

Communicating European Archives: Challenges, Strategies and Tools

DIETER SCHLENKER, DR.

Director Historical Archives of the European Union, via Bolognese 156, 50139 Firenze, Italy
e-mail: dieter.schlenker@eui.eu

Introduction

This article outlines the insights gained during the establishment of a communications strategy for the Historical Archives of the European Union (HAEU) in Florence. The article reflects on how key messages of a unique transnational European archives are construed from its mission, legal framework and in close collaboration with EU institutional archives services. It also sheds light on how to identify a specific European target audience for the Archives and other key elements of a communications strategy for a European archives.

The HAEU is the official home for the historical documents of the European Union Institutions, Bodies and Agencies. It is part of the European University Institute, a unique academic hub for doctoral and post-doctoral European studies. It houses, at Villa Salviati in Florence, seven kilometres of paper and digital archives as well as rich audio-visual and oral history collections documenting the historical process of European integration and cooperation. The EU-institutional archives are made accessible to the public after 30 years.¹

The HAEU also hosts 160 deposits of private papers from eminent European political leaders, EU officials and pioneers in the European integration process, and a unique collection of archives of pro-European movements and non-EU organisations with a European scope, such as the European Space Agency and the European Free Trade Association.²

Communication objectives

The HAEU has a threefold mission: managing, preserving and making available to the public the historical archives of EU Institutions, Bodies and Agencies; acquiring, preserving and making accessible private archives of organizations and individuals that have played an important role in European integration; and raising the visibility, public recognition and usage of the EU Institutions' historical archives.

Communication and information sharing is inscribed in the mission of the HAEU defined by EU Regulation:

“The purpose of the deposit of the historical archives of the institutions at the EUI is to provide access to these archives from a single location, to promote their consultation and to stimulate research into the history of European integration and the European institutions.”³

The communications aspect is further specified in the Framework Partnership Agreement between the European Commission, acting for the EU Institutions, and the European University Institute, signed in 2015:

1. The Archives is ruled by Council Regulation (EU) 2015/496 of 17 March 2015 amending Regulation (EEC, Euratom) No 354/83 as regards the deposit of the historical archives of the institutions at the European University Institute in Florence: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015R0496>.

2. For an overview on the archival deposits and the activities of the Archives see the brochure: Historical Archives of the European Union, Florence 2015: <http://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/HAEU-BROCHURE-2015-2.pdf>.

3. Cited from Article 7 of the preamble of EU Regulation 2015/496: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2015.079.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2015:079:TOC.

“In order to promote and facilitate access and consultation of the historical archives of the EU, the EUI will organise, alone or in collaboration with one or more depositing institutions, promotion actions such as exhibitions, symposia, programmes of grants for researchers, etc.”⁴

This article focuses on information shared with the public, leaving aside reflections on the internal communication at the HAEU within the European University Institute. The key elements of a successful communications strategy are clearly defined objectives, key messages, and target audience. Additionally, it requires a set of means and tools that will be used to carry out those objectives.

In close collaboration with EU institutional archives services, the communications activities of the HAEU aim at supporting the operations, functions and services of the Archives, as well as raising its visibility and enabling the Archives to achieve its strategic goals. It strives to enhance the consultation of its collections, invite relevant organisations and individuals to deposit their papers, inform the depositors about academic and non-academic activities and raise the public awareness acknowledgement of the Archives at its seat in Villa Salviati, a culturally outstanding Renaissance villa in Florence.

In order to communicate professionally, pro-actively and with responsibility, the Archives uses a variety of channels and seeks to provide reliable, accurate, timely and clear information to its target audience.

Key messages

The key messages to be communicated to the public are that a) the HAEU preserves the collective memory of the European integration process and that it serves as a single, central access point to these unique primary sources and b) that the Archives provides high quality archival preservation services to the EU Institutions and transparent access provisions for the interested academic and general public in a highly professional, multilingual and transnational research environment.

Target audiences

Taking into account a political space of 28, soon 27 Member states, with more than 500 million citizens, defining a European target audience for the Historical Archives of the European Union is a challenging task. The first target group consists of current or potential institutional or individual depositors. This community is based on more than 170 archival collections currently held at the HAEU. The group regards management and staff of EU Institutions, bodies and agencies, members and supporters of European federalist movements and associations, and staff of various non-EU organisations.

Communication directed at this group aims at highlighting the benefits of depositing archives at the HAEU, such as providing optimal preservation conditions for these papers, granting access to researchers and promoting the institutional memory for the general public. Depositing archives in an archival centre specializing on Europe is likely to contribute to the visibility and reputation of organisations and individuals as contributors to the process of European integration and cooperation.

Another target is the academic community, namely the dedicated European academic groups and networks, such as the ‘History of European Integration Research Society (HEIRS)’ and ‘Réseau International de Jeunes Chercheurs en Histoire de l’Intégration Européenne (RICHE)’, the network of Jean-Monnet chairs on European studies and numerous University faculties with a focus on European contemporary history, European politics, economy and law. Communicating to these groups aims at increasing the consultation and usage of the archival collections.

Another target group concerns journalists of press and media in Europe. This is particularly relevant when the Archives organizes or hosts larger public events, such as the yearly Open Day, international academic conferences or events with high-level EU politicians’ participation. Regional and local press are mainly interested in the local civic activities of the Archives, such as school programmes and local cultural events, such as concerts, art performances or documentary exhibitions.

Public interest in the Archives is raised through activities targeting citizens, cultural groups and

4. Cited from Annex 4.i of the 2015 FPA at: <https://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/Framework-Partnership-Agreement-SG-FPA-2015-1.pdf>.

school and relating to the key messages of the Archives. A pro-European message is particularly well received by the public when it involves hands-on experience with the European written memory and when combined with an appealing setup or a cultural activity of relevance.

A dedicated school programme and a prestigious seat in a classified Renaissance Villa, as is the case of the Historical Archives of the EU, are attractive levers to increase public interest in the Archives.

Finally the archival community, including archival associations and networks, is to be mentioned, as key messages can be shared locally, regionally and globally, and as there is interest in technical cooperation, participation in activities, workshops and events.

Means of communication

The transnational nature of the HAEU and its diverse target audiences across Europe and beyond require an orientation towards digital means of communication. The HAEU website, embedded in the website of the European University Institute, presents the primary window to the Archives for researchers, visitors and the interested public. The website is organized in a way to highlight present the Archives' mission and strategic goals, its archival collections, academic activities and public events, grant programmes and user services. As the HAEU's primary communication tool, the website is regularly updated with news articles in order to generate and maintain interest in the HAEU, its holdings and activities. A web-based newsletter informs the public about recent news and upcoming events, thereby attracting additional visitors to the web site.

