

LIIGA VÄHE ANDMEID

HAVING TOO LITTLE DATA

**ERMi osalus kahes rahvusvahelises
kultuurisektori innovatsiooniprojektis MOI ja Me
Mind**

Pille Runnel, teadusdirektor
Agnes Aljas, teadussekretär

ERMi museoloogia ja loovuurimuse tööühm

- ◆ Akadeemilise uurimistöö sidumine muuseumipraktikaga - muuseumiuuringute, külastajauuringute ja muuseumiarenduse valdkondades. Rakendame töö tulemusi muuseumide arendamisel Eesti ja rahvusvahelisel tasandil.
- ◆ Meie eesmärgiks on:
 - Vastata akadeemilise uurimistööga muuseumide ja kultuuripärandi valdkondades toimivatele muutustele
 - Panustada uurimistööga muuseumide ja kultuuripärandi valdkonna arendamisega seotud küsimustesse
 - Tegeleda muuseumikommunikatsiooni väljakutsetega tänapäeva muuseumis
 - Uurida muuseumipraktikaid poliitilistes, kultuurilistes ja tehnoloogilistes kontekstides
 - Loomepõhine uurimistöö - eksperimentaalsete ja loovmeetodite rakendamine muuseumi teadustöös

MOI! - Museums of Impact

- ◆ MOI! Mõjukad muuseumid
- ◆ Enesehindamismudeli loomine, aitamaks muuseumidel hinnata ja suurendada oma mõju ühiskonnas
- ◆ <https://www.museumsofimpact.eu/>



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union

Alternatiivsed organisatsiooni evalveerimise motiivid

- ◆ Teadmised

Tõenduspõhine otsustamine või haldamine

- ◆ Areng ja õppimine

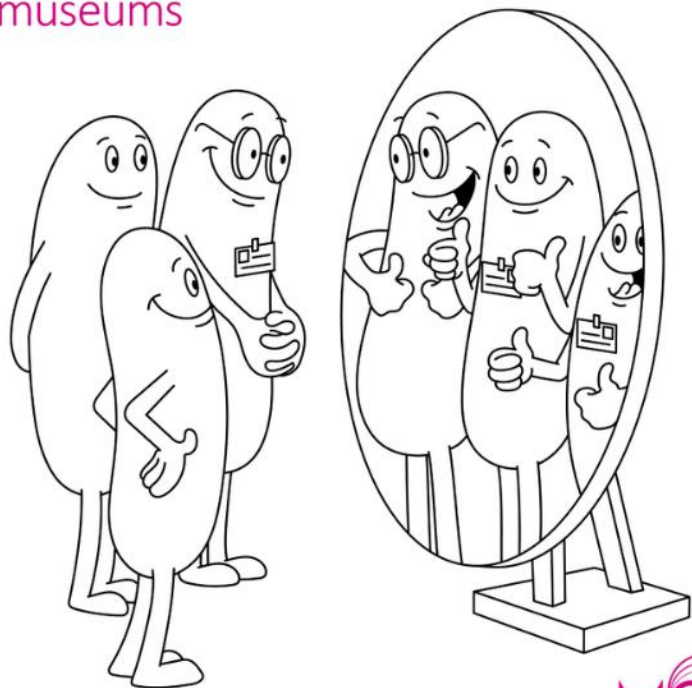
Läbipaistev haldustegevus, vajadus tagasiside järele, eesmärk õppida ja arenedada/arendada

- ◆ Aruandekohustus

Kohustus kodanike, maksumaksjate, klientide, sidusrühmade ees, näidata, mida olemasolevate ressurssidega on saavutatud

