

mr. art. KATARINA IVANIŠIN KARDUM □ Tehnički muzej Nikola Tesla, Zagreb

mr.sc. ŽELJKA SUŠIĆ □ Tiflološki muzej, Zagreb

U ožujku 2020., kao reakcija na obustavljanje rada muzeja zbog suzbijanja pandemije, društvene mreže Tehničkog muzeja Nikola Tesla dopunjene su novim sadržajima. Uz već uhodanu komunikaciju s korisnicima putem muzejskog Facebook profila, aktivnije se počeo koristiti muzejski YouTube kanal, otvoren 2019. godine i to pokretanjem dvaju novih programa – odnosno serija kratkih filmova u niskobudžetnoj produkciji Muzeja: programa #7minutamuzeja, te programa TMNTATTOOS. Program koji je uslijedio, iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla, realiziran kao film nastavak je već postojeće suradnje na programu Album koji je Tiflološki muzej pokrenuo 2017. godine, a bio je odobren i sufinanciran od strane Ministarstva kulture i medija RH.

## O programu

Više o projektu Album, o njegovim ciljevima, zadacima, postignućima može se saznati iz članaka objavljenih u *Informatici Museologica*,<sup>1</sup> u ICOM CECA<sup>2</sup> biltenu. Projekt je prezentiran i na stručno znanstvenim skupovima, a naveden i opisan je kao jedan od primjera dobre prakse u tek objavljenom metodološkom priručniku *Kutija naših sjećanja*.<sup>3</sup>

Program za osobe oboljele od Alzheimerove bolesti i demencija proveden je kao pilot program, ali usmjeren prema tome da postane redovan muzejski program koji će svojim djelovanjem poboljšati kvalitetu življenja kod oboljelih osoba. Nakon provedene sumativne evaluacije, program je razrađen i proširen, no zbog okolnosti koje su zadesile naše okruženje (potres, poplava i globalna zaraza virusom SARS-CoV-2) već dogovorenu suradnju i nastavak programa nije bilo moguće realizirati prema utvrđenom planu i vremenskom terminu.

Kakve i koje su posljedice nastalih okolnosti za ovu populaciju osoba saznalo se kroz neprekinutu suradnju i razmjenu informacija s *Hrvatskom udrugom za Alzheimerovu bolest*. Zbog zdravstvenog stanja i (ne) mogućnosti sagledavanja posljedica nastalih okolnosti ovi bolesnici posebno su ranjiva skupina. Osobama koje boluju od gubitka kognitivnih i osjetilnih funkcija vrlo je teško objasniti da više ne mogu živjeti u poznatom okruženju, u svom stanu, da postoji razlog zbog kojeg sve



**Album** • U starom Rimu, lizjala ploča za ispijavanje vrućih događaja, otkriveni imena senatora i sl. • U 17. vijeku, knjiga za historične bijeske raznih likova. • Knjiga sa čvršim listovima za čuvanje maraka, fotografija, razglednica i sl.

ALBUM je pilot program namijenjen osobama oboljelim od Alzheimerove bolesti i demencije kojim se pomoću aktivnog rukovanja muzejskim predmetima nastoje potaknuti, prizvati zaboravljena sjećanja. Program usmjerava na nova učenja je i potiče upotrebu različitih postojećih psihomotoričkih vještina i znanja.

**Trajanje programa** 21. 9. – 10. 11. 2017.

**Autorica programa** mr.sc. Željka Sušić, muzejska pedagoginja savjetnica, TIFLOLOŠKI MUZEJ, zsusk@tifflološkimuzej.hr

**Ciljevi**

- povećati razinu kvalitete življenja kod oboljelih osoba
- utvrđivanje muzeja kao mjesta koje programom pridonosi boljem općem stanju korisnika
- prezentiranje socijalnih potencijala i vrijednosti muzeja
- bolja i učinkovita upotreba društvenih mreža

