih prepreka i na kraju dati primjere – i meni poznate i nepoznate – koji se u konačnici nadopunjuju.

Ova težnja nije lišena početnog smjera. S obzirom na moje iskustvo u kinematografiji i moj trenutni rad u Latvijskom državnom arhivu audiovizualnih dokumenata, posebno me zanimaju primjeri u ovoj domeni. Moja se znatiželja vrti oko toga kako institucije učinkovito premošćuju jaz između opsežnih arhivskih materijala i društvene gladi za (audiovizualnim) sadržajem, čije stvaranje i očuvanje zahtijeva sve veći udio resursa planeta. Ova složena jednadžba ima potencijal za značajno skraćivanje, što bi također dovelo do dublje društvene samosvijesti. Identificiram dvije glavne prepreke koje koče rješavanje ovog izazova – prvo, dostupnost nedigitalnih audiovizualnih medijskih formata, a drugo, prezentacija arhivske građe. Iako se stariji sadržaji mogu mjeriti s današnjim kreacijama u smislu kvalitete i relevantnosti ideja, rijetko se prezentiraju na način koji je odmah zadivljujući poput novih ponuda. No, vjerujem da se to može promijeniti.

Prvo ću baciti novi pogled na digitalnu transformaciju svoje ustanove, ispitujući je novim očima. Nakon toga ću zaroniti u nepoznato područje, istražujući kako druge institucije rješavaju izazove s kojima se svi susrećemo.

Vidi, čuj Latviju

Misija arhiva nije samo čuvati dokumente, već i učiniti ih dostupnim javnosti. Danas su glavne arhivske baze podataka pretežno digitalne jer je njima mnogo lakše navigirati. Većina arhiva također aktivno stvara digitalne kopije svojih dokumenata. To se radi iz dva primarna razloga: da se stvore kopije za korištenje (u formatu koji je najlakši za korištenje) i da se stvore kopije radi sigurnosti – u nesretnom, ali često neizbježnom slučaju gubitka podataka o fizičkim izvornicima.

Imati digitalnu bazu podataka u kojoj su digitalne kopije povezane s dokumentima nije samo pogodno za arhiviste, već i značajno povećava potencijal za javnu dostupnost – u usporedbi s posjećivanjem arhiva i kretanjem po fizičkim katalozima, često uz pomoć arhivista. Ova nova razina pristupačnosti posebno je korisna za audiovizualne arhive. Budući da su audiovizualni materijali često lakši za razumijevanje ljudi bez opsežnog poznavanja konteksta, njihova dostupnost može se povećati digitalnim sredstvima.

Latvijski državni arhiv audiovizualnih dokumenata uspostavio je svoju digitalnu bazu podataka, s javno dostupnom “fasadom”, poznatom kao “Vidi, čuj Latviju”, 2016. Web stranici projekta i bazi podataka “fasade” može se pristupiti na [http:// www.redzidzirdilatviju.lv/](http://www.redzidzirdilatviju.lv/). Provedba ovog projekta odvijala se u tri faze: prvo je puštanje filmova (dokumenata s pokretnim slikama), zatim fotografija, a zatim i zvučnih dokumenata.

Svaki puta su novi odjeljak i opcija pretraživanja dodani na web stranicu. Trenutno web stranica uključuje četvrti dio posvećen tematskim zbirkama. Svi dijelovi web stranice kontinuirano se obogaćuju novim zapisima, podacima o dokumentima i novim zbirkama. Kroz tematske zbirke arhiv ostvaruje i aktivnu kustosku funkciju.

Pogledajmo pobliže elemente uspjeha u ovom projektu i identificirajmo neka problematična područja.

