

"NOVA PUBLIKA U MUZEJIMA"

U posljednjem deceniju u svjetskim razmjerima se primjećuje znatno povećani interes publike za muzeje, što se odražava u prvom redu znatno povećanim brojem posjetilaca. Postavlja se pitanje tko je ta nova publika, čijom inicijativom je potaknut interes za muzeje, je li to zasluga propagande iz samih muzeja, rezultat javnog djelovanja muzeja ili je to poticaj koji je došao iz drugog izvora i sa drugim ciljem i namjenom a koji je rezultirao povećanim interesom publike za kulturne vrednote koje su izložene u muzejima.

Poticaj za ovu analizu dali su rezultati anketa koje su proveli prošlih godina neki muzeji u Evropi (Francuska, Holandija, DDR) i u Americi (USA, Canada) na inicijativu ICOM a. O ovim anketama donijeli smo svojevremeno i konkretne podatke. Namjera anketa je bila da se osjeti kritika publike na adresu muzeja i želje publike kakav muzej treba biti i koja bi bila funkcija muzeja u društvu sutra. Rezultati ovih anketa izgleda da su iznenađujući jer su dali poticaje za niz novih pitanja koja su došla na rasprave i u međunarodnim stručnim komitetima na Generalnoj konferenciji ICOM a u Kopenhagenu.

Od anketa o kojima saznajemo preko muzejskih biltena, koje su inicirane ranijim anketama sa ciljem da se dobije konkretnije informacije o novoj publici u muzejima, vrijedno je istaknuti organizirane akcije u muzejima Londona i u muzejima Mađarske. Inicijativu za ankete u muzejima Londona dao je Sociološki fakultet koji je anketu i organizirao i proveo. Glavna tema ankete bila je saznati od publike što je iniciralo njihov posjet muzeju i koji objekti u muzeju su bili područje interesa ili povod posjeta.

Slične ankete na inicijativu i u organizaciji Muzeološkog instituta u Budimpešti, provedene su izvan muzeja u školama, organizacijama, ustanovama i poduzećima. Ove ankete pobudile su masovni interes i posjet nove publike u muzeje. Omladina, đaci, studenti imaju u sve muzeje u Mađarskoj besplatan ulaz. Osim toga pokretne izložbe na panoima koje su sa izrazitom tendencijom propagande za muzeje, postavljene su u sredini gdje je bio najmanji interes za muzeje. Rezultat nije izostao. Ovakove propagandne izložbe dale su najbolje rezultate za iniciranje širokih krugova iz radnih organizacija za posjet muzejima.

Prema informacijama iz statističkih izvještaja u Mađarskoj broj posjetilaca u muzejima daje naslutiti da je preko 40% od ukupnog broja stanovnika posjetilo muzeje. Ovo je iznenađujuće povišenje postotka posjetilaca koji je prije cca deset godina iznosio 21%. Zasluga za ovo proširenje je uglavnom u organiziranoj propagandi za muzeje, za zaštitu kulturne baštine i pokretne izložbe sa propagandnim sadržajem koje stalno putuju od jedne do druge radne organizacije.

Rezimirajući sve izvještaje o anketama i sličnim analizama problema "nove publike u muzejima" dolazimo do jedinog zaključka o potrebi stalne, sistematske, smišljene i organizirane muzejske propagande. Ovaj zaključak nam ni ranije nije bio nepoznat.