**Zadaci**

- izvršiti odabir pogodnih muzejskih predmeta koji će se koristiti u radu s korisnicima
- uključiti muzejske i socijalne stručnjake u rad
- povezati 3 muzejske ustanove s udrugama i ustanovama koje se brinu i brinu o osobama oboljelim od Alzheimerove bolesti i demencije
- kroz z dolaska u muzej i sudjelovanje na 4 radionice povećati socijalnu uključenos oboljelih, kvalitetu življenja oboljelih, unaprijediti kvalitetu dnevnih aktivnosti
- iz objava na Facebook stranicama muzeja
- unaprijediti mobilnost korisnika

**Metode rada**

- individualan, primjeren pristup
- verbalna (pričanje, objašnjavanje...)
- vizualna (gledanje, opažanje...)
- auditivna (slušanje)
- neposredni rad i kontakt s predmetima
- komunikacija putem društvenih mreža

**Partneri**

- ETNOGRAFSKI MUZEJ, Željka Jelavić, viša kustodica
- TEHNIČKI MUZEJ NIKOLA TESLA, dr.sc. Kojščirka Leszko Klemar, muzejska pedagoginja
- Dom za starije i nemoćne osobe VILLA BREZOVICA
- Dom za starije osobe MEDVEŠČAK

**Očekivani rezultati**

- jačanje samopouzdanja i osobnosti kod oboljelih, mogućnost nastavka i proširenja rada s drugim muzejima, potvrđivanje muzeja kao otvorenog, prijateljskog mjesta u kojem je moguće prijačanje znanja, vještina i iskustva, uspostavljanje mrežu suradnika

**Vrednovanje urađenog**

- muzej potvrđeni kao mjesta za unapređenje kvalitete življenja oboljelih osoba
- ostvareni su zadani zadaci, ciljevi
- očekivani rezultati dosegnuti
- program je djelotvoran, relevantan i održiv
- program doprinosi strateškim i kulturnim politikama republike i grada
- prostor za poboljšanje vidi se unutar učinkovitije upotrebe društvenih mreža

Program je u djelatni realiziran sredstvima Ministarstva kulture.

**EdukAI 2017**  
EUROPEAN UNION  
Hrvatska Republika

osobe koje susreću imaju maske, da i oni sami moraju nositi maske, da više ne mogu ni vidjeti, a pogotovo dodirnuti svoje najdraže.

Pandemija je osim fizičke donijela i socijalnu odvojenost što je i istaknuto na šestoj Konferenciji o Alzheimerovoj bolesti održanoj online.<sup>4</sup> A nije tako trebalo biti. I upravo ta činjenica, da ne treba tako biti, te razmišljanje o postojanju razlika između fizičke i socijalne distance potakla je na ponovno propitivanje o mogućem nastavku i načinu rada za ovu skupinu osoba.

Na osnovi zadanih ciljeva i zadataka programa Album iz 2017. kao i zaključaka evaluacije provedene 2018., uočeno je da bi se za promociju i širenje programa Album trebale više koristiti društvene mreže.

sl.1. Projekt je prezentiran i na stručno znanstvenim skupovima, a naveden i opisan je kao jedan od primjera dobre prakse u tek objavljenom metodološkom priručniku *Kutija naših sjećanja*.

1 Jelavić Ž., Laszlo Klemar, K., Sušić, Ž. „Album: muzejski program namijenjen osobama oboljelima od alzheimerove bolesti i demencije”. *Informatica Museologica* 49 (2018): 222-226.

2 Jelavić Ž., Laszlo Klemar, K., Sušić, Ž. „Album - A museum programme intended for people with Alzheimer's disease and dementia, Cultural Action”. ICOM International Committee for Education and Cultural Action (2018): 195-206.

3 Box of our Memories. Metodološki priručnik: Kutija naših sjećanja. <https://boxofourmemories.eu/documents/> (pristupljeno 20. rujna 2021.).