The articles are written in a short and concise manner for quick reading, with a catchy title, keywords that can be captured by search engines and the main information gathered in the first paragraph answering the five 'W' questions: Who, What, Why, When and Where. Audiences for the news are diverse and the style and type of information must be adapted accordingly. Also, interviews with depositors, grant holders and political actors in visit to the Archives are prepared for the website to promote its key messages.

The website of the Archives is also partially available in French and Italian, in addition to English. The information is targeted to specific language groups. Adjustments are made to cater for different levels of knowledge about archival matters among the well-informed academic and institutional readership and the general public.

European and national press and media are mainly interested in newsworthy information. The Archives may use these communication channels at the occasion of particular political anniversaries, such as those of European Treaties (Rome, Maastricht, etc.) or at events with high-level political participation. Therefore only significant events, deposits and project activities qualify for press involvement.

Videos and photos are produced during events and visits and published in social media of the Archives in order to provide a visual impression and promote the Archives.

Language

An international audience requires a multi-faceted use of languages for communications. English is the main working language of the European University Institute to which the Archives pertains. On the other hand the European Union recognizes 23 official languages. EU Institutions produce their archival descriptions in French, which used to be the main working language of EU institutions. This gives French an important role in the field of archival research.

The Archives website is maintained in two languages, English and French. The readership of the French part of the site reaches about 10% of the English audience. For communications on local events and activities and on projects organized jointly with local or regional partners, schools and cultural groups, Italian is used as the second language of communication.

The collection strategy of private archives has a certain impact on language, as the inventories are, in most cases, prepared in the working language of the organization or the language of the individual's country of origin. News articles on these archival collections are then published in English and the language of the depositor.

Finally, a certain pragmatic approach prevails when sharing general information online in regards to the Archives. The Wikipedia presentation of the Archives was prepared in five languages: English, French, Italian, German and Spanish.

Social media

A Canadian study from 2013 on the use of social media in 648 Archives found that: “with a few exceptions, archives were making minimal use of social media to attract users, user engagement was still relatively low, and the participants in the study had a number of concerns about contributing to social media.”⁵

However, in the same study, participants “saw the potential for social media to democratize the archives, contribute to the public good, allow for a richer historical record showing different points of view, and, ultimately, increase their engagement with archives.”⁶

In 2010, the US National Archives published its first social media strategy and in 2015 more than 200 National Archives staff contributed to 130 social media accounts, generating over 250 million views. For NARA, social media are used to tell stories, connect deeper and widen the audience and use more opportunities for civic engagement.⁷

The HAEU started using social media channels in 2014, with a Facebook account. It later also established a Twitter account, in order to reach out to new audiences and to offer more interactive ways of communications. The use of audio-visual platforms, such as Flickr, were also used regularly for wider dissemination of photo material, particularly from events, visits and the educational programme to a younger, non-academic audience. A LinkedIn account was also established in order to specifically reach to the academic community. Through this account, the HAEU advertises its various training activities, as well as its grants.

Through its social media accounts, the Archives reaches its audiences more directly. They provide platforms for exchange and two-way communications, particularly through the use of hashtags and social media challenges (particularly on Twitter). While being aware that each social media channel has a specific audience, the Archives aims at adjusting accordingly to ensure that all the target audiences of the HAEU are properly reached. The social media presence will certainly see further developments in the future, such as a presence in Instagram.

Printed material

For communications to an international audience, printed materials have a secondary role. Nonetheless, they respond to concrete needs to inform on-site individual or group visitors, academic and political conference participants and participants at public events and open days. Each print product merits an analysis of its key audience and a reflection on the relevant language(s) of its production. A general brochure on the mission, holdings and activities of the Archives, flyers on specific activities, events or projects, posters and panels for events and exhibitions, are attractive for on-site visitors. Fact sheets provide relevant statistical figures on the Archives and are useful for press and for inter-archival cooperation. Relevant print materials are gathered in press kits and handed out to journalist attending events at the Archives. Through the Archives website, the printed material is also made available to remote audiences.

Regular exhibitions of original or facsimile archival documents and images promote the collections, enlarge the public interest in the Archives and provide excellent opportunities for cooperation with EU institutional archives and other external partners. Thematic exhibits of documents on-site in the Archives premises accompany and enrich conferences and events. Travelling exhibitions are prepared at the occasion of European anniversaries and major international events. All exhibits are in parallel prepared as online exhibitions available on the Archives website and promoted through social media channels.

5. Cited from Wendy M. Duff, Catherine A. Johnson and Joan M. Cherry: Reaching Out, Reaching In: A Preliminary Investigation into Archives' Use of Social Media in Canada, in: *Archivaria* 75(2013) p. 77.

6. *Ibidem*, p. 77.

7. NARA 2017-2020 Social Media Strategy at: <http://usnationalarchives.github.io/social-media-strategy/introduction/>.

Educational and cultural programmes

Educational and cultural programmes are not strictly considered communications activities, but their impact on communicating the Archives, its mission, expertise and services, in particular to local and regional audiences, cannot be underestimated. Further to the important educational aspect, programmes for schools have an amplifier effect as they reach audiences, especially families, that the Archives otherwise could reach with difficulty.⁸

Cultural visits to the Archives for local and regional associations, foundations and clubs should be considered part of the range of communication and outreach activities. The Association 'Friends of the Historical Archives of the European Union' promotes and supports the activities of the Archives. It brings new audiences closer to the Archives, provides networking opportunities with current and potential depositors, colleagues and the interested academic community.

Conclusion

The main elements that need to be considered when establishing a communications strategy for Archives working in an European transnational environment, in particular the formulation of key messages and the identification of target audiences, have been outlined in this article. The communications strategy of the HAEU, which acts as the official home for the historical archives of the European Union Institutions, Bodies and Agencies, is derived from its mission of preserving and rendering accessible in a central point the EU historical archives, of acquiring non-EU and private archives related to the process of European integration and finally of raising the visibility, public recognition and usage of the EU archives. The strategic approach needs regular review and adaptation to the changing communication environment, in particular in the digital area and social media. Different channels and types of communications target a variety of audiences stretching from local to the international communities.

The task of communicating, reaching out and informing the public has been inscribed in the legal framework of the Archives. Communications therefore support the operations, functions and services of the Archives and enable the Archives in achieving its strategic goals.

8. See Beate Sturm: *Schüler ins Archiv! Praxis und Konzeption von Archivführungen für Schulklassen*, Hannover 2008.

Comunicare gli Archivi Europei: sfide, strategie e strumenti

DIETER SCHLENKER, DR.