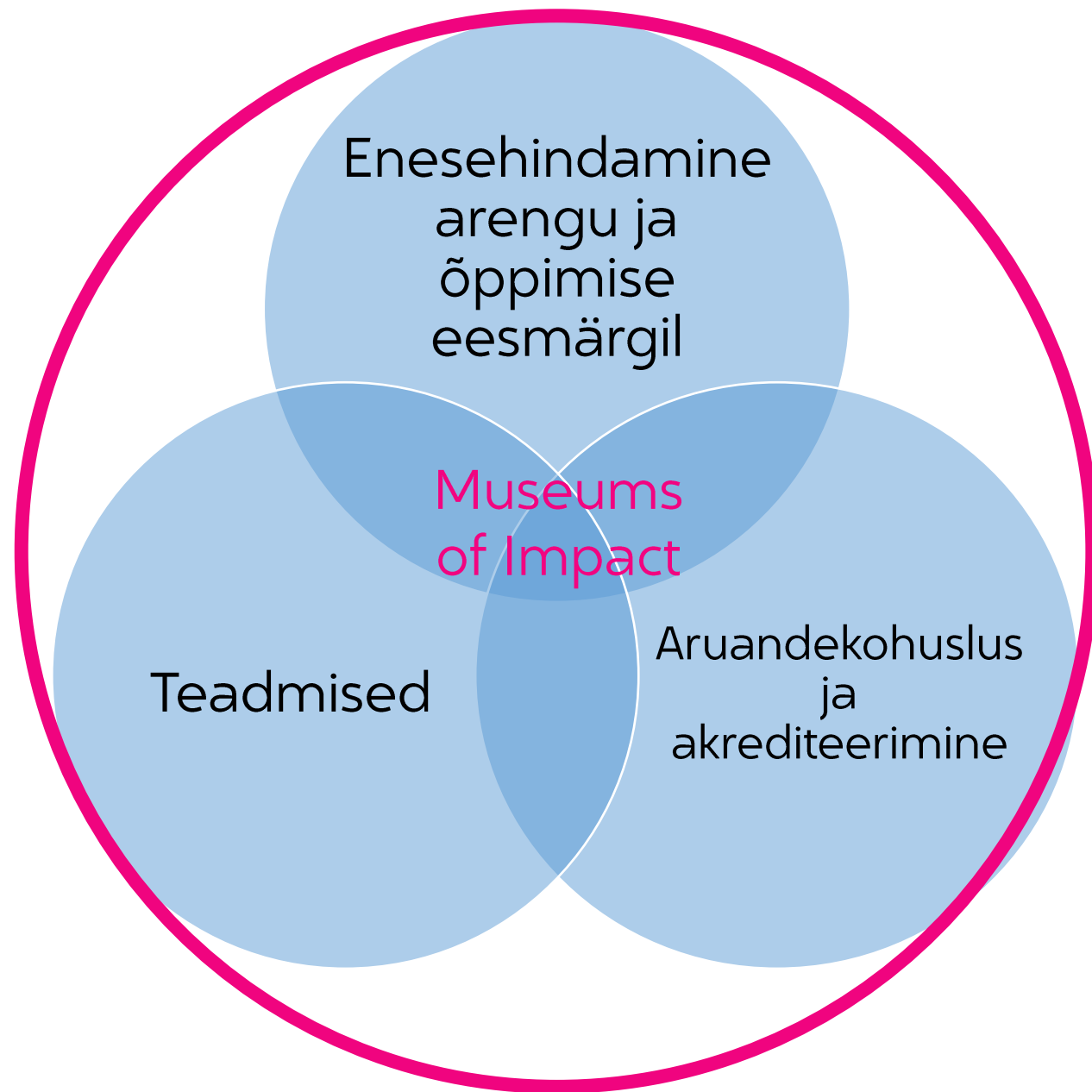
Komplementaarsus

Self-evaluation tool
for museums



MOI!

MUSEUMS OF IMPACT



MOI! Projekti ülesehitus ja eesmärgid

- ◆ Eesmärk: luua Euroopa muuseumidele arendava enesehindamise mudel, mis sobiks erineva suuruse ja sisuliste eesmärkidega muuseumidele nende mõju suurendamiseks ühiskonnas
- ◆ Võtmetegevused: töötoad ja avatud sidusrühmade foorumid mudeli arendamiseks, piloodid muuseumides mudeli testimiseks, mudeli avaldamine ja teavitustöö loodud ressursi levitamiseks



Meetod

- ◆ **Olemasolevate mõju-uuringute, -juhendite analüüs**
- ◆ Erinevate Euroopa riikide kvaliteedihindamismudelite, akrediteerimismudelite ja evalveerimisraamistike kaardistamine ja analüüs
- ◆ **Ootuste kaardistamine: mida soovitakse mõjutada?**
- ◆ Erinevate partnerite ootuste kaardistamine
- ◆ Avalikud kaasamistegevused: muuseumide ja nende sidusrühmade ümarlauad kaardistamiseks nende ootusi mõjude hindamiseks (Kreeka, Saksamaa, Austria, Põhjamaad jne).
- ◆ Erinevate muuseumide, Euroopa regioonide ja muuseumide "ökosüsteemide" sisulised ootused ja vormilised vajadused mudelile
- ◆ Tulemuste analüüs



How can we as an institution become a museum of impact?

Four enabler modules:

What we do ?

Understanding operational environment, defining goals, our way of working, evaluating our goals and success

How we work ?

Discussing competences and diversity, Innovation capacity, Ability to change, Well-being of staff

How our organisation functions ?

Focusing on the Communication, Service development and Resources of our museum

How we embed the digital ?

Going through our digital presence, policies and practices

Where do we find our impact area?