Potencijal pristupačnosti digitalne baze podataka audiovizualne arhive prirodno je u potpunosti ostvaren. Iako povezivanje ili spajanje baza podataka može predstavljati početne frustracije, dugoročno gledano, oni pojednostavljuju tijek rada za sve uključene. U ovom slučaju vidim vrijednost u odobravanju pristupa široj javnosti istoj strukturi podataka (iako ne svim zbog legitimnih ograničenja) koju arhivisti koriste za organiziranje našeg kolektivnog memorijskog fonda. Ovo stvarno hvata srž (aktivne) memorije. Ovaj napredak omogućuje arhivu da ponudi golemu količinu lako dostupnih informacija javnosti bez potrebe za pretjeranim dodatnim resursima. Javna baza podataka trenutno sadrži oko 109 000 zapisa (koji sadrže najmanje metapodatke), 10 245 su dokumenti s pokretnim slikama od kojih jedna polovica ima priložene digitalne video datoteke. Za fotografije, udio iznosi približno 97 400 zapisa s 88 600 priloženih digitalnih datoteka. A brojeke stalno rastu. Svim tim sadržajima može se pristupiti s bilo kojeg računala ili pametnog telefona, pod uvjetom da postoji internetska veza, barem unutar Latvije. Pristup stranim IP adresama može biti podložan restriktivnijim mjerama.

Širok raspon mogućnosti pretraživanja. Smješten u središtu početne stranice, nalazi se jednostavan okvir za pretraživanje koji radi na temelju ključnih riječi. Preporučljivo je koristiti jednu ključnu riječ bez njezine fleksije jer se fleksija u latvijskoj gramatici prvenstveno očituje u nastavcima riječi. Ako na početku ili tijekom pretraživanja odaberete vrstu dokumenta (tj. odaberete jedan od odjeljaka), možete izvršiti naprednu pretragu (odnosno filtrirati pretragu) uključivanjem podataka kao što su godina(e) dokumenta, autor, žanr, i više. To vam omogućuje formuliranje upita. Također postoji opcija ispisa rezultata pretraživanja. Osim toga, možete izraditi personalizirane popise odabira označavanjem dokumenata po svom izboru zvjezdicom. Na kraju pretraživanja možete ispisati ili poslati svoj popis e-poštom. S obzirom da nisu svi dokumenti dostupni slobodno, možete odabrati pregled samo zapisa s dodanim videozapisima, zvukom ili fotografijama. Za dokumente s ograničenjima gledanja možete pristupiti metapodacima, ali daljnji pristup zahtijeva izravno kontaktiranje arhive.

U mojim očima jedna od najistaknutijih značajki ove online baze podataka je njezina ugrađena opcija za kontaktiranje arhive. Kada otvorite bilo koji zapis, osim pristupa metapodacima i potencijalno digitalnoj kopiji, pronaći ćete tri dostupne opcije: naručivanje kopije (budući da se datoteke baze podataka mogu samo prenositi), postavljanje pitanja arhivi i ostavljanje komentara. Razumijem da su arhivi često zabrinuti zbog zlouporabe takvih opcija, ali u našem slučaju to se pokazalo vrijednim. Korisnici online baze podataka, koji su većinom pojedinci istinski zainteresirani za sadržaj, mogu pridonijeti dodatnim informacijama koje arhivisti možda inače ne bi otkrili. I tako to doista postaje kolektivni projekt i kolektivno sjećanje.

Dizajn web stranice pokazuje i pozitivne i negativne strane. S jedne strane, prilično je jednostavan, sadrži jednostavnu traku za pretraživanje i četiri odjeljka koji omogućuju pristup bazi podataka zajedno s opcijama filtriranja. S druge strane, to je zapravo baza podataka koju sam arhiv koristi za organiziranje i navigaciju informacijama o sačuvanim dokumentima. Baze podataka su po prirodi složene, osobito u smislu funkcionalnosti pretraživanja. Prema zadanim postavkama, zapisi su prikazani u poredanim redovima, dok je za filmove i fotografije dostupna opcija prikaza ikona. Samo su tematske zbirke prikazane isključivo u prikazu ikona, što znači da su više usmjerene prema široj javnosti. Ostatak sučelja baze podataka čini se skrojenim za istraživače koji posjeduju prethodno znanje o tome što traže i žele to učinkovito locirati.

Jezični aspekt web stranice također ima svoje pozitivne i negativne strane. S jedne strane, informacije o navigaciji dostupne su na engleskom jeziku. Međutim, metapodaci, uključujući komentare, isključivo su na latvijskom. Osim toga, nema opcije titlova, osim ako nisu tiskani na originalnom filmu, koji je uglavnom na latvijskom ili ruskom jeziku. Dok arhiv razmatra integraciju tehnologija automatskog prevođenja, glavna prepreka je proračun.