Direttore dell'Archivio Storico dell'Unione Europea, via Bolognese 156, 50139 Firenze, Italy
e-mail: dieter.schlenker@eui.eu

Introduzione

L'articolo sviluppa le riflessioni maturate durante l'elaborazione di una strategia di comunicazione per gli Archivi Storici dell'Unione Europea (ASUE) a Firenze, illustrando come i messaggi chiave di un archivio europeo transnazionale siano sviluppati a partire dalla sua missione, dalla sua struttura legale e in collaborazione con i servizi d'archivio delle istituzioni dell'UE. Inoltre, mostra in che modo sia possibile identificare uno specifico pubblico europeo per gli Archivi e come elaborare gli altri elementi chiave di una strategia di comunicazione per un archivio europeo.

L'ASUE è la sede ufficiale dove sono conservati i documenti storici delle istituzioni, degli organismi e delle agenzie dell'Unione Europea. Parte integrante dell'Istituto Universitario Europeo, un polo accademico di eccellenza per gli studi europei di dottorato e post-dottorato, l'Archivio è ospitato a Villa Salviati a Firenze, e consta di sette chilometri di archivi cartacei e digitali, oltre a una ricca collezione di documenti audiovisivi e di storia orale che documentano il processo storico di integrazione e cooperazione europea. Gli archivi istituzionali dell'Unione Europea sono resi accessibili al pubblico dopo un periodo di trent'anni⁹.

L'ASUE comprende inoltre 160 depositi di documenti privati provenienti da importanti leader politici europei, funzionari dell'Unione e pionieri nel processo di integrazione europea, nonché una collezione unica di archivi di movimenti in favore dell'Europa e di organizzazioni non facenti parte dell'Unione, ma con una portata europea, come l'Agenzia Spaziale Europea e l'Associazione Europea di Libero Scambio¹⁰.

Obiettivi della comunicazione

L'ASUE ha una triplice missione: gestire, conservare e mettere a disposizione del pubblico gli archivi storici delle istituzioni, degli organismi e delle agenzie dell'Unione Europea; acquisire, preservare e rendere accessibili gli archivi privati di organizzazioni e individui che hanno svolto un ruolo importante nell'integrazione europea; aumentare la visibilità, il riconoscimento pubblico e l'utilizzo degli archivi storici delle istituzioni europee.

La comunicazione e la condivisione delle informazioni sono obiettivi iscritti nella missione dell'Archivio Storico, definita dal regolamento dell'UE:

“Gli archivi storici delle istituzioni sono depositati presso l'IUE al fine di rendere possibile l'accesso in un unico luogo, promuovere la loro consultazione e stimolare la ricerca sulla storia dell'integrazione europea e delle istituzioni europee.”¹¹

9. Gli Archivi Storici sono disciplinati dal Regolamento del Consiglio (UE) 2015/496 del 17 marzo 2015, che modifica il Regolamento (CEE, Euratom) n°354/83 per quanto riguarda il deposito degli archivi storici delle istituzioni presso l'Istituto Universitario Europeo di Firenze: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015R0496>.

10. Per una panoramica dei depositi archivistici e delle attività degli Archivi Storici, consultare la brochure: The Historical Archives of the European Union, Firenze 2015: <http://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/HA-EU-BROCHURE-2015-2.pdf>.

11. Articolo 7 del preambolo del Regolamento UE 2015/496: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32015R0496&from=EN>.

L'aspetto della comunicazione è ulteriormente espresso negli Accordi Quadro di Partenariato firmati nel 2015 tra la Commissione europea, che agisce per conto delle istituzioni dell'UE, e l'Istituto Universitario Europeo:

“In order to promote and facilitate access and consultation of the historical archives of the EU, the EUI will organise, alone or in collaboration with one or more depositing institutions, promotion actions such as exhibitions, symposia, programmes of grants for researchers, etc.”¹²

L'articolo si concentra sulle informazioni condivise con il pubblico, lasciando da parte le riflessioni sulla comunicazione interna dell'ASUE nel contesto dell'Istituto Universitario Europeo. Elementi chiave di una strategia di comunicazione di successo sono gli obiettivi chiaramente definiti, i messaggi chiave e l'individuazione di un pubblico di destinazione. Inoltre, questa richiede una serie di strumenti e mezzi di cui servirsi per realizzare i propri obiettivi.

In collaborazione con i servizi d'archivio delle istituzioni dell'UE, le attività di comunicazione dell'ASUE sono rivolte a sostenere le operazioni, le funzioni e i servizi degli Archivi, nonché a migliorarne la visibilità e a consentire loro di raggiungere i propri obiettivi strategici. Esse mirano, inoltre, a potenziare la consultazione delle collezioni, a invitare importanti organizzazioni e individui a depositare i propri documenti, a informare i depositanti sulle attività accademiche e non accademiche e ad accrescere la consapevolezza dell'opinione pubblica nei confronti degli Archivi stessi e della loro sede a villa Salviati, edificio rinascimentale di grande rilievo culturale a Firenze.

Allo scopo di comunicare in maniera professionale, proattiva e responsabile, gli Archivi utilizzano una grande varietà di canali e si sforzano di fornire al proprio pubblico informazioni affidabili, accurate, tempestive e chiare.

Messaggi chiave

I messaggi chiave da comunicare al pubblico sono i seguenti: a) l'ASUE conserva la memoria collettiva del processo di integrazione europea e funge da singolo punto di accesso centralizzato per queste uniche fonti primarie; b) gli Archivi forniscono un servizio di conservazione e archiviazione di alta qualità per le istituzioni dell'UE e garantiscono un accesso trasparente al pubblico interessato, non solo accademico, all'interno di un ambiente di ricerca altamente professionale, multilingue e transnazionale.

Pubblici di riferimento

Considerando uno spazio politico che comprende 28 Stati membri, presto 27, con oltre 500 milioni di cittadini, definire un pubblico di riferimento europeo per gli Archivi Storici dell'Unione Europea è una sfida impegnativa. Il primo gruppo di riferimento è composto da istituzioni e individui che, attualmente o potenzialmente, depositano i propri archivi. Questa comunità è legata a più di 170 raccolte d'archivio al momento depositate presso l'ASUE ed è costituita dal vertice e dal personale delle istituzioni, degli organi e delle agenzie dell'UE, dai membri e dai sostenitori dei movimenti e delle associazioni federaliste europee e dal personale di varie organizzazioni non appartenenti all'Unione.

La comunicazione diretta con questo gruppo mira a rilevare i vantaggi del deposito degli archivi presso l'ASUE, come ad esempio fornire condizioni di conservazione ottimali per questi documenti, concedere l'accesso ai ricercatori e promuovere la memoria istituzionale per il vasto pubblico. Depositare gli archivi in un centro archivistico specializzato in Europa, può contribuire alla visibilità e alla reputazione di organizzazioni e individui che hanno contribuito al processo di integrazione e cooperazione europea.