Four impact modules:

Societal Relevance

Communities and Shared Heritage

Sustainable and Resilient Societies

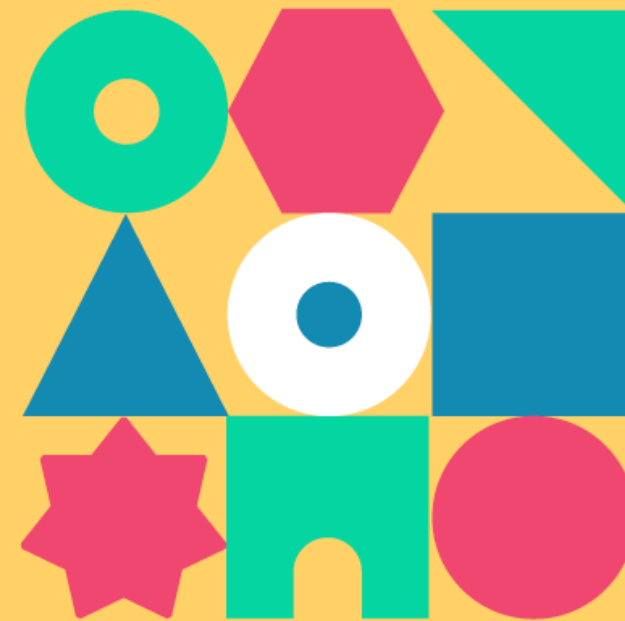
Relevant and Reliable Knowledge

Me-Mind Museums, Events – Measuring Impact on Local Environment with Data Analytics

- ◆ Muuseumid, sündmused – andmeanalüütilised lähenemised kohalikule keskkonnale avaldatava mõju mõõtmisel
- ◆ <https://www.memind.eu/>



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



ME | MIND

Museums Events
Measuring Impact
on local eNvironment
with Data analytics

Experience data Make culture count

Museums and Events – Measuring Impact on local eNvironment with Data analytics

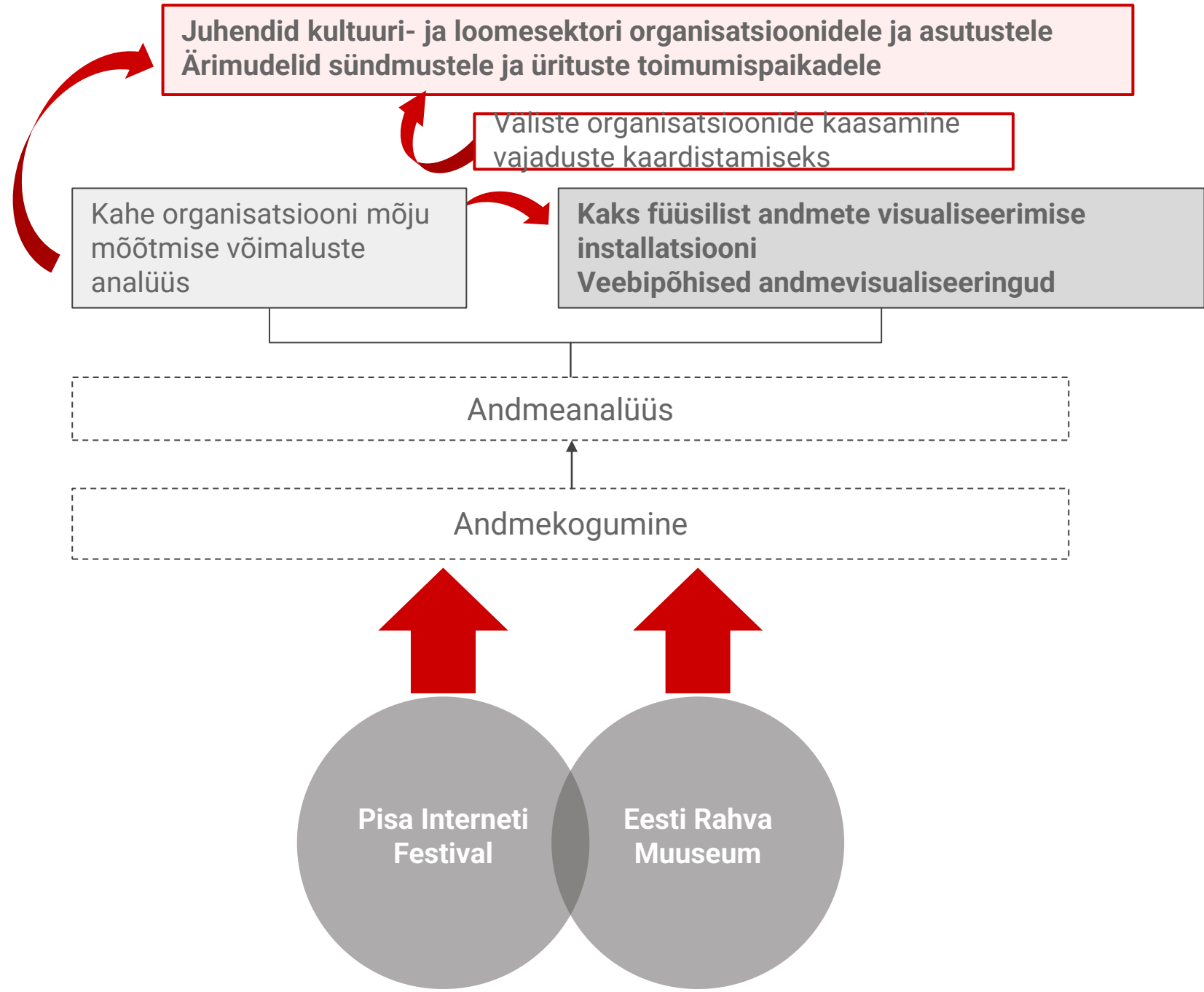


Metodoloogia

- **Me Mind** rakendab kasutajakeskset lähenemist, lähtudes kahest kultuuriorganisatsioonist ning nende praktikatest, vajadustest ja võimalustest
- **Me Mind** katsetab andmepõhist lähenemist