- Popularizacija projekta bila je jedan od njegovih glavnih izazova. Iako je ograničeni proračun faktor koji pridonosi tome, rezultat je da često susrećem ljude koji su oduševljeni mogućnostima koje nudi "Vidi, čuj Latviju", ali su iznenađeni njegovom nevidljivošću.

- Značajan ekološki otisak: ovo ostaje izazov za sve pružatelje vizualnih i audiovizualnih digitalnih sadržaja kojima je prednost prilagođenost korisniku, a "Vidi, čuj Latviju" nije iznimka. Prema <https://ecograder.com/> ima lošiju ocjenu od 89% URL-ova koje je procijenio. Rezultati bi se mogli poboljšati odabirom pružatelja usluga hostinga koji se oslanjaju na obnovljive izvore energije i poboljšanjem korisničkog iskustva (UX).

## The IFI Archive Players

Nadahnuta postignućima digitalne transformacije svoje arhive i potaknuta potrebom da se pozabavim dugotrajnim problemima, upuštam se u područje nepoznatog. Koristim inherentnu buku digitalnog svijeta kao temeljni element svoje metode pretraživanja. Metoda je sljedeća: počinjem gledanjem TV emisije, pregledavanjem društvenih medija, internetskih trgovina i provjeravanjem e-pošte. Nakon što posvetim vrijeme svakoj aktivnosti, otvaram novi tab i krećem u potragu za dobrim primjerom digitalne transformacije, povremeno se vraćajući na gore navedene kradljivce pažnje.

Ponekad se korim zbog takvog pristupa i razmišljam o digitalnom postu, ali u ovom slučaju cijeni nedostatak fokusa, blagu nelagodu i naporan proces pretraživanja u kojem jedva mogu bilo što uhvatiti, shvatiti i zapamtiti. Jer vjerujem da ako digitalno rješenje iz memorijske institucije uspije zaokupiti nečiju pozornost usred takvih distrakcija, onda nedvojbeno ima nešto uspješno. Najdugotrajniji dojam u mojoj glavi ostavio je Archive Player irskog filmskog instituta (IFI) – i zanimaju me razlozi tome.

IFI Archive Player je virtualna soba za gledanje, u biti platforma za streaming, koja je pokrenuta u rujnu 2016. s primarnim ciljem učiniti audiovizualnu baštinu Irske dostupnom svim zainteresiranim pojedincima, bez obzira na njihovu lokaciju. Naime, sav sadržaj na ovoj platformi besplatno je dostupan bez ikakvih geografskih ograničenja. Godine 2021. IFI Archive Player doživio je transformaciju, proširivši se izvan svog početnog web-formata kako bi uključio aplikacije razvijene za različite operative sustave pametnih telefona i pametne TV platforme. Nadalje, uveo je materijale koji su kontekstualno obogaćivali, omogućujući gledateljima da zadube u sadržaj prije, tijekom ili nakon filma. IFI Archive Player razvila je "Axonista", tehnološka tvrtka sa sjedištem u Irskoj koja je specijalizirana za interaktivna video rješenja. Njegovo sučelje podsjeća na popularne platforme za stream videa, s tematskim trakama s vodoravno pomičnim redovima videa.

Prema komentaru IFI-ja, ovaj se projekt ističe kao jedan od onih (rijetkih) primjera u kojima su početni ciljevi ne samo postignuti, već i nadmašeni. Do rujna 2021. IFI Archive Player prikupio je nevjerojatnih 2 milijuna korisnika, služeći ne samo kao vrijedan izvor za istraživanje i obrazovanje, već i poticanje osjećaja zajedništva tijekom pandemije angažiranjem starije generacije s promišljeno odabranim zbirkama.

Sada ću se pozabaviti čimbenicima koji bi, po mom mišljenju, mogli pridonijeti uspjehu IFI Archive Playera, kao i istaknuti neke njegove nedostatke.