Altro pubblico di riferimento è la comunità accademica, ossia il mondo accademico legato a studi europei, come la “History of European Integration Research Society (HEIRS)” e il “Réseau International de Jeunes Chercheurs en Histoire de l'Intégration Européenne (RICHE)”, la rete di cattedre legate a Jean-Monnet sugli studi europei e numerose facoltà universitarie che dedicano particolare attenzione alla storia europea contemporanea, alla politica europea, all'economia e al diritto. Comunicare con questi gruppi ha lo scopo di aumentare la consultazione e l'uso delle collezioni d'archivio.

12. Annesso 4 degli Accordi 2015: <https://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/Framework-Partnership-Agreement-SG-FPA-2015-1.pdf>.

Un altro gruppo di riferimento è costituito dalla stampa e dai media in tutta Europa, e si rivela particolarmente decisivo nel momento in cui gli Archivi organizzano, oppure ospitano, eventi pubblici più ampi, come ad esempio l'Open Day annuale, conferenze accademiche internazionali o eventi con partecipazione di politici di alto livello dell'UE. La stampa regionale e locale, invece, è principalmente interessata alle attività degli Archivi rivolte alla comunità cittadina, come i programmi scolastici ed gli eventi culturali locali, i concerti, gli spettacoli d'arte o le mostre documentarie.

L'interesse pubblico nei confronti degli Archivi Storici viene sollecitato attraverso diverse attività rivolte ai cittadini, ai gruppi culturali e alle scuole, in vario modo legate agli obiettivi chiave degli Archivi stessi. Un messaggio in favore dell'Europa è particolarmente ben accolto dal pubblico quando implica un'esperienza diretta con la memoria europea scritta e quando viene combinato con un allestimento accattivante o una rilevante attività culturale.

Un programma scolastico dedicato e una sede prestigiosa in una villa rinascimentale, come nel caso degli Archivi Storici dell'UE, sono elementi interessanti per stimolare l'interesse del pubblico nei confronti degli Archivi.

Infine va menzionata la comunità archivistica, comprese le varie associazioni e reti archivistiche, affinché i messaggi chiave possano essere condivisi localmente, a livello regionale e globale, e purché vi sia interesse per la cooperazione tecnica, la partecipazione ad attività, workshop ed eventi.

Mezzi di comunicazione

La natura transnazionale dell'ASUE e i suoi diversi pubblici di riferimento, non solo in Europa, richiedono un orientamento verso i mezzi di comunicazione digitali. Il sito web dell'ASUE, integrato nel sito web dell'Istituto Universitario Europeo, presenta una finestra principale per ricercatori, visitatori e pubblico interessato. Il sito web è organizzato in modo da evidenziare la missione e gli obiettivi strategici degli Archivi, le collezioni archivistiche, le attività accademiche e gli eventi pubblici, i programmi di sovvenzione e i servizi agli utenti. Come strumento di comunicazione principale dell'ASUE, il sito web viene regolarmente aggiornato con notizie e articoli, in modo da sviluppare e mantenere interesse nei confronti dell'Archivio stesso, delle sue acquisizioni e attività. Una newsletter basata sul web informa il pubblico delle notizie recenti e degli eventi imminenti, attirando così ulteriori visitatori sul sito web.

Gli articoli sono scritti in modo breve e conciso per una rapida lettura, con un titolo accattivante, parole chiave che possono essere catturate dai motori di ricerca, e con le principali informazioni raccolte nel primo paragrafo e rispondenti alle cinque fondamentali domande: chi, cosa, perché, quando e dove. Il pubblico a cui le notizie sono rivolte è vario, dunque lo stile e il tipo di informazioni devono essere adattati di conseguenza. Inoltre, le interviste con i depositanti, i borsisti e le personalità politiche in visita agli Archivi sono elaborate per il sito web in modo da promuoverne i messaggi chiave.

Il sito web degli Archivi è anche disponibile parzialmente in francese e italiano, oltre all'inglese. Le informazioni sono indirizzate agli specifici gruppi linguistici e vengono effettuate modifiche per soddisfare i diversi livelli di conoscenza delle questioni archivistiche tra i lettori accademici e istituzionali ben informati e il pubblico in generale.

La stampa e i media europei e nazionali sono interessati principalmente alle informazioni più rilevanti. Gli Archivi possono utilizzare questi canali di comunicazione in occasione di particolari anniversari politici, come quelli dei trattati europei (Roma, Maastricht, ecc.), o in occasione di eventi con una partecipazione politica di alto livello. Pertanto, solo gli eventi più importanti, i nuovi depositi e le attività del progetto educativo sono idonei al coinvolgimento della stampa.

Durante gli eventi e le visite vengono prodotti video e foto che sono poi pubblicati sui social media degli Archivi, per fornire un'impressione visiva e per promuovere gli Archivi stessi.

Lingue

Un pubblico internazionale richiede un uso sfaccettato delle lingue per la comunicazione. L'inglese è la principale lingua di lavoro dell'Istituto Universitario Europeo, a cui appartengono gli Archivi. D'altra parte, l'Unione Europea riconosce 23 lingue ufficiali. Le istituzioni dell'UE producono le loro

descrizioni archivistiche in francese, che ha rappresentato in passato la principale lingua di lavoro delle istituzioni stesse, e per questo il francese gioca tuttora un ruolo importante nel campo della ricerca archivistica.

Il sito web degli archivi è gestito in due lingue, inglese e francese. I lettori della parte francese del sito rappresentano circa il 10% del pubblico inglese. Per le comunicazioni su eventi e attività locali e su progetti organizzati in collaborazione con partner locali o regionali, scuole e gruppi culturali, l'italiano è usato come seconda lingua di comunicazione.

La strategia di raccolta degli archivi privati ha un certo impatto sul linguaggio, perché nella maggior parte dei casi gli inventari sono preparati nella lingua di lavoro dell'organizzazione o nella lingua del paese di origine dell'individuo. Le notizie su queste raccolte archivistiche sono quindi pubblicate in inglese e nella lingua del depositante.

Infine, prevale un approccio pragmatico quando si condividono informazioni generali online in relazione agli Archivi. La presentazione di Wikipedia degli Archivi è stata preparata in cinque lingue: inglese, francese, italiano, tedesco e spagnolo.

