

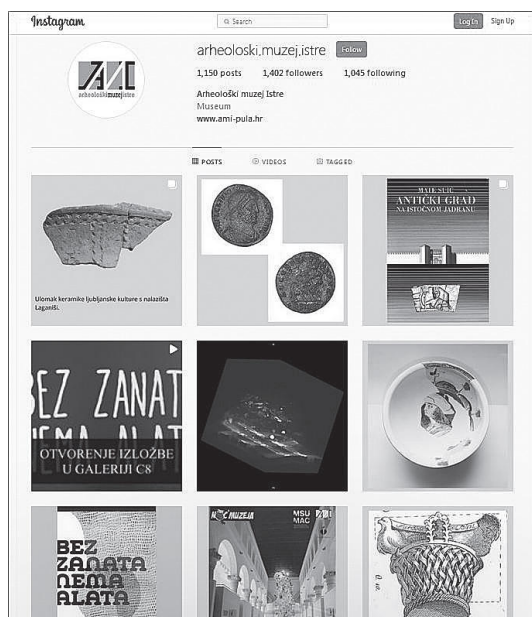
RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA ARHEOLOŠKOG MUZEJA ISTRE

IM 52, 2021.
TEMA BROJA
TOPIC OF THIS VOLUME

DUNJA MARTIĆ ŠTEFAN □ Arheološki muzej Istre, Pula

TINA ŠIREC DŽODAN □ Arheološki muzej Istre, Pula

DARKO KOMŠO □ Arheološki muzej Istre, Pula