Jasno definiran cilj – "podijeliti irsku baštinu pokretnih slika sa svima koji žele uživati u njoj, bez obzira na njihovu lokaciju". Ovaj cilj ostaje jasan i nepromijenjen, čak i kada se javne demonstracije suočavaju s ograničenjima zbog propisa. Kako bi riješio ovaj izazov, IFI primjenjuje promišljen pristup, distribuirajući dostupne audiovizualne materijale svojoj publici na temelju razina pristupačnosti: dostupni (uz naknadu) isključivo u Irskoj, dostupni (uz naknadu) u cijelom svijetu i slobodno dostupni (bez naknade) globalnoj publici. Svaka grupa uživa u vlastitoj platformi, čime se osigurava da su korisnici pošteđeni frustracija susreta s obavijestima poput "nedostupno u vašoj zemlji" ili "6,00 €", koje se obično vide na komercijalnim platformama. IFI Archive Player predstavlja svjetionik istinske dostupnosti irske kulturne baštine, stvarajući inkluzivan virtualni prostor koji nadilazi zemljopisne i prihodovne razlike.

Korištenje provjerenog, popularnog formata. Korisnici upoznati s platformama za stream, organiziranim na određeni način, očekuju impresivno audiovizualno iskustvo. IFI Archive Player vješto pruža sličnu stimulaciju, premošćujući jaz između povijesnih i suvremenih pokretnih slika.

Prihvatanje različitih tehnoloških platformi, opskrbljivanje kako audiovizualnim sadržajem, tako i onima usmjerenim na veliku bazu korisnika. Uz 86% globalne populacije koja koristi pametne telefone, postaje očito da mobilna aplikacija služi kao najbolje sredstvo za dopiranje do svih zainteresiranih strana "bez obzira na njihovu lokaciju".



Jednostavan i user-friendly dizajn sučelja. Mobilna aplikacija nudi tri puta za pristup sadržaju: pretraživanje žanra, zbirke (određene uz pomoć stručnjaka) i pretraživanje naslova. Nakon odabira filma ili slike koja predstavlja zbirku, korisnici prelaze u sljedeći virtualni prostor, gdje zbirke predstavljaju dvije mogućnosti: odabir filma ili čitanje opisa zbirke. Za filmove je dostupno pet izbora: reproduciraj video, podijeli ga na drugim platformama, doniraj IFI-ju, odaberi povezane filmove i pročitaj opis. Opcije su intuitivno uočljive, a dekorativni elementi ne odvlače pozornost od impresivnog iskustva koje pružaju pokretne slike. Korisnici početnici s osnovnim digitalnim vještinama nemaju razloga biti preopterećeni kada prvi put koriste IFI Archive Player.

Uspješan izbor programera. Prema mojim opažanjima, uspjeh digitalnog rješenja uvelike ovisi o "kemiji" između programera i klijenta. U tom smislu, "Axonista" ne samo da isporučuje tehnički ispravan proizvod, već također pokazuje razumijevanje i uvažavanje materijala, podižući cjelokupni projekt.

Slučajan faktor uspjeha - pripadnost anglofonskoj sferi. Povijesno gledano, okolnosti koje su dovele do manjeg broja filmova na irskom jeziku i većeg udjela na engleskom ne mogu se smatrati sretnim. Međutim, ovo nenamjerno proširuje publiku IFI Archive Playera, omogućujući mu da radi bez titlova, što je podvig koji bi mogao biti nemoguć za malu ne-anglofonu zemlju.

Ugljični otisak IFI Archive Playera znatno je manji od onog "Vidi, čuj, Latvija", sada se uglavnom koristi zeleni hosting. Ali postoji prostor za poboljšanje UX dizajna – barem za web verzije. Iako su alati za analizu mobilnih aplikacija manje dostupni neprofesionalcima, moje osobno iskustvo s aplikacijom na dva zastarjela Android uređaja bilo je znatno glađe, brže i intuitivnije u usporedbi s web verzijom (koja, unatoč tome, nije bila ispod razine).

Odsutnost titlova: Iako su povijesne veze s UK IFI-jem poštedjele neposredne potrebe za rješavanjem problema s titlovima (s obzirom na već široku publiku), ostaje značajna skupina korisnika digitalnih alata kojima bi titlovi uvelike koristili, poboljšavajući njihovo cjelokupno iskustvo. Nadalje, audio opisi bi pridonijeli da platforma bude još inkluzivnija.