Social media

Uno studio canadese del 2013 sull'uso dei social media in 648 archivi ha rilevato che: “con poche eccezioni, gli archivi stavano facendo un uso minimo dei social media per attrarre gli utenti, il coinvolgimento degli utenti era ancora relativamente basso e i partecipanti allo studio avevano preoccupazioni sul contributo dato ai social media”.¹³

Tuttavia, nello stesso studio, i partecipanti “hanno visto il potenziale dei social media per democratizzare gli archivi, contribuire al bene pubblico, consentire una registrazione storica più ricca che mostra punti di vista diversi e, in ultima analisi, aumentare il proprio coinvolgimento negli archivi”.¹⁴

Nel 2010, gli US National Archives hanno pubblicato la loro prima strategia social media e nel 2015 più di 200 membri dei National Archives hanno contribuito a creare 130 account di social media, generando oltre 250 milioni di visualizzazioni. Per NARA, i social media sono usati per raccontare storie, connettere più a fondo e allargare il pubblico e ottenere maggiori opportunità di coinvolgimento civico.¹⁵

L'ASUE ha iniziato a utilizzare i canali dei social media nel 2014, con un account Facebook. In seguito ha creato un account Twitter, allo scopo di raggiungere nuovi segmenti di pubblico e di offrire modalità di comunicazione più interattive. L'uso di piattaforme audio-visive, come Flickr, è stato impiegato regolarmente per una più ampia diffusione di materiale fotografico, proveniente in particolare da eventi, visite e programmi educativi, e diretto a un pubblico più giovane e non accademico. È stato inoltre creato un account LinkedIn per raggiungere in modo specifico la comunità accademica, e attraverso di esso l'ASUE pubblicizza le sue attività di formazione, nonché le sue sovvenzioni.

Attraverso gli account sui social media, gli Archivi sono in grado di raggiungere il pubblico in maniera più diretta e di fornire piattaforme per lo scambio e le comunicazioni bidirezionali, in particolare attraverso l'uso di hashtag e le “sfide” sui social media (soprattutto su Twitter). Consapevole del fatto che ogni canale di social media ha un pubblico specifico, l'Archivio si propone di adattarsi alle diverse situazioni per raggiungere adeguatamente ogni tipo di pubblico dell'ASUE. La presenza sui social media vedrà sicuramente ulteriori sviluppi in futuro, come nel caso dell'uso di Instagram.

Materiale a stampa

Per le comunicazioni a un pubblico internazionale, i materiali a stampa hanno un ruolo secondario. In ogni caso, essi rispondono all'esigenza concreta di informare direttamente sul posto i visitatori e i partecipanti a conferenze accademiche e politiche, riguardo l'organizzazione di eventi pubblici e di giornate

13. Wendy M. Duff, Catherine A. Johnson e Joan M. Cherry: *Reaching Out, Reaching In: A Preliminary Investigation into Archives' Use of Social Media in Canada*, in: *Archivaria* 75(2013) p. 77.

14. *Ibidem*, p. 77.

15. NARA 2017-2020 Strategia Social Media: <http://usnationalarchives.github.io/social-media-strategy/introduction/>.

aperte. Ogni elaborato di stampa merita un'analisi specifica del pubblico di riferimento e una riflessione sulle lingue da utilizzare. Un opuscolo generale su missione, fondi e attività degli Archivi, volantini dedicati a specifiche attività, eventi e progetti, poster e pannelli per eventi e mostre attraggono i visitatori sul posto. Le schede informative forniscono dati statistici pertinenti agli archivi e sono utili per la stampa e per la cooperazione inter-archivistica. I materiali a stampa più rilevanti sono inoltre raccolti in kit di stampa e consegnati ai giornalisti che partecipano agli eventi organizzati negli Archivi. Attraverso il sito web degli Archivi, il materiale stampato viene quindi reso disponibile anche da remoto per il pubblico.

Mostre di documenti e immagini d'archivio, originali o in facsimile, vengono organizzate regolarmente e contribuiscono a promuovere le collezioni, ampliare l'interesse pubblico nei confronti degli Archivi e offrire eccellenti opportunità di cooperazione con gli archivi istituzionali dell'UE e altri partner esterni. Le esposizioni tematiche di documenti organizzate sul posto, presso gli Archivi Storici, servono anche ad accompagnare e arricchire conferenze ed eventi. Le mostre itineranti sono invece studiate in occasione di anniversari europei e di importanti eventi internazionali. Tutte le esibizioni sono organizzate anche in parallelo come mostre online, disponibili sul sito web degli Archivi e promosse attraverso i canali dei social media.

Programmi educativi e culturali

I programmi educativi e culturali non sono strettamente considerati attività afferenti alla sfera della comunicazione, ma al tempo stesso il loro impatto sulla comunicazione degli Archivi, della loro missione, competenza e servizi, in particolare nei confronti del pubblico locale e regionale, non può essere sottovalutata. Al di là dell'importante aspetto educativo, i programmi per le scuole hanno un effetto più amplificato dal momento che riescono ad avvicinare un pubblico, specialmente le famiglie, che altrimenti gli Archivi raggiungerebbero con difficoltà.¹⁶

Le visite culturali agli Archivi per associazioni, fondazioni e club locali e regionali dovrebbero essere considerate parte integrante delle attività di comunicazione e di sensibilizzazione. L'associazione "Amici degli Archivi Storici dell'Unione Europea" promuove e sostiene le attività degli Archivi, avvicinando nuovi target di pubblico, offrendo opportunità di stringere relazioni tra gli attuali e i potenziali protagonisti dei depositi, i colleghi e la comunità accademica interessata.

Conclusioni

I principali elementi che devono essere presi in considerazione quando si elabora una strategia di comunicazione per archivi che operano in un contesto europeo transnazionale, in particolare la formulazione di messaggi chiave e l'identificazione di un pubblico di riferimento, sono stati delineati in questo articolo. La strategia di comunicazione degli ASUE, che ospitano gli archivi storici di istituzioni, organismi e agenzie dell'Unione Europea, è strettamente connessa alla loro missione di conservare e rendere accessibile in un luogo centrale gli archivi storici dell'UE, di acquisire archivi di altre organizzazioni e di privati collegati con il processo di integrazione europea, e infine di accrescere la visibilità, il pubblico riconoscimento e l'utilizzo degli archivi dell'Unione Europea. L'approccio strategico richiede regolari revisioni e adattamenti al mutevole contesto comunicativo, in particolare nel campo del digitale e dei social media. Diversi canali e tipologie di comunicazione si rivolgono a una varietà di pubblici che vanno dalla comunità locale a quella internazionale.

La sfida di comunicare, raggiungere e informare il pubblico è inscritta nel quadro legale degli Archivi. La comunicazione inoltre sostiene le operazioni, le funzioni e i servizi degli Archivi, e consente loro di raggiungere i propri obiettivi strategici.

16. Si veda Beate Sturm: *Schüler ins Archiv! Praxis und Konzeption von Archivführungen für Schulklassen*, Hannover 2008.

Komunikacija evropskih arhivov: izzivi, strategije in orodja

DIETER SCHLENKER, DR.

