

NEKOLIKO RIJEČI GOSTUJUĆE UREDNICE

Razvoj publike postao je danas vrlo popularan koncept među onima koji se bave kulturom (bez obzira je li riječ o javnim ustanovama, organizacijama civilnog društva ili privatnim poduzećima), ali i općenito često korišten izraz u diskursu kulturne djelatnosti. Velik udio u kulturnoj djelatnosti u Hrvatskoj imaju muzeji koji se zbog ekonomskih okolnosti polako okreću razvoju svoje publike. U svojem najelementarnijem obliku razvoj publike pretpostavlja proširenje korisničke baze muzeja na one koji se manje ili nimalo ne koriste muzejskim programima i uslugama dok supstantivniji oblik uključuje puno više od privlačenja većeg broja ljudi u muzej. On podrazumijeva omogućivanje različitih vrsta pristupa – ekonomskih, fizičkih, intelektualnih i sl. – te mnogostruka iskustva. Da bi se tako nešto postiglo, nužno je dobro poznavati i korisnike i nekorisnike muzeja. Poznavanje različitih skupina korisnika, razloga zašto dolaze i kakva iskustvu stječu i zahtijevaju, a posebno toga tko i zašto ne dolazi u muzeje, ključno je za ostvarenje komunikacijskih i obrazovnih ciljeva. No, za razliku od mnogih zapadnoeuropskih i svjetskih muzeja, u hrvatskim je ustanovama još uvijek dominantan naglasak na brizi o zbirci, dokumentaciji i istraživanju dok su nastojanja da se upoznaju korisnici sporadična i nesustavna te vrlo često ovisna o poticaju pojedinaca. Podizanje svijesti o društvenoj ulozi muzeja u suvremenim uvjetima te potrebne teorije i prakse koje vode k razvoju te uloge utkani su u niz kolegija na diplomskom studiju muzeologije i upravljanja baštinom na

Odsjeku za informacijske i komunikacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Uz rad na kolegijima studente se potiče da teorije i dobre svjetske prakse primijene na vlastita istraživanja povezana s muzejskim te općenito baštinskim temama. Vrlo važan dio muzeologije i upravljanja baštinom kao studija koji se razlikuje od drugih disciplina, pretežito važnih za muzejsko i baštinsko područje, jesu komunikacijski i upravljački aspekti muzejske/baštinske ustanove. Druga važna značajka su društvena, posebice empirijska istraživanja, koja su ključna za razvoj publike jer se njima mogu dobiti informacije koje će muzeje bolje upoznati sa svojim (ne)korisnicima. Ovaj poseban broj *Muzeologije* posvećen je upravo komunikacijskim programima i aktivnostima muzeja te empirijskim istraživanjima koja su ostvarena različitim metodološkim pristupima (kvalitativnim i kvantitativnim). Ciljevi istraživanja bili su ili vrednovati programe ili na temelju teorije iznaći modele evaluacije, a provele su ih magistre muzeologije i upravljanja baštinom zbog izrade svojih diplomskih radnji ili kao nadgradnju radnji ili studentskih projekata. Neki od početnih tekstova za potrebe su objavljivanja preoblikovani kako bi odgovarali formi članka, a pojedini su metodološki doručeni i nadopunjeni dodatnim istraživanjima. Objavljeni su s nastojanjem da pridonese poznavanju muzejskih korisnika i analizi muzejskih komunikacijskih aktivnosti i programa te da ukažu na moguće smjerove u razvoju publike. Tekstovi se ugrubo mogu podijeliti na istraživanje i evaluaciju s jedne strane programa održanih u fizičkom prostoru muzeja, a s druge strane u digitalnom okružju. Razlikuju se prema programu koji proučavaju ili evaluiraju (učenje, interpretacija, marketing, digitalna komunikacija), korištenim

metodama (sudjelujuće promatranje, praćenje, anketno ispitivanje, intervjuiranje, analiza sadržaja) i vrstama muzeja (povijesni, umjetnički, arheološki, opći).