## Zaključak

Nakon pažljivog razmatranja dva projekta digitalne transformacije u audiovizualnim arhivima, identificirala sam snage i slabosti u svakom od njih. "Vidi, čuj Latviju" ističe se velikom količinom dostupnih informacija i sofisticiranim opcijama pretraživanja. To se nije moglo u potpunosti ponoviti u elegantnom dizajnu IFI Archive Playera koji nudi više od 900 filmova za gledanje. Snaga IFI Archive Playera je potpuno besplatan pristup svim sadržajima na različitim platformama kao i poznati, privlačni dizajn. Međutim, oba projekta nemaju poboljšanu dostupnost putem različitih jezičnih alata kao što su titlovi, prijevodi i značajke pretvaranja teksta u zvuk.

U početku sam razvoj platforme slične IFI Archive Playeru za svoju arhivu smatrala dobrom idejom. Međutim, razmišljajući o izazovima povezanim s veličinom publike u manjim zemljama, sada vjerujem da bi prikladnije rješenje uključivalo stvaranje međunarodnog Archive Playera. Ova bi platforma mogla oponašati zanimljiv dizajn "besplatnog vintage Netflix-a" sličnog IFI Archive Playeru, omogućujući arhivima iz cijelog svijeta da doprinesu svojim neograničenim sadržajem. Primarni fokus bio bi na pružanju visokokvalitetnih strojnih prijevoda na više jezika, olakšavajući široku dostupnost za globalnu publiku.



## Vladislavs Ivanovs – Latvija – Gradski arhiv Rige

Urednica: **Sanita Putniņa**

Šire iskustvo institucija sjećanja koje rade s udaljenim posjetiteljima povezano je, naravno, s pandemijom Covid-19, kada su muzeji, arhivi i knjižnice morali značajno transformirati svoje funkcioniranje kako bi se prilagodili novoj stvarnosti. Jedan od formata koji je postao vrlo popularan za ove institucije bila je virtualna izložba, koja ili nadopunjuje fizičke posjete ili nudi potpuno jedinstven sadržaj koji nije dostupan putem tradicionalnih izložbi. Iako je pandemija možda iza nas, format virtualne izložbe ostao je s nama.

Međutim, treba napomenuti da velika većina takvih virtualnih izložbi često nema široku privlačnost, uglavnom prikazuju fotografije s popratnim tekstovima usredotočenim na određenu temu, ciljajući na usku skupinu entuzijasta. To se nedvojbeno može objasniti financijskim ograničenjima s kojima se suočavaju institucije sjećanja, koje obično imaju ograničene proračune. Kao rezultat toga, većinom institucije koje ili ne mogu ili ne žele izdvojiti znatne resurse, uključujući ljudske resurse, odlučuju se za stvaranje takvih virtualnih izložbi.

U Latviji, najambicioznija ponuda virtualnih izložbi obično ima oblik virtualnog 3D obilaska, što ukazuje na postojanje unaprijed definiranog proračuna i uključenost stručnjaka u njegovu izradu. Unatoč tome, čak se i ovaj format možda neće svidjeti osobama s ograničenom pokretljivošću ako nisu pružene neke dodatne mogućnosti.

Gradski arhiv Rige, smješten u istoj zgradi u ulici Palasta 4 kao i Muzej povijesti Rige i plovidbe, stvorio je, po mom mišljenju, dobar kompromis u području virtualnih izložbi, s obzirom na osobe s ograničenom pokretljivošću. Uz opsežnu podršku, pripremili su virtualnu izložbu posvećenu Arhivu grada Rige, koja uključuje 3D obilazak: <https://www.archiv.org.lv/rigaspilsetasarhivs/>

U stvarnosti, čak i za stanovnika Rige, posjet ovoj strukturnoj jedinici Latvijskog državnog povijesnog arhiva predstavlja značajan izazov. Arhiva je otvorena samo dva dana u tjednu, a ostalim radnim danima zaposlenici nisu dostupni. Posjete je potrebno zakazati individualnim terminima, u dogovoru s arhivarom. Nadalje, arhiv se nalazi na 3. katu zgrade s ograničenom dostupnošću za osobe s poteškoćama u kretanju, a čitaonica radi uz strogo vremensko ograničenje. Ipak, ovaj arhiv čuva najstariju i najvrjedniju zbirku latvijske dokumentarne baštine, koja se sastoji od dokumenata od 16. do 20. stoljeća, uključujući i one Gradskog vijeća Rige. Stoga virtualna izložba postaje besplatna propusnica za istraživanje blaga koje se čuva u prostorijama ovog arhiva.