4 Mini EdukAI 2020 - edukativna online konferencija. *Hrvatska udruga za Alzheimerovu bolest* (18.12.2020.).

sl.2.-3. Za temu prvog filma iz serije *Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla* odabran je automobil Zastava 750 – Fičo.



### Kanali društvenih mreža – poveznica s ranjivim skupinama

O važnosti korištenja društvenih mreža i digitalnih platformi, posebno tijekom pandemije dosta se pisalo. Muzeji su na različite, inovativne načine koristili (i još uvijek koriste) društvene mreže i *online* kanale te na taj način dopiru do svojih posjetitelja. Ali ne svih. Po strani, same, izolirane, bez fizičkih, ali i socijalnih kontakata ostale su osobe koje su smještene u domovima za starije.

U teškoj situaciji našle su se i osobe koje su, zbog posljedica potresa i poplave, morale promjeniti mjesto boravka, osobe koje se brinu o bolesnim, a često su to najbliži članovi obitelji, njihovi negovatelji. Svi oni nisu bili u vidokrugu muzejskog interesa.

Stoga se, a slijedeći utvrđeno socijalno opredjeljenje Tifloškog muzeja, postavilo pitanje kako muzej, u zadanim okolnostima, može provesti svoju društvenu zadaću, ali i obavezu, i kako može doprinijeti boljem, kvalitetnijem životu ovih članova zajednice.

Metoda rada koja je 2017. korištena bila je neposredni rad s korisnicima i kontakt s muzejskim predmetima. Rukovanje predmetima, učenje uz pomoć predmeta više od desetljeća zaokuplja kako muzejske tako i medicinske stručnjake. Izrađeni su projekti, provedene studije, održane brojne radionice, konferencije na kojima je potvrđena važnost koju ima rukovanje i korištenje muzejskih predmeta. Metoda se koristi za lakše, bolje i učinkovitije učenje, za poboljšanje i povećanje dobrog osjećanja (*well-being*)<sup>5</sup> kod posjetitelja, a studije su pokazale da ima izuzetno pozitivan učinak i kod osoba oboljelih od Alzheimerove bolesti<sup>6</sup>.

No, sada se postavilo novo pitanje, kako osobama oboljelim od demencija i Alzheimerove bolesti obogatiti dnevne aktivnosti i poboljšati im kvalitetu življenja u uvjetima kada su presječeni komunikacijski kanali, kada ni najbliža rodbina ne može s njima ostvariti kontakt i kada nema mogućnosti neposrednog rukovanja muzejskim predmetima? Stoga se započelo razmišljati što učiniti da bi se, u uvjetima koji jesu, nastavilo s programom *Album*.

Postavljena su dva cilja, potaknuti osjećaj zadovoljstva i dobrog osjećanja kod oboljelih osoba, te osmisliti način korištenja muzejskih predmeta za postizanje tog cilja.

### Film kao poznati medij

Forma kratkog filma odabrana je zbog svojih karakteristika. Pogodan je jer se jednostavno može dostaviti nekim od uobičajenih načina prijenosa datoteka (*We-Transfer, Jumbo mail...*) ili se može transferirati preko memorijskog *sticka*. Odabrana forma filma ovim osobama je poznata, ne zahtijeva posebno znanje novih tehnologija koje su im možda nepoznate. Dakle, kao medij, kao izražajno sredstvo je znan, a kod oboljelih ne iziskuje veći fizički napor. Film mogu gledati svi pa i osobe koje se više ne mogu kretati te su zbog bolesti vezane za život u krevetu.

Gledajući film aktivirani su različiti osjetilno-kognitivni kanali (osim kod onih osoba kojima ti centri nisu više u funkciji) kao što su slušanje, gledanje, potrebna je koncentracija da bi se pratila radnja, a gledanje podrazumijeva uočavanje i povezivanje. Ukoliko osoba ima kognitivne mogućnosti, utoliko sve što je viđeno treba uskladiti i povezati sa svojim iskustvom – kojeg se treba prisjetiti. Pretpostavili smo da će ova forma i ovakav oblik rada korisnicima biti zanimljiv, da će potaknuti njihovo verbalno izražavanje te da će se oni prisjetiti nekih riječi, ali i radnji koje se više ne upotrebljavaju tako često ili se ne upotrebljavaju uopće.