Partnerid

- ◆ Fondazione Sistema Toscana (Itaalia)
 - ◆ Università di Pisa (Itaalia)
 - ◆ Eesti Rahva Muuseum (Eesti)
- ◆ Domestic Data Streamers (Hispaania)



Kultuuriorganisatsioonide andmevajaduste ja võimaluste analüüs

- ◆ Temaatilise raamistiku leidmine ja indikaatorite kategoriseerimine (UNESCO raamistik)
- ◆ ERMi ja Pisa Interneti Festivali vajaduste analüüs: kahe organisatsioonitüübi vajaduste sarnasuste ja erinevuste kaardistamine
- ◆ Indikaatorite nimekirja töötamine ja olulisuse hindamine
- ◆ Relevantsete indikaatorite leidmine ja andmeallikate kättesaadavuse ning andmete kvaliteedi hindamine
 - Sotsiaalmeedia, külastajate arv, finantsandmed, meediakajastus
- ◆ Andmelünkade identifitseerimine
- ◆ Teiste kultuuriorganisatsioonide ning muuseumide intervjuerimine andmevajaduste ja andmekirjaoskuse kaardistamiseks (üle-Euroopaline)
- ◆ Andmete kasutatavus, avaandmete analüüsi testimine
 - Andmeusk; Kvan, kval dilemma
 - Avaandmete kasutusvõimalused
 - “stories” - ilm ja külastatavus korrelatsioon



UNESCO CULTURE FOR DEVELOPMENT INDICATORS

Letting the facts and figures do the talking.

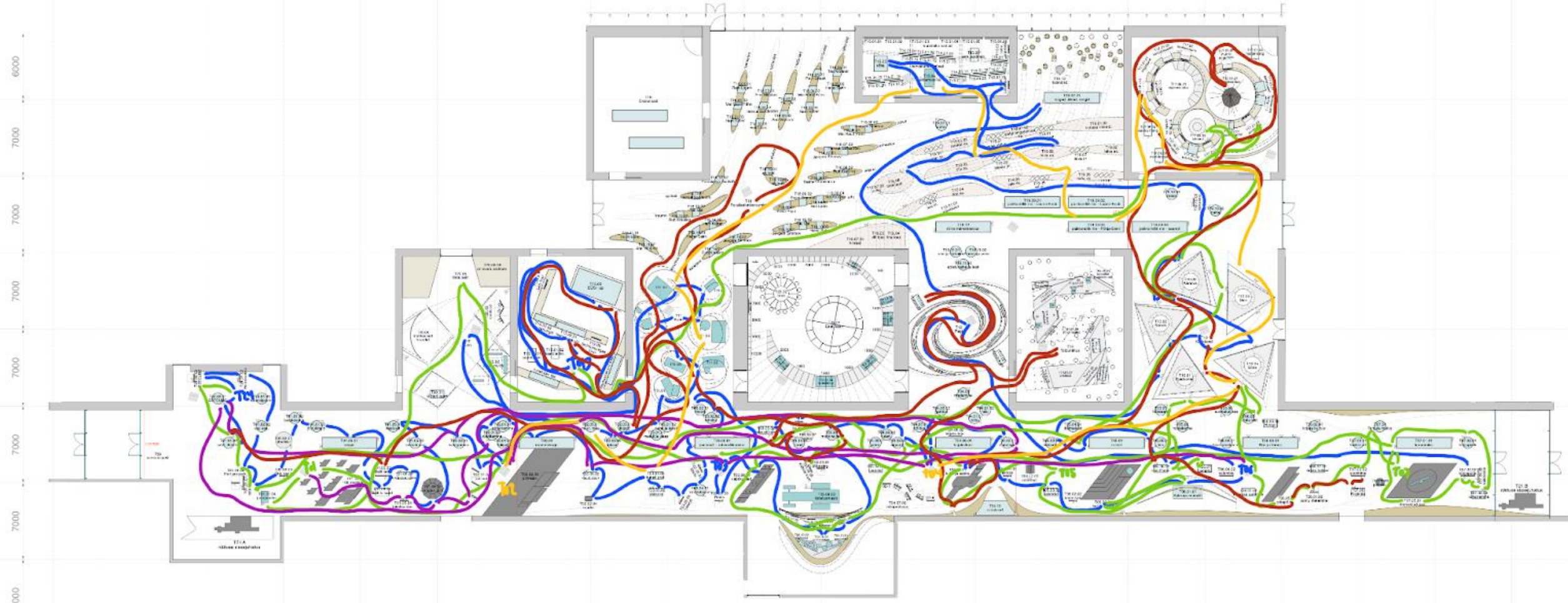


A powerful tool. An innovative methodology.