Virtualna izložba prije svega pruža uvid u povijest arhiva i njegove građevine te bitne informacije o zbirci i njezinu sadržaju. Iako je broj fotografija ograničen, one prikazuju najznačajnije dokumente u izvrsnoj kvaliteti, što omogućuje studentima ili znanstvenicima da ih zumiranjem izbliza razgledaju od kuće. Osim toga, tekstovi su dopunjeni video materijalima koji pokazuju kako se arhivska građa pohranjuje i kako se njome rukuje su različitim uvjetima – na primjer, pregledavajući stranice knjige duga grada Rige iz 13. do 14. stoljeća.

Drugo, izložba uključuje integrirani virtualni 3D obilazak prostorija arhiva, koji je, kako autori izložbe prikladno opisuju, "skriveni dragulj grada Rige". Obilazak omogućuje korisnicima da automatski "prošeću" svim arhivskim prostorima.

Osim toga, nudi fleksibilnost neovisne navigacije, uz mogućnost pristupa dodatnim informacijama na određenim točkama označenim posebnim simbolima. Kao rezultat toga, svatko može istražiti ovaj skriveni dragulj bez ograničenja pronalaženja vremena i prilike za fizički posjet ovoj jedinstvenoj arhivi.

Osim virtualne izložbe, web stranica nudi informacije o orijentacijskoj igri Bliže arhivu koja će se održati 10. lipnja 2023. u Starom gradu – sadrži opis tijeka igre. Igra bi mogla pomoći u popularizaciji imidža arhiva u društvu.

Ovo su osnovne informacije o virtualnoj izložbi dostupne na web stranici “Gradskog arhiva Rige”. Ali zašto ovu izložbu smatram hvalevrijednom?

Prvo, mora se priznati da ovaj proizvod nije besprijekoran i da bi mogao imati koristi od daljnjeg poboljšanja. Međutim, kao što sam ranije spomenuo, predstavlja dobar kompromis među virtualnim izložbama i značajan je korak naprijed u komunikaciji latvijskog arhiva s javnošću.

Latvijski arhivi nisu na čelu digitalne komunikacije. To postaje očito jednostavnim istraživanjem arhivskih web stranica. Štoviše, njihove nezgodne i beskorisne baze podataka često izazivaju zabunu, ne samo kod studenata već i kod iskusnih istraživača.

Stoga je stvaranje zasebne web stranice koja omogućuje jednostavan i sveobuhvatan pristup Arhivu grada Rige postignuće vrijedno pažnje. Iz perspektive dizajna, stranica je prilagođena korisniku, nudi samo nekoliko dobro organiziranih odjeljaka koji jasno pokazuju gdje pronaći određene informacije. Iako se sam dizajn možda ne može smatrati modernim i mogao bi imati koristi od ikonografije i simbola koji su jednostavniji za korištenje, funkcionalno, web stranica dobro funkcionira i bez svega toga, ostajući dosljedna i, iako možda previše ozbiljna, još uvijek razumljiva.

Trenutno je web stranica dostupna samo na latvijskom jeziku, jasno ciljajući na stanovnike Latvije, koje arhiv želi upoznati s mjestom koje je većini relativno nepoznato. Uključivanje virtualnih obilazaka i integriranih orijentacijskih igara na web stranicu jasno odražava pokušaj uključivanja mlađe publike. Međutim, smatram da taj napor pomalo nedostaje. Integriranje simbola i ikona s dodatnim praktičnim elementima izvan znanstvenog sadržaja moglo bi imati koristan obrazovni učinak na ovu publiku.