Ovako obiman, zahtjevan, ali i etički osjetljiv rad moguće je realizirati samo uz suradnju, kako unutarsektorsku tako i međusektorsku. *Treba reći i to da za razliku od nekih drugih zemalja poput, na primjer Velike Britanije, gdje je riječ o javnoj politici uključivanja, u Hrvatskoj ne postoji osmišljena intersektorska suradnja kao i muzejska politika uključivanja već je prije svega riječ o pojedinačnim slučajevima...*<sup>7</sup>

Stoga je i ovaj program proizašao iz već postojeće međumuzejske suradnje s Tehničkim muzejom Nikola Tesla. U zajedničkim razgovorima i konzultacijama odabrana je prva tema, a koja je višeslojna i objedinjuje

5 Helen J. Chatterjee, ur., *Touch in Museums: Policy and Practice in Object Handling* (Berg, 2008.).

6 National Museums Liverpool. "An Evaluation of House of Memories Dementia Training Programme: Midlands Model". <https://images.liverpoolmuseums.org.uk/2020-06/house-of-memories-midlands-evaluation-2014.pdf> (pristupljeno 18.8.2021.).

7 Jelavić Ž., Laszlo Klemar, K., Sušić, Ž., „Album: muzejski program namijenjen osobama oboljelim od alzheimerove bolesti i demencije”. *Informatica Museologica* 49 (2018): 222-226.



nekoliko cjelina: prometna sredstva, slobodno vrijeme i zabavu. Sve odabrane predmete, korištene u prvom filmu *Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla: gramofon i fiću*<sup>8</sup> Tehnički muzej posjeduje u svojim zbirkama.

Primarno nije bilo dosizanje visokih umjetničkih vrijednosti filma (iako se umjetnička komponenta ne isključuje), već se željelo potvrditi može li film kao medij biti sredstvo koje će doprijeti do specifičnih gledatelja te koji učinak ima na njih - ako ima.

Namjera da se napravi film za osobe koje borave u domovima za starije osobe podrazumijevala je suradnju s upravama i zaposlenicima domova. S molbom za suradnju obratili smo se domovima s kojima smo već surađivali jer je iz prijašnjeg projekta postojalo pozitivno iskustvo te je uspostavljeno međusobno povjerenje. Odazvala su se dva doma, Dom za starije osobe Medveščak i Villa Brezovica.

U uvjetima kada su domovi zatvoreni za posjetitelje dio posla i dodatnog rada nužno se preusmjerava na zaposlenike domova. Iako samo prikazivanje filmova ne zahtijeva poseban napor, dodatni rad je potreban i nakon gledanja te pred socijalne radnike postavlja nove zadatke. Nakon projekcije, uputno je razgovarati o onome što je viđeno, a što podrazumijeva, od strane socijalnog radnika/ce postavljanje pitanja i podpitanja. Važno je utvrditi jesu li predmeti uočeni i prepoznati, potom ih imenovati i opisati, ako je moguće razgovor usmjeriti prema osobnim iskustvima gledatelja. Ukoliko to motoričke sposobnosti omogućavaju, dobro je predmet i nacrtati. Nažalost, osjetilni kanali koji se pri rukovanju s muzejskim predmetom mogu aktivirati, a kao što su npr. procjena veličine predmeta, njegova težina, miris, tekstura sada nisu mogli biti potaknuti.