Direktor Zgodovinskega arhiva Evropske unije, ul. Bolognese 156, 50139 Firenze, Italija
e-mail: dieter.schlenker@eui.eu

Uvod

Prispevek na kratko opisuje vpoglede, pridobljene med vzpostavljanjem komunikacijske strategije za Zgodovinski arhiv Evropske unije (Historical Archives of the European Union, v nadaljevanju / ne prevajamo/ tudi HAEU) v Firencah. V prispevku avtor razmišlja, kako ključna sporočila edinstvenega nadnacionalnega evropskega arhivskega gradiva interpretirajo preko poslanstva, pravnega okvira in tesnega sodelovanja z institucionalnimi arhivskimi službami Evropske unije. Prispevek prav tako razkriva, kako prepoznati posebno evropsko ciljno publiko za arhive in druge ključne elemente komunikacijske strategije za evropske arhive.

HAEU je uradni dom za zgodovinske dokumente institucij, organov in agencij Evropske unije. Je del Evropskega univerzitetnega inštituta, edinstvenega akademskega središča za doktorske in postdoktorske evropske študije. V Villa Salviati v Firencah je skladiščenih sedem kilometrov papirnatih in digitalnih arhivov ter bogate avdiovizualne in ustne zbirke zgodovine, ki dokumentirajo zgodovinski proces evropskega povezovanja in sodelovanja. Institucionalni arhivi EU so dostopni javnosti po 30 letih.¹⁷

HAEU gostuje tudi 160 zasebnih dokumentov uglednih evropskih političnih voditeljev, uradnikov EU in pionirjev v procesu evropskega povezovanja ter edinstvene zbirke arhivov proevropskih gibanj in organizacij, ki niso del EU a vseeno v evropskem dometu - recimo Vesoljska agencija in Evropsko združenje za prosto trgovino.¹⁸

Komunikacijski cilji

HAEU ima trojno nalogo: upravljanje in ohranjanje zgodovinskega arhiva institucij, organov in agencij EU ter omogočiti dostop javnosti; pridobivanje, ohranjanje zasebnih arhivov organizacij in posameznikov, ki so imeli pomembno vlogo pri evropskem povezovanju in ustvariti dostopnost; ter povečati prepoznavnost, javno priznavanje in uporabo zgodovinskih arhivov institucij EU.

Komunikacija in izmenjava informacij sta zapisana v misiji HAEU, ki jo določa Uredba EU:

“Namen deponiranja zgodovinskih arhivov institucij EUI je zagotoviti dostop do teh arhivov z ene lokacije, promovirati njihovo svetovanje in spodbuditi raziskave o zgodovini evropskega povezovanja in evropskih institucijah.”¹⁹

Komunikacijski vidik je podrobneje opredeljen v okvirnem sporazumu o partnerstvu med Evropsko komisijo, ki deluje za institucije EU, in Evropskim univerzitetnim inštitutom, podpisanim leta 2015:

“V namen spodbujanja in lajšanja dostopnosti ter svetovanja zgodovinskega arhiva EU bo EUI

17. The Archives is ruled by Council Regulation (EU) 2015/496 of 17 March 2015 amending Regulation (EEC, Euratom) No 354/83 as regards the deposit of the historical archives of the institutions at the European University Institute in Florence: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32015R0496>.

18. For an overview on the archival deposits and the activities of the Archives see the brochure: Historical Archives of the European Union, Florence 2015: <http://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/HAEU-BROCHURE-2015-2.pdf>.

19. Cited from Article 7 of the preamble of EU Regulation 2015/496: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2015.079.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2015:079:TOC.

organiziral, sam ali v sodelovanju z eno ali več depozitnimi institucijami, promocijske akcije, kot so razstave, simpoziji, programi donacij za raziskovalce itd.”²⁰

Prispevek se osredotoča na informacije deljene z javnostjo, pri čemer je razmislek o interni komunikaciji HAEU v okviru Evropskega univerzitetnega inštituta postranski. Ključni elementi uspešne komunikacijske strategije so jasno opredeljeni cilji, ključna sporočila in ciljno občinstvo. Poleg tega zahteva vrsto sredstev in orodij, ki se bodo uporabljala za izvajanje teh ciljev.

V tesnem sodelovanju s službami institucionalnih arhivov EU so komunikacijske dejavnosti HAEU usmerjene v podporo dejavnostim, funkcijam in storitvam arhiva, v povečevanje njegove prepoznavnosti ter v doseganje strateških ciljev. HAEU poskuša okrepiti posvetovanje o svojih zbirkah, povabiti ustrezne organizacije in posameznike, naj arhivu predajo svoje dokumente ter svoje donatorje obvešča o akademskih in neakademskih dejavnostih. Arhiv se trudi povečati prepoznavnost v javnosti na svojem mestu v kulturno izjemni renesančni vili v Firencah.

Za profesionalno, proaktivno in odgovorno komunikacijo arhiv uporablja različne kanale in si prizadeva zagotoviti zanesljive, točne, pravočasne in jasne informacije ciljni javnosti.

Ključna sporočila

Ključna sporočila, ki jih je treba posredovati javnosti, so: a) da HAEU ohranja kolektivni spomin o evropskem integracijskem procesu in služi kot osrednja točka dostopa do edinstvenih primarnih virov in b) da arhiv zagotavlja visoko kakovostne storitve za ohranjanje arhivskega gradiva institucij EU in transparenten dostop do arhivskega gradiva zainteresirani akademski in splošni javnosti v visoko strokovnem, večjezičnem in nadvladanem raziskovalnem okolju.

Ciljno občinstvo

Z upoštevanjem političnega prostora 28-ih, oziroma kmalu 27-ih, držav članic z več kot 500 milijoni državljanov je opredelitev evropskega ciljnega občinstva za Zgodovinski arhiv Evropske unije zahtevna naloga. Prvo ciljno skupino sestavljajo sedanji ali potencialni institucionalni ali posamezni vlagatelji. Ta skupnost temelji na več kot 170 arhivskih zbirkah, ki se trenutno nahajajo v HAEU. Skupino sestavlja vodstvo in osebje institucij, organov in agencij EU, člani in podporniki evropskih federalističnih gibanj in združenj ter osebje različnih organizacij, ki niso v okviru EU.

V komunikaciji s to skupino so ciljno poudarjene prednosti shranjevanja arhivov na HAEU, kot so zagotavljanje optimalnih pogojev ohranjanja dokumentov, zagotavljanje dostopa raziskovalcem in promocija institucionalnega spomina širši javnosti. Deponiranje arhivov v arhivskem centru, specializiranem za Evropo, prispeva k prepoznavnosti in ugledu organizacij in posameznikov. Prav tako prispeva k procesu evropske integracije in sodelovanja.