Na primjer, tijekom obilaska, posjetitelji nailaze na plinske boce u arhivskim skladišnim prostorijama – simboli koji sadrže simbole koji potiču pitanja o njihovoj namjeni mogli bi biti pronicljivi. Klik na takve simbole mogao bi educirati virtualne posjetitelje o plinu koji se koristi za zaštitu arhivskih dokumenata u slučaju požara, jer se voda ili pjena ne mogu koristiti bez oštećenja dokumenata. Kroz ovu izložbu, arhiv po prvi put otvara svoja vrata gotovo svima diljem Latvije, pružajući priliku da istraže skladišta, svjedoče iznimnim predmetima i shvate bitne korake za očuvanje i ispravno rukovanje dokumentima. No, shvaćam da izložbi nedostaju praktična objašnjenja koja bi odgovorila na pitanja posjetitelja, posebice ona koja se mogu pojaviti tijekom razgledavanja, posebice među mladima.

Treba napomenuti da se poveznica za povratne informacije za ovu izložbu nalazi samo u odjeljku za kontakt s kreatorima. Iako to omogućuje postavljanje pitanja, to možda nije najprikladniji oblik komunikacije. Dodatno, bilo bi dobro u rubrici o virtualnoj izložbi uključiti informacije o tome kako fizički posjetiti arhiv. Nažalost, takvi bitni detalji nedostaju na web stranici izložbe, a sa stajališta korisničkog iskustva to se može smatrati neprikladnim za korištenje, što ukazuje na nedostatak dizajna u izvedbi ove izložbe.

Također postoje nedostaci koji se tiču uključivog dizajna. S jedne strane, kao što je prethodno spomenuto, ova virtualna izložba nedvojbeno pruža priliku ljudima u udaljenim područjima, pojedincima s ograničenom pokretljivošću i osobama s poteškoćama u kretanju koji možda neće biti u mogućnosti fizički je posjetiti zbog nedostatka okolišne pristupačnosti u zgradi. No, s druge strane, promišljajući potrebe ove skupine, kreatori izložbe su previdjeli osobe oštećena vida. I virtualna izložba i 3D turneja nude isključivo vizualne informacije, bez ikakvog popratnog zvuka. Čak ni videozapisima nedostaje zvuk. Unatoč tome što se fotografije mogu zumirati na visoku rezoluciju, što bi moglo biti od koristi osobama oštećena vida, oni još uvijek nisu u mogućnosti u potpunosti koristiti ovu web stranicu zbog nedostatka audio informacija o sadržaju koji gledaju u danom trenutku.

Međutim, izložba također predstavlja priliku da se istakne njegov pozitivan utjecaj na održivost. To je besplatna platforma, dostupna svima, koja potiče razvoj obrazovanja i očuvanje kulturne baštine u digitalnom svijetu. To se ne odnosi samo na dokumente, već uključuje i arhivsku opremu. Posjetitelji mogu baciti pogled na povijesne ormare koji su izvorno postavljeni kada je arhiv prvi put zauzeo ove prostorije u kasnom 19. stoljeću. Neizvjesno je koliko će dugo arhiv zadržati ovakav vizualni izgled, a sam raspored arhivskih prostora čini značajan dio kulturne baštine, ovdjekovječene ovom izložbom.

Kao što sam već spomenuo, nedostatak dodatnih informacija u virtualnom obilasku smatram manom. Međutim, iz perspektive održivosti, to se može promatrati kao pozitivan aspekt. Sažeta prezentacija, ograničeno korištenje fotografija i usmjerenost na kvalitetu, a ne na kvantitetu, pridonose promicanju odgovorne konzumacije unutar izložbe.

U odjeljku o izložbi vidimo njezine kreatore, a vidljivo je da je arhiv najvećim dijelom pokušao sam izvesti ovaj projekt, angažiravši dizajnerske stručnjake isključivo za izradu 3D ture. Ovo pojačava raniju predodžbu da institucije sjećanja daju prioritet očuvanju resursa kada su u pitanju virtualne izložbe, što može objasniti neke od nesavršenosti u ovom proizvodu. Ipak, s obzirom na sve okolnosti, moram pohvaliti kreatore izložbe što su postigli zapažen rezultat koji se pozitivno ističe među ostalim virtualnim izložbama koje su razvile institucije sjećanja. Pruža jedinstvenu priliku svakom stanovniku Latvije, bez obzira na mobilnost, da virtualno istraži prostore koji su obično nepoznati ljudskim koracima i ulijeva želju da ih doživi u stvarnosti.



## Vodič za trenere CREative Media Lab



[cremel.eu](http://cremel.eu)



Sufinancira  
Europska unija