Obzirom na epidemiološke mjere koje su za vrijeme prikazivanja filma vrijedile, evaluacija se temeljila na zaprimljenim povratnim informacijama. U Domu za starije

osobe Medveščak film nije naišao na pozitivnu reakciju te za buduće programe ostaje utvrditi što je razlog. No, povratne informacije iz doma Villa Brezovica bile su i više nego pozitivne. Evo komentara: *Pogledali smo film više puta, komentirali fiću, čak i saznali da je dvoje korisnika imalo fiću i da je jedan korisnik vozio 100 na sat sa fićom.*

*Hvala Vam na filmiću. Naše korisnike je oduševio. Danas u 9:30 smo imali prikaz filma na palijativnom odjelu. Korisnici su inzistirali da ponovimo film još dva puta. Pozorno su pratili i pjevali pjesmu koja je bila na gramofonu. Vidio se osmijeh na njihovim licima i da smo probudili njihova sjećanja.*

*Jako smo se zabavili, još jedan put ogromno hvala.*<sup>9</sup>

#### **YouTube kanal Tehničkog muzeja**

Zbirke Tehničkog muzeja specifične su i u kontekstu razvijanja slikovite priče bez dijaloga u formi filma možda podatnije od nekih drugih, primjerice umjetničkih zbirki.

Za temu drugog filma iz serije *Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla*<sup>10</sup> odabrani su predmeti iz zbirke kućanskih aparata, ručni mlinac za kavu i električni štednjak.

U situaciji kojom je komunikacija uživo bila gotovo posve ograničena, osim već opisanih načina i mogućnosti dostavljanja filmova potencijalnim korisnicima, želja je bila pohraniti ih na mjesto gdje će biti javno dostupni svim zainteresiranim korisnicima. Kao platforma za pohranu odabran je *YouTube* kanal, najveća čuvaonica za filmske uratke te nakon *Googlea* najkorištenija tražilica na mreži, koju dnevno posjećuje više od stotinu milijuna ljudi u svrhu istraživanja i zabave.<sup>11</sup>

Tehnički muzej ima vrlo aktivan i prepoznat *Facebook* profil s više od dvadesetsedam tisuća pratitelja. In-

<sup>8</sup> Katarina Ivanišin-Kardum, Zvonimir Ambruš, Marijo Zrna, „Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla: gramofon i fiću”, videozapis na YouTubeu, 5:50, objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”, <https://www.youtube.com/watch?v=wxgzXREAGDA> (pristupljeno 5. listopada 2021.).

<sup>9</sup> Jelena Krajnović Ljubos, odgovori/reakcije korisnika Doma za starije Villa Brezovica, zaprimljeno elektroničkom poštom (18. veljače 2021.).

<sup>10</sup> Katarina Ivanišin-Kardum, Zvonimir Ambruš, Marijo Zrna, „Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla 2”, videozapis na YouTubeu, 6:01, objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”, <https://www.youtube.com/watch?v=6-uNk4WQcMY> (pristupljeno 5. listopada 2021.).

<sup>11</sup> Global Media Insight, „YouTube User Statistics 2021”, <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/> (pristupljeno 6. listopada 2021.).

sl.4. Za temu drugog filma iz serije *Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla* odabrani su predmeti iz zbirke kućanskih aparata, ručni mlinac za kavu i električni štednjak.



12 Program *#7minutamuzeja* koji trenutno nudi osam video zapisa započeo je objavljivanjem jedinice: Katarina Ivanišin-Kardum (autor programa), Zvonimir Ambruš (snimatelj/montažer), Branimir Prgomet (voditelj), Tehnički muzej Nikola Tesla: Transformacija energije, videozapis na YouTubeu, 8:46, objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”, <https://www.youtube.com/watch?v=JAixdBizVmE&t=8s> (pristupljeno 5. listopada 2021.).

13 Program *TMNTATTOOS* nudi 3 video zapisa, a započeo je objavljivanjem jedinice:

Katarina Ivanišin-Kardum, Zvonimir Ambruš, „TMNTATTOOS: model padobrana Fausta Vrančića: Homo Volans – Leteći čovjek”, videozapis na YouTubeu, 2:40, objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”, [https://www.youtube.com/watch?v=yDjRFyyjU&ab\\_channel=Tehnickimuzej](https://www.youtube.com/watch?v=yDjRFyyjU&ab_channel=Tehnickimuzej) (pristupljeno 5. listopada 2021.).