Druga ciljna skupina je akademska skupnost, in sicer namensko izbrane evropske akademske skupine in mreže kot so History of European Integration Research Society (HEIRS), Réseau International de Jeunes Chercheurs en Histoire de l'Intégration Européenne (RICHE), mreža Jean-Monnetovih predsednikov evropskih študij in številne univerzitetne fakultete s poudarkom na evropski sodobni zgodovini, evropski politiki, gospodarstvu in pravu. Namen komunikacije s to ciljno skupino je povečati svetovanje in uporabo arhivskih zbirk.

Tretja ciljna skupina se nanaša na novinarje tiska in medijev v Evropi. To je še posebej pomembno, kadar arhiv organizira ali gosti večje javne prireditve, na primer letni dan odprtih vrat, mednarodne akademske konference ali dogodke z udeležbo visokih politikov EU. Regionalni in lokalni mediji se zanimajo predvsem za lokalno civilne dejavnosti arhiva kot so šolski programi in lokalne kulturne prireditve, koncerte, umetniške predstave ali dokumentarne razstave.

Javni interes za arhiv se dviguje z dejavnostmi, ki se nanašajo na državljane, kulturne skupine in šole ter se nanašajo na ključna sporočila arhiva. Proevropsko sporočilo je javnost posebno dobro sprejela, saj vključuje praktične izkušnje z evropskim pisnim spominom v kombinaciji s privlačnim programom oziroma relevantno kulturno dejavnostjo.

20. Cited from Annex 4.i of the 2015 FPA at: <https://www.eui.eu/Documents/Research/HistoricalArchivesofEU/Framework-Partnership-Agreement-SG-FPA-2015-1.pdf>.

Poseben šolski program in prestižni sedež v klasični renesančni vili, kot ga ima Zgodovinski arhiv EU, so privlačni vzvodi za povečanje javnega interesa za arhiv.

Na koncu je treba omeniti tudi arhivsko skupnost, vključno z arhivskimi združenji in mrežami, saj se ključna sporočila lahko delijo lokalno, regionalno in globalno. V tej ciljni skupini se nahaja interes za tehnično sodelovanje, sodelovanje pri dejavnostih, delavnicah in dogodkih.

Načini komunikacije

Transnacionalna narava HAEU in njihovo raznoliko ciljno občinstvo preko Evrope in še širše zahteva orientacijo v smeri digitalne komunikacije. Spletna stran HAEU, ki je vpeta v spletno stran Evropskega univerzitetnega inštituta, predstavlja primarno okno v arhiv za raziskovalce, obiskovalce in zainteresirano javnost. Spletno mesto je organizirano tako, da predstavi misijo in strateške cilje arhiva, arhivske zbirke, akademske dejavnosti in javne prireditve, uporabniške in programske storitve. Kot primarno komunikacijsko orodje HAEU se spletno mesto redno posodablja z novicami, da bi ustvarjali in ohranjali zanimanje za HAEU, njihove deleže in dejavnosti. Spletno glasilo obvešča javnost o nedavnih novicah in prihajajočih dogodkih, s čimer privlači dodatne obiskovalce spletne strani.

Članki so napisani kratko in jedrnatost za hitro branje, z zanimivim naslovom, ključnimi besedami, ki jih lahko zajamejo iskalniki, in glavnimi informacijami zbranimi v prvem odstavku, ki odgovarjajo na pet vprašanj glavnih vprašanj: kdo, kaj, zakaj, kdaj in kje. Občinstvo za novice je raznoliko, zato je treba ustrezno prilagoditi slog in vrsto informacij. Tudi intervjuji z vlagatelji, delničarji in političnimi akterji ob obisku arhiva so pripravljene za spletno stran v namen promocije ključnih sporočil.

Spletna stran arhiva je poleg angleščine delno dostopna tudi v francoščini in italijanščini. Informacije targirajo določene jezikovne skupine. Prilagoditve so namenjene različnim nivojem znanja o arhivskih zadevah med dobro obveščeni akademskimi in institucionalnimi bralci ter širšo javnostjo.

Evropski in nacionalni mediji so v glavnem zainteresirani za informacije, ki so pomembne za javnost. Arhivi lahko uporabljajo te komunikacijske kanale ob posebnih političnih obletnicah, kot so podpisi evropskih sporazumov (Rim, Maastricht itd.) ali na dogodkih z visoko politično udeležbo. Za vključevanje medijev se tako kvalificirajo le pomembni dogodki, predaje in projektne dejavnosti.

Med dogodki in obiski nastajajo vdeposnetki in fotografije, ki so kasneje objavljeni na socialnih omrežjih arhiva, da zagotovijo vizualni vtis in promovirajo arhiv.

Jezik

Mednarodno občinstvo zahteva večplastno uporabo jezikov za komunikacijo. Angleščina je glavni delovni jezik Evropskega univerzitetnega inštituta, na katerega se nanaša arhiv. Po drugi strani Evropska unija priznava 23 uradnih jezikov. Institucije EU izdelujejo arhivske

opise v francoščini, ki je bil včasih glavni delovni jezik institucij EU. To daje Francozom pomembno vlogo na področju arhivskega raziskovanja.

Arhivska spletna stran se vodi v dveh jezikih, angleščini in francoščini. Bralci francoskega dela spletnega mesta dosežejo približno 10% angleške publike. Za komunikacijo o lokalnih dogodkih in dejavnostih ter projektih, ki so organizirani skupaj z lokalnimi ali regionalnimi partnerji, šolami in kulturnimi skupinami, se kot drugi jezik komuniciranja uporablja italijanski jezik.

Strategija zbiranja zasebnih arhivov ima določen vpliv na jezik, saj so inventarji v večini primerov pripravljene v delovnem jeziku organizacije ali jeziku posamezne države izvora. Novice o teh arhivskih zbirkah se nato objavijo v angleščini in v jeziku vlagatelja.

Na koncu prevlada določen pragmatičen pristop pri izmenjavi splošnih informacij na spletu v zvezi z arhivi. Predstavitev arhiva na Wikipediji je bila pripravljena v petih jezikih: angleškem, francoskem, italijanskem, nemškem in španskem jeziku.