UNESCO: Majanduslik dimensioon; hariduslik dimensioon; valitsemine ja institutsioonid; kultuuripärand; sooline tasakaal ja vähemused; sotsiaalne osalus; kommunikatsioon; muud olulised faktorid

17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36

7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000 7000



Legend

Information desk	Wash room	Elevator	Outside stair / passage
Information desk for 1st	Wash room	Elevator	Inside stair / passage
Information desk for 2nd	Wash room	Elevator	Stair door
Information desk for 3rd	Wash room	Elevator	
Information desk for 4th	Wash room	Elevator	
Information desk for 5th	Wash room	Elevator	
Information desk for 6th	Wash room	Elevator	
Information desk for 7th	Wash room	Elevator	
Information desk for 8th	Wash room	Elevator	
Information desk for 9th	Wash room	Elevator	
Information desk for 10th	Wash room	Elevator	
Information desk for 11th	Wash room	Elevator	
Information desk for 12th	Wash room	Elevator	
Information desk for 13th	Wash room	Elevator	
Information desk for 14th	Wash room	Elevator	
Information desk for 15th	Wash room	Elevator	
Information desk for 16th	Wash room	Elevator	
Information desk for 17th	Wash room	Elevator	
Information desk for 18th	Wash room	Elevator	
Information desk for 19th	Wash room	Elevator	
Information desk for 20th	Wash room	Elevator	
Information desk for 21st	Wash room	Elevator	
Information desk for 22nd	Wash room	Elevator	
Information desk for 23rd	Wash room	Elevator	
Information desk for 24th	Wash room	Elevator	
Information desk for 25th	Wash room	Elevator	
Information desk for 26th	Wash room	Elevator	
Information desk for 27th	Wash room	Elevator	
Information desk for 28th	Wash room	Elevator	
Information desk for 29th	Wash room	Elevator	
Information desk for 30th	Wash room	Elevator	
Information desk for 31st	Wash room	Elevator	
Information desk for 32nd	Wash room	Elevator	
Information desk for 33rd	Wash room	Elevator	
Information desk for 34th	Wash room	Elevator	
Information desk for 35th	Wash room	Elevator	
Information desk for 36th	Wash room	Elevator	

100 min - Finnish

90 min - ESTONIAN
136 min - English

35 min - FRENCH
145 min - RUSSIAN

ANDMED - MIS NEED ON?

IGAL ORGANISATSIOONIL ON

Siseandmed, mis on loodud organisatsioonis endas.

Välisandmed, mis on saadud sidusrühmadelt.

Esmased andmed, mis on kogutud sihipäraselt organisatsiooni või selle tegevuste mõju hindamiseks.

Teised andmed, mis on kogutud KLSide teiste aspektide mõistmiseks, aga mida saab tähenduslikult tõlgendada ka mõju hindamise eesmärgil.



Andmed kultuuriorganisatsioonis

ANDMETÜÜPE ON ERINEVAID

Vähe, aga detailsed - kvalitatiivsed andmed

Palju arve või teksti - kvantitatiivsed andmed



Aitavad selgitada konteksti

Ülevaade suurtest protsessidest

▲ Andmed võivad esineda tekstide, numbrite, visuaalse ja audiovisuaalse materjalina või väljenduda muudes vormides.



▲ Kõik need andmed nõuavad erinevaid andmete kogumise viise ja analüüsioskusi.

KLS - kultuuri- ja loomesektori asutused ja organisatsioonid

- ▶ Varuge aega andmete kogumiseks ja analüüsiks.
- ▶ Terviklikuma pildi saamiseks koguge ja analüüsige erinevat tüüpi andmeid.
- ▶ Arendage andmete kogumiseks ja analüüsimiseks vajalikke erinevaid oskusi, võttes arvesse organisatsiooni kogemust ja oskusteavet.
- ▶ Integreerige andmed otsuste tegemisse.
- ▶ Planeerige tegevusi strateegiliselt.

ANDMED - KUIDAS NEID KASUTADA?

- ▶ Kasutage strateegiliselt olemasolevaid, juba muul eesmärgil kogutud andmeid.
- ▶ Andmed on osa väärtusloome tsüklist.
- ▶ KLSi tegevuse keskmes on avalikkus.
- ▶ KLS peab mõistma oma praeguste ja potentsiaalsete sihtrühmade vajadusi, väärtusi ja ootusi ning seda, kuidas nende tegevus kõiki neid kolme mõjutab.

ANDMETE KOGUMINE

■ Sageli saab mingil kindlal eesmärgil kogutud andmetele leida rakendust mõnes muus kontekstis.

Varem kogutud andmete kasutamiseks peavad need olema kättesaadavad, süstematiseeritud ja hästi dokumenteeritud.