14 San Francisco Museum of Modern Art, „How Should Museums Use Their YouTube Channels?”, <https://www.sfmoma.org/read/how-should-museums-use-their-youtube-channels/> (pristupljeno 6. listopada 2021.).

stagram platforma Tehničkog muzeja nešto je novijeg datuma, ali je broj njenih pratitelja u stalnom porastu, trenutačno ih je oko tri tisuće. YouTube kanal manje se koristi; trenutačno ga prati nezavidan broj od tek nešto više od stotinu korisnika. Ipak tijekom proteklog razdoblja u uvjetima diktiranim pandemijom, kada je video forma postala jedan od najlogičnijih načina komunikacije s korisnicima na daljinu, kanal je poslužio svrsi, pa je primjerice tijekom manifestacije *Dani Nikole Tesle* održanoj u veljači 2021. ili pak *Festivala znanosti* održanog u svibnju 2021., dio predavanja realiziran javljanjem uživo s muzejskog YouTube kanala ili prethodnom pohranom na isti. Istovremeno se muzejski Facebook profil koriste za najavu i promociju ovih događanja.

YouTube kanal Tehničkog muzeja pokrenut je 2019. godine u sklopu programa *Predmeti pričaju*, sufinanciranog od strane Ministarstva kulture i medija RH putem Javnog poziva za programe za razvoj publike. Dodijeljenim sredstvima, za potrebe tog programa nabavljena je profesionalna oprema za snimanje: kamera i stalak za kameru, gimbal, dodatni stereo mikrofon i led reflektor.

Kratki filmovi iz serije *Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla* niskobudžetna su muzejska produkcija, kao i nekoliko drugih programa realiziranih kroz serije kratkih filmova, također nastalih zbog nemogućnosti komuniciranja s korisnicima uživo tijekom razdoblja od ožujka 2020. na ovamo. To su programi *#7minutamuzeja*<sup>12</sup> koji je serija vodstava kustosa odjelima Muzeja za koje su inače zaduženi sažetih u trajanje od sedam minuta po videozapisu, te *TMNTATTOOS*<sup>13</sup> prvenstveno namijenjen mladim posjetiteljima u kojemu su ikonički muzejski predmeti predstavljeni kroz slikovitu priču, dok istovremeno gledatelji stječu vještinu izrade „uradi sam” privremene tetovaže. Uz spomenutu opremu za snimanje, sama produkcija filmova počivala je na entuzijazmu nekolicine muzejskih djelatnika i njihovih „usputnih zna-

nja i vještina”, tj. ne nužno znanja vezanih uz radno mjesto, poput snimanja, montaže filma i slično. Angažiranje vanjske usluge za ovakve poslove moguće je samo kad se raspolaže financijskim sredstvima, te uz odgovarajući vremenski okvir i druge povoljne okolnosti. Programi nastali tijekom pandemije uglavnom nisu bili unaprijed planirani te za njih nije bilo osiguranih posebnih financijskih sredstava, a i krug potencijalnih suradnika bio je vrlo ograničen. Ako prihvatimo da duhu prezentacije pridonosi dobro poznavanje i ljubav prema građi koju je najizglednije da će muzejski djelatnici imati za predmete koje baštine muzeji u kojima rade, vidjet ćemo da unutrašnja muzejska produkcija ne mora biti nedostatak, već i posebna vrijednost programa.