Družbeni mediji

Kanadska študija iz leta 2013 je o uporabi socialnih medijev v 648 arhivih ugotovila: "Z redkimi izjemami so arhivi minimalno uporabljali družbene medije za privabljanje uporabnikov, udeležba uporabnikov je bila še vedno relativno nizka, udeleženci študije pa so imeli številne pomisleke glede prispevanja k družbenim medijem."²¹

Kljub temu so udeleženci v isti študiji »videli potencial, da lahko socialni mediji demokratizirajo arhive, da prispevajo k javnemu dobru, da omogočajo bogatejši zgodovinski zapis, ki prikazuje različne vidike, in na koncu povečujejo sodelovanje z arhivi.«²²

Leta 2010 je Državni arhiv ZN (US National Archives ali NARA) objavil svojo prvo strategijo za družbene medije. Leta 2015 je več kot 200 zaposlenih v nacionalnem arhivu prispevalo k 130 računom družbenih medijev, ki so ustvarjali več kot 250 milijonov ogledov. Pri NARA družbene medije uporabljajo za pripovedovanje zgodb, globlje povezovanje in širjenje občinstva ter za večjo uporabo priložnosti za državljansko angažiranje.²³

HAEU je leta 2014 začel uporabljati družbene medijske kanale s Facebook računom. Kasneje so vzpostavili še Twitter račun, da bi dosegli nove ciljne skupine in ponudili bolj interaktivne načine komuniciranja. Uporabo avdiovizualnih platform, kot je Flickr, so redno uporabljali tudi za širšo distribucijo fotografskega gradiva, zlasti iz dogodkov, obiskov in izobraževalnega programa, za dosego mlajšega, neakademskega občinstva. Ustanovljen je bil tudi račun LinkedIn, ki je bil posebej namenjen akademski skupnosti. S tem računom HAEU oglašuje različne dejavnosti usposabljanja in možnosti štipendiranja.

Skozi svoje račune na družbenih omrežjih arhiv dosega svoje občinstvo bolj neposredno. S tem zagotavljajo platforme za izmenjavo in dvosmerno komunikacijo, zlasti z uporabo hashtagov in izzivov na družbenih omrežjih (zlasti na Twitterju). Ob zavedanju, da ima vsak družbeni medijski kanal posebno ciljno skupino, se cilj arhivov ustrezno prilagodi tako, da so primerno dosežene vse ciljne skupine HAEU. Prisotnost na družbenih omrežjih se bo v prihodnosti zagotovo nadaljno razvijalo, na primer s prisotnostjo na Instagramu.

Tiskano gradivo

Za komunikacijo z mednarodnim občinstvom ima tiskano gradivo sekundarno vlogo. Kljub temu se z njim odzovejo na konkretne potrebe obveščanja posameznih ali skupinskih obiskovalcev in udeležencev akademskih in političnih konferenc, javnih prireditvev in odprtih dnevov obvestijo na licu mesta. Vsak tiskan izdelek prestane analizo svoje ključne ciljne skupine in razmislek o ustreznem jeziku (jezikih) svoje produkcije. Splošna brošura o poslanstvu, delovanju in dejavnostih arhiva, letakih o določenih dejavnostih, dogodkih ali projektih, plakatih in panelih za prireditve in razstave je privlačna za obiskovalce na licu mesta. Informativni listi zagotavljajo ustrezne statistične podatke o arhivu in so koristni za tisk in sodelovanje z arhivom. Ustrezno tiskano gradivo je zbrano v medijskih kompletih, ki so izročeni novinarju, ki se udeležuje dogodkov v arhivu. Na spletni strani arhiva je gradivo medijskega značaja na voljo tudi oddaljenemu občinstvu.

Redne razstave originalnih ali faksimilnih arhivskih dokumentov in slik spodbujajo zbirke, povečajo javni interes v arhivu in zagotavljajo odlične možnosti za sodelovanje z institucionalnimi arhivi EU in drugimi zunanji partnerji. Tematske razstave dokumentov na kraju dogajanja v prostorih arhiva spremljajo in obogatijo konference in dogodke. Potujoče razstave HEAU pripravljajo ob evropskih obletnicah in večjih mednarodnih prireditvah. Vsi eksponati so vzporedno pripravljani tudi za spletne razstave, ki so na voljo na spletni strani arhiva in jih promovirajo prek kanalov družbenih omrežij.

21. Cited from Wendy M. Duff, Catherine A. Johnson and Joan M. Cherry: Reaching Out, Reaching In: A Preliminary Investigation into Archives' Use of Social Media in Canada, in: *Archivaria* 75(2013) p. 77.

22. *Ibidem*, p. 77.

23. NARA 2017-2020 Social Media Strategy at: <http://usnationalarchives.github.io/social-media-strategy/introduction/>.

Izobraževalni in kulturni programi

Izobraževalni in kulturni programi ne štejejo kot komunikacijske dejavnosti, a njihovega vpliva na obveščanje, poslanstvo, strokovno znanje in storitve arhiva, zlasti na lokalno in regionalno občinstvo, ne gre podcenjevati. Poleg pomembnega izobraževalnega vidika imajo programi za šole učinek ojačevalnika, saj dosežejo ciljno publiko, zlasti družine, ki bi jo arhiv drugače dosegel s težavo.²⁴

Kulturne obiske arhiva lokalnih in regionalnih združenj, fundacij in klubov bi bilo potrebno obravnavati kot del komunikacijskih dejavnosti in ozaveščanja. Združenje "Prijatelji zgodovinskega arhiva Evropske unije" spodbuja in podpira dejavnosti arhiva. Prinaša nove občinstvo bližje Arhivu, ponuja možnosti mreženja s sedanjimi in potencialnimi vlagatelji, kolegi in zainteresirano akademsko skupnostjo.

Zaključek

V prispevku so predstavljeni glavni elementi, ki jih je treba upoštevati pri oblikovanju komunikacijske strategije za arhive, ki delujejo v evropskem nadnacionalnem okolju, zlasti za oblikovanje ključnih sporočil in prepoznavanje ciljnih skupin. Komunikacijska strategija HAEU, ki deluje kot uraden dom za zgodovinske arhive institucij, organov in agencij Evropske unije, izhaja iz njenega poslanstva ohranjanja in dostopnosti zgodovinskih arhivov EU, privatnih arhivov in ne-evropskih arhivov, ki so povezani s procesom evropskega povezovanja. Njihovo poslanstvo je prav tako vidnost, javno prepoznavnost in uporabo arhivov EU. Strateški pristop zahteva reden pregled in prilagajanje spremenljivemu komunikacijskemu okolju, zlasti na digitalnem področju in družbenih omrežjih. Različni kanali in vrste komunikacij so namenjeni različnemu občinstvu, ki sega od lokalnih do mednarodnih skupnosti.

Naloga komunikacije, širjenja in obveščanja javnosti je vpisana v pravni okvir arhiva. Komunikacija tako podpira delovanje, funkcije in storitve arhiva in omogoča arhivom doseganje svojih strateških ciljev.

24. See Beate Sturm: *Schüler ins Archiv! Praxis und Konzeption von Archivführungen für Schulklassen*, Hannover 2008.