■ Mõju hindamine peab olema seotud organisatsiooni pikaajaliste eesmärkide ja ambitsioonidega.

■ Keerulised küsimused tuleks vormistada arusaadavalt ja sihtrühmale asjakohaselt.

■ Kasutage erinevaid andmekogumistehnikaid: digitaalseid, paberil, loominguilisi või füüsilist vastamist võimaldavaid lahendusi.

■ Füüsilist vastamist võimaldava andmekogumise korral on oluline, et oleks keegi, kes osalejaid toetaks.

Abilised saavad inimesi juhendada või meelitada ligi uusi osalejaid ning nendega vestelda, täiendades andmekogumist väärtusliku lisainfoga.

OLEMASOLEVATE ANDMETE ANALÜÜSIMINE

◆ Pidage meeles, et KLSidel on sageli kogemuspõhine andmeanalüüsi oskus, mida kasutatakse igapäevatoos.

KLS suudab näha konteksti ja seoseid arvnäitajate taga paremini kui organisatsiooni konteksti mittetundvad andmeanalüütikud.

Andmeanalüüs hõlmab andmete puhastamist ja nende usaldusväärsuse hindamist.

Oluline on vältida kordusi, tarbetuid välju, võrreldamatute väljade pealkirjastamist ja vormindamist.

◆ Põhjalikuma ülevaate saamiseks võiks andmetealasi KLSi tegevusse kaasata.

Andmetealased saavad aidata struktureerimata ja segastest andmekogumitest leida tähenduslikke tulemusi ning need organisatsiooni võimaluste ja väljakutsete konteksti asetada.

◆ Teatud tüüpi analüüsi puhul on analüüsi aluseks olevate matemaatiliste mudelite kavandamine oluline etapp.



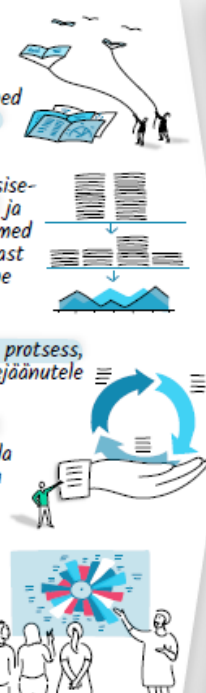
◆ Pidage meeles, et andmed on vaid nii väärtuslikud kui nende kasutamine.

◆ Peamine väljakutse on siseandmete integreerimine ja puhastamine, kuna andmed pärinevad mitmest allikast ning nende selgitusvõime on sageli piiratud.

◆ Andmeanalüüs on pidev protsess, kus iga etapp annab ülejäänutele tagasisidet ja sisendit.

Selge arusaam analüüsi eesmärkidest aitab valida kogumisfaasis allikaid ja teha kindlaks, millised toimingud on vajalikud andmetööstusfaasis.

◆ Tulemustes esinevate korrelatsioonide selgitamiseks on vaja toetuda loogilisele arutluskäigule.



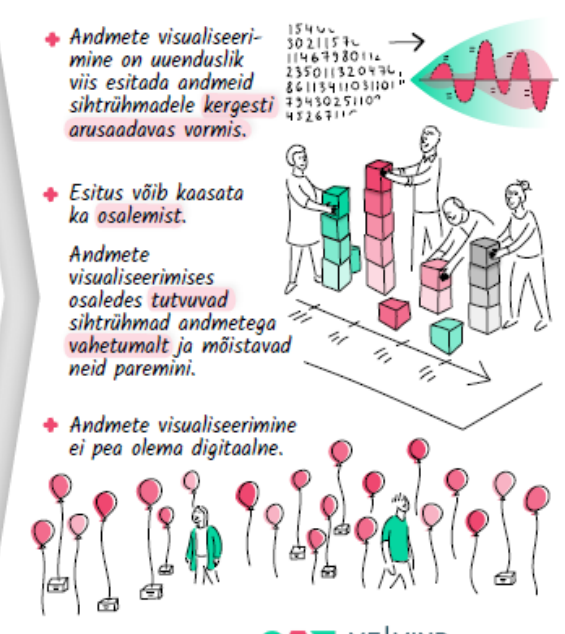
ANDMETE VISUALISEERIMINE

◆ Andmete visualiseerimine on uuenduslik viis esitada andmeid sihtrühmadele kergesti arusaadavas vormis.

◆ Esitus võib kaasata ka osalemist.

Andmete visualiseerimises osaledes tutvuvad sihtrühmad andmetega vahetumalt ja mõistavad neid paremini.

◆ Andmete visualiseerimine ei pea olema digitaalne.



15404
30211570
1146738011
235011320496
86115411031101
73430251109
43267117



MIS?

- Andmed on võrdluse või analüüsi eesmärgil kogutud faktid ja informatsioon.
- Andmete kogumine on erinevatest allikatest andmete hankimise süstemaatiline protsess.
- See võimaldab keskenduda teabele, mis annab parima ülevaate KLSi mõjust.