### Muzejski stručnjaci u digitalno doba

Emily Robbins, asistent za internet mrežu u muzeju SFMOMA, u tekstu *How Should Museums Use Their YouTube Channels?*<sup>14</sup> navodi da su poželjne upravo serije filmova sličnog sadržaja budući serije vode gledatelje od jednog videozapisa do drugog, potičući one koji pronalaze pojedinačne videozapise pretraživanjem ili pregledavanjem da provode više vremena s kanalom, da očekuju još toga u budućnosti i tako razviju dugoročnu vezu s određenim kanalom. Njezin je dojam da muzeji obično koriste svoje YouTube kanale kao repozitorije za sve vrste različitih video sadržaja koje produciraju, bez strategije specifične za platformu ili brendiranog identiteta za svoje kanale. Iako nesvjesni ove preporučene strategije od strane stručnjaka, i mi smo veći dio online programa realizirali upravo u serijama. Međutim nismo bilo u mogućnosti održati ustaljeni kontinuitet objavljivanjem sadržaja u predvidljivim vremenskim razmacima, najviše zbog niza drugih obaveza kao posljedice povratka živoj komunikaciji s korisnicima koju nikakva digitalna platforma ne može nadomjestiti. Idealno bi bilo imati

razrađenu strategiju korištenja *online* platformi kao i osobe u muzeju osposobljene i zadužene za komunikaciju putem tih platformi. Toj su temi tijekom zadnjih dvaju desetljeća posvećene bezbrojne konferencije i projekti, poput trogodišnjeg (2016 – 2019.) EU projekta Mu.Sa. (*Museum Sector Alliance Project*), u sklopu kojeg je napravljeno istraživanje *Museum professionals in the digital era*.<sup>15</sup> Projekt je bio potaknut sve većim jazom između formalnog obrazovanja i poslova koji osobe zaposlene u muzejima obavljaju, a zaključeno je da su profesionalne kompetencije u koje bi muzeji trebali ulagati prilikom usavršavanja svog osoblja sljedeće:

1. *Digital Strategy Manager*;
2. *Digital Collection Curator*;
3. *Digital Interactive Experience Developer*;
4. *Online Community Manager*.

*Digitalni pomak već je stvarnost koju muzejska zajednica ne može zanemariti, čak ni od strane najsuzdržanijih članova ove zajednice po tom pitanju, a zahtijeva odgovarajuće sposobnosti i znanje. Digitalne inovacije pružaju infrastrukturu koja može umnožiti mogućnosti razmjene, pristupačnosti i participacije.*<sup>16</sup>

Ipak u danim okolnostima u kojima smo se svi našli u ožujku 2020., realiziranim *online* programima u Tehničkom muzeju, uključujući suradnju s Tiflološkim muzejem na programu *Album*, makar s ograničenim vještinama za ovaj tip komunikacije, održali smo određenu razinu dijaloga s različitim ciljnim skupinama korisnika koristeći *YouTube* kanal kao još jedan alat kojim demonstriramo da baštino znanje koje je interesantno i relevanto. Potaknuti kriznom situacijom, odnosno „privremenim stanjem” ostvarili smo programe koji imaju trajnu vrijednost za Muzej i koje treba i dalje razvijati.

#### LITERATURA

1. Box of our Memories. Metodološki priručnik: Kutija naših sjećanja. <https://boxofourmemories.eu/documents/> (pristupljeno 20. rujna 2021.).
2. Global Media Insight. „YouTube User Statistics 2021”. <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/> (pristupljeno 6. listopada 2021.).
3. Helen J. Chatterjee, ur., *Touch in Museums: Policy and Practice in Object Handling* (Berg, 2008.).
4. Ivanišin-Kardum, Katarina, Zvonimir Ambruš, Marijo Zrna. „Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla 2”. YouTube video, 6:01. Objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”. <https://www.youtube.com/watch?v=6-uNk4WQcMY> (pristupljeno 5. listopada 2021.).
5. Ivanišin-Kardum, Katarina, Zvonimir Ambruš, Marijo Zrna. „Iz albuma Tehničkog muzeja Nikola Tesla: gramofon i fičo”. YouTube video, 5:50. Objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”. <https://www.youtube.com/watch?v=wxgzXREAGDA> (pristupljeno 5. listopada 2021.).
6. Ivanišin-Kardum, Katarina, Zvonimir Ambruš. „TMNT TATTOOS: model padobrana Fausta Vrančića: Homo Volans – Leteći čovjek”. YouTube video, 2:40. Objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”. [https://www.youtube.com/watch?v=yDtJRFyyjU&ab\\_channel=Tehnickimuzej](https://www.youtube.com/watch?v=yDtJRFyyjU&ab_channel=Tehnickimuzej) (pristupljeno 5. listopada 2021.).