Uvod istraživanjima dan je u članku ***Društvena uloga muzeja: okretanje korisnicima i suradnicima*** (autorice Željke Miklošević) koji čini pregled današnjih trendova u muzejskoj djelatnosti povezanih s vrednovanjem i istraživanjem korisnika kao temeljem razvoja publike. U tekstu se također daju osnovna obilježja istraživačkih pristupa. U članku ***Muzejske radionice i razvoj višestrukih inteligencija*** autorica Vedrana Kristić provodi istraživanje na radionicama Arheološkog muzeja u Zagrebu, namijenjenim osnovnoškolskoj djeci, i predlaže model njihova vrednovanja. Dorotea Fotivec u članku ***Prijevodni tekstovi na muzejskoj izložbi*** bavi se prijevodima tekstova u Muzeju grada Zagreba kojima se najčešće koriste turisti te donosi njihove stavove o Muzeju i tekstovima. Korak prema upoznavanju višestrukih profila korisnika zagrebačkog MSU-a čini Raša Savić s tekstom ***Estetska iskustva posjetitelja Muzeja suvremene umjetnosti u Zagrebu***. Na temelju teorije estetskog iskustva kategorizira posjetitelje i upućuje na njihove potrebe, zadovoljstva te smjer kojim Muzej treba krenuti prema određenim oblicima razvoja publike. Istraživanje muzejskih djelatnika o korištenju digitalnim marketinškim alatima donosi Ana Pia Matijaš u članku ***Korištenje digitalnim marketinškim alatima u hrvatskim muzejima***. Rezultatima ankete pokazuje status i stav struke o marketinškim aktivnostima te načine na koje se koristi određenim digitalnim alatima. Facebook, kao jedan od digitalnih alata, uglavnom u muzejima upotrijebljen za marketing, analizira Ileana Kurtović u članku ***Facebook u***

muzejskoj komunikaciji, u kojemu daje analizu načina na koji se svjetski muzeji koriste ovom društvenom mrežom. Posljednji tekst, pod naslovom ***Izložba '45. Hrvatskoga povijesnog muzeja na Facebooku – kako vrednovati aktivnosti korisnika***, primjer je korištenja ovom društvenom mrežom u jednome hrvatskom muzeju. Rebeka Knajs, magistra muzeologije i upravljanja baštinom, u suradnji s Anom Filep, jednom od autorica, i Mašom Pokupčić, jednom od suradnika na izložbi '45. u Hrvatskome povijesnom muzeju, daje pregled istraživanja načina na koji se događa komunikacija između Muzeja i mrežnih korisnika.

Ova istraživanja tek su ilustracije mogućih primjena i mogu poslužiti muzejima kao orijentir za sveobuhvatnije evaluacijske cikluse koji bi se neposredno povezali s komunikacijskim ciljevima programa i muzejskog poslanja. Posebno mi je drago u tom kontekstu istaknuti izvanrednu suradnju s muzejima i muzejskim djelatnicima čija su susretljivost i pomoć uvelike olakšale istraživanje. Stoga u ime kolegica, kao i u svoje ime – kao mentorica diplomskih radova i savjetodavac tijekom dodatnih istraživanja i pisanja ovdje objavljenih tekstova – toplo zahvaljujem svim muzejima koji su nam izišli ususret i omogućili istraživanje te objavu fotografskih materijala. Ovim se još jednom potvrđuje nužna suradnja između akademske i stručne muzejske zajednice, s nadom da će se u budućnosti intenzivirati, na ovakvim i sličnim projektima, ali i na mnoštvu drugih. Također zahvaljujem Muzejskomu dokumentacijskom centru koji je prepoznao nužnost ovakvih tema i pristao biti izdavač ovih članaka.

dr.sc. Željka Miklošević