Andmete kogumise meetodid KLSile

KLS - kultuuri- ja loomesektori asutused ja organisatsioonid



MIKS?

Sisulist väärtust loova ülevaate saamine, prognooside tegemine ja kultuuritegevuste mõju hindamine eeldab aktiivset rolli andmete kogumisel.

Pea silmas analüüsi eesmärki.



TEISESED ANDMED



AVAANDMED

EESMÄRK: koguda avalikest ja eraandmebaasidest teemadega seotud andmeid ja neid analüüsida.

Igaühel on neile ligipääs, kasutus- ja jagamisvõimalus.

Saadaval üldlevinud, vastavate litsentside alusel masinloetavas vormingus. Litsentsid võimaldavad andmekogumit mis tahes viisil kasutada, sealhulgas seda muuta, kombineerida ja jagada.

Eelised:

- Kogutud andmete täpsus ja terviklikkus.
- Avalikud avaandmete kogud säästavad aega ja võimaldavad teha koostööd.

Urige avalike asutuste poolt kättesaadavaks tehtud andmekogumid. Paljudel riikidel on olemas avaandmete hoidlad, mille eesmärk on muuta avalikud andmed avatuks ja taaskasutatavaks. Avalikelt asutustelt võib taotleda konkreetsete avalike tegevuste raames kogutud andmete väljastamist.



UURINGUD JA KÜSITLUSED

EESMÄRK: saada ülevaade konkreetse grupi üldistest omadustest või hoiakutest.



Eelised:

- Andmed kogutakse konkreetselt valimilt.
- Tulemused üldistatakse üldkogumile.
- Peamine väljakutse - mõista, kui hästi valim esindab laiemat elanikkonda.

- Uuringuid saab teha veebis.
- Madal hind.
- Veebiuuringud on igal ajal ja igal pool kättesaadavad.
- Lai valik andmeid.

INTERVJUUD

EESMÄRK: saada põhjalik ülevaade kindla teemaga seotud hoiakutest või seisukohtadest.



Kahe inimese vestlus, mille käigus küsitajale esitab intervjuueeritavale küsimusi.

Eelised:

- Intervjuu aitab selgitada, mõista ja uurida inimeste seisukohti, käitumist ja kogemusi.



Intervjuu võib olla

- Avatud - vestluses juhendatakse intervjuueeritava huvidest ja arusaamadest.
- Struktureeritud - võrdluspildi loomiseks esitatakse kõigile samasugused küsimused.

- Intervjuud saab teha füüsiliselt kohtudes või veebis.

Video-konverentsid. Reisikulude vähendamine.

VAATLUSED

EESMÄRK: vaadelda ja püüda mõista inimeste käitumist teatud olukorras või kohas.



Gruppide teatud keskkonnas käitumise vaatlemine ja hindamine. Seda võib teha üritustel, muuseumis või virtuaalses ruumis.

Sotsiaalmeedia keskkonnad pakuvad tohutuid andmekogumeid, mille analüüsimiseks on vaja erioskusi.



Eelised:

- Lihntne andmeid ära tunda. Selle andmekogumismeetodi puhul ei nõua andmeallikate tuvastamine tehnilisi oskusi.
- Võimaldab koguda üksikasjalikke andmeid. Vaatlusandmete põhjal saab analüüsida konkreetseid käitumisi ja tegevusi.



SISEANDMED JA DOKUMENDID

EESMÄRK: tuvastada ja analüüsida nii siseandmeid kui ka organisatsiooni poolt varem muudel eesmärkidel kogutud andmeid, mis oleksid kasulikud organisatsiooni mõju hindamisel.



KLSi olemasolevate siseandmete süstematiseerimine ja analüüsimine, et jälgida või hinnata põhi- ja äritegevusi.

Töötajate aruanded, organisatsioonisest andmebaasid andmed, pilettiteave, näitusebrošüürid jm.

Eelised:

- Andmed on juba olemas.
- Kogutud andmete päritolu on lihtne tuvastada. Võimaldab hinnata konkreetse kultuurisündmuse ajalugu.



Andmepõhine kultuuri- ja loomesektori (KLS) organisatsioon ja asutus

Organisatsioonidel on andmepõhiste tegevuste ja otsuste tegemisele orienteeritud kultuuri arendamisest kasu.



Organisatsioonidel peaks olema:

- > selge missioon, visioon ja väärtused, kuna mõju mõistmine algab küsimusest: mida on vaja mõjutada?;
- > valmisolek tegeleda sisekaemusega ning tegevusele suunatud organisatsioonikultuur (andmepõhised tegevused ja otsustusprotsessid);
- > andmete kogumise, analüüsi ja konteksti asetamise pädevus.



Hindamise tulemused peavad andma organisatsioonile tagasisidet, toetades edasist tegevust.

Mõju hindamine

- > Mõju hindamine eeldab andmete kogumist ja analüüsi.
- > Mõju hindamine võib olla kas üldine või konkreetne.
- > Hoiduge analüüsis liigsest ambitsioonikusest. Alustage konkreetsetest tegevustest ja nende mõju tuvastamisest.