7. Ivanišin-Kardum, Katarina, Zvonimir Ambruš, Branimir Prgommet. „Tehnički muzej Nikola Tesla: Transformacija energije”. YouTube video, 8:46. Objavio „Tehnički muzej Nikola Tesla”. <https://www.youtube.com/watch?v=JAixdBizVmE&t=8s> (pristupljeno 5. listopada 2021.).

8. Jelavić Ž., Laszlo Klemar, K., Sušić, Ž. „Album: muzejski program namijenjen osobama oboljelima od Alzheimerove bolesti i demencije”. *Informatica Museologica* 49 (2018): 222-226.

9. Jelavić Ž., Laszlo Klemar, K., Sušić, Ž. „Album - A museum programme intended for people with Alzheimer's disease and dementia, Cultural Action”. ICOM International Committee for Education and Cultural Action (2018): 195-206.

10. Mini Eduka1 2020 - edukativna online konferencija. *Hrvatska udruga za Alzheimerovu bolest* (18.12.2020.).

11. Museum Professionals in the Digital Era: Agents of change and innovation: (Erasmus+; Mu.SA Museum Sector Alliance). <http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2017/03/MuSA-Museum-professionals-in-the-digital-era-full-version.pdf> (pristupljeno 7. listopada 2021.).

12. National Museums Liverpool. „An Evaluation of House of Memories Dementia Training Programme: Midlands Model”. <https://images.liverpoolmuseums.org.uk/2020-06/house-of-memories-midlands-evaluation-2014.pdf> (pristupljeno 18.8.2021.).

13. San Francisco Museum of Modern Art. „How Should Museums Use Their YouTube Channels?”. <https://www.sfmoma.org/read/how-should-museums-use-their-youtube-channels/> (pristupljeno 6. listopada 2021.).

Primljeno: 20. listopada 2021.

#### FROM THE ALBUM OF THE NIKOLA TESLA TECHNICAL MUSEUM: YOUTUBE AS COMMUNICATION LINK

**In March 2020, in response to the temporary closure of the museum due to the pandemic, the social networks of the Technical Museum Nikola Tesla were supplemented with new content. In addition to the already well-established communication with users via the museum's Facebook profile, the museum's YouTube channel began to be used more actively by launching two new programs - a series of short, museum's low-budget production films: #7minutemuseum and TMNTATTOOS. The program that followed - Technical Museum Nikola Tesla Album was intended for people with Alzheimer's disease and dementia. It was a continuation of the existing collaboration on the program Album, launched by the Typhological Museum in 2017. In a situation where live communication was extremely limited, we maintained a certain level of dialogue with various target groups using YouTube channel as another tool to demonstrate the knowledge that is interesting and relevant. Encouraged by the temporary crisis situation, we have accomplished programs that have a lasting value for the museum and which need to be further developed. At the same time we learnt more about recommended YouTube platform-specific strategies if a channel is to have a major impact on both viewership and subscriber numbers.**

<sup>15</sup> Opširnije na: „Museum Professionals in the Digital Era: Agents of change and innovation: (Erasmus+; Mu.SA Museum Sector Alliance)”, <http://www.project-musa.eu/wp-content/uploads/2017/03/MuSA-Museum-professionals-in-the-digital-era-full-version.pdf> (pristupljeno 7. listopada 2021.).

<sup>16</sup> Isto, 14.