Kultuuriorganisatsioonid peaksid seda tsüklit pidevalt järgima, kuna andmeid tuleks kasutada organisatsiooni strateegia ja otsuste hindamiseks ning vajadusel ka nende kohandamiseks.



Otsused on mõju alus.

Andmete hindamine strateegilise planeerimise vaatepunktist aitab hinnata ja mõista otsuste mõju enne, kui need ellu viiakse.



Hinnake ja tuvastage võimalikke andmeallikaid, andmekogumistegevusi ja analüüsivõimalusi ning siduge need strateegiliste küsimustega.

ANDMED

- Otsige andmete kogumisel ja analüüsimisel abi, loometööstus saab toetada andmete loomingu kogumist, aidates publikut kaasata.
- Otsus, milliseid andmekogumise tehnikaid tuleks kasutada, peaks tuginema KLSi vajaduste ja ootuste tuvastamisele.
- Kaaluge andmete kogumise ja esitamise loomingu vorme. Loomingulistel visualiseeringutel võib olla organisatsiooni sees suurem mõju.



Organisatsiooni mõjukus ja võime oma mõju mõista saavad alguse organisatsioonisisestest protsessidest selgusest.

MÕJU

KSLidel on seitse põhilist mõjuvaldkonda:

- ▲ majandus (otsene ja kaudne mõju);
- ▲ haridus;
- ▲ valitsemine;
- ▲ sotsiaalne;
- ▲ sooline;
- ▲ kommunikatsioon;
- ▲ pärand.

Kõiki neid mõjusid pole lihtne mõõta.

Sageli puudub konkreetsetel organisatsiooniga seotud protsessidel, teenustel või tegevustel selge põhjuslik seos üldistes valdkondades avalduva mõjuga.



KÄITUMINE TEGEVUS KOMMUNIKATSIOON

KLSid saavad sihtrühmi mõjutada käitumise, tegevuste või kommunikatsiooni kaudu.



CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IMPACT CANVAS

SOCIAL CHALLENGE

What social challenge is faced by audiences and/or beneficiaries?



3

SOLUTION

What is the service/product/activity that your organisation offers that addresses the needs identified?



5

UNIQUE VALUE PROPOSITION

Why do audiences and beneficiaries come to your events/organizations/exhibitions etc. and participate in the activities? Why do they want to spend their time here and not somewhere else?



6

CHANNELS

Which channels can you use to promote, sell and deliver the unique value propositions identified? How do you reach and retain the audiences and beneficiaries?



8

AUDIENCE SEGMENTS

Who are the targeted audience segments for your activities? For whom are you creating value?



1

NEEDS

What do the audiences and/or beneficiaries need within the scope of the social challenge?



4

EXISTING ALTERNATIVES

What other solutions to the social challenge and audiences/beneficiaries needs exist?



7

BENEFICIARIES

Who are the beneficiaries? Who is benefiting from the value you are creating?



2

IMPACT

What is the impact your organisation/activity aims to achieve?



11

IMPACT MEASURES

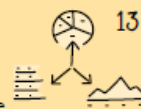
Which metrics for measuring the impact? Which metrics indicate how well you are meeting the social challenge and delivering your unique value proposition to the outlined audiences and beneficiaries? Which metrics best help to show the opportunity for development?



12

DATA

What data is needed by the organisation to make sure its value proposition is based on data about the surrounding society, and to move away from just assumptions and hypotheses?



13

DATA SOURCES

Where can you get the data that helps you to understand your response to the social challenge, whether and how you meet the needs of your audiences and what kind of impact you have?



14

COST STRUCTURE

What are the major organization's costs (to put forward the activity/product/service)?



9

FINANCIAL SUSTAINABILITY

What are the main sources of income to sustain the delivery of the value propositions?



10

Pisa: The Culture Node. Punktide ühendamise kultuurikogemuse jagamiseks

- ◆ Ruum, kus Pisa Interneti Festival astus dialoogi oma küllastajatega, selleks et nende kohta infot koguda ja võimaldada küllastajail ka üksteise kohta enam teada saada
- ◆ Digitaalse ja analoogkogemuse sünteesimine



Numbripõnevus. Arutlus andmetest ja mõõtmisest

- ◆ Eksperimenteerimine reaajas infokogumisega, mis on üheagselt info kogumine, info esitamine ja selle tõlgendamise kogemus
- ◆ Inimkeskne lähenemine andmekogumine on õigustatud eriti kultuurisektoris, kus organisatsioonide tööks ongi kultuurikogemuse pakkumine
- ◆ Kui andmete kogumine ja andmete visualiseerumine kokku sulatada, muutub see osaks kultuuriorganisatsioonide pakutavates teenustest, sobides seega hästi ka kultuuriorganisatsioonide mõju kommunikeerimiseks ja analüüsiks



LIIGA VÄHE ANDMEID

HAVING TOO LITTLE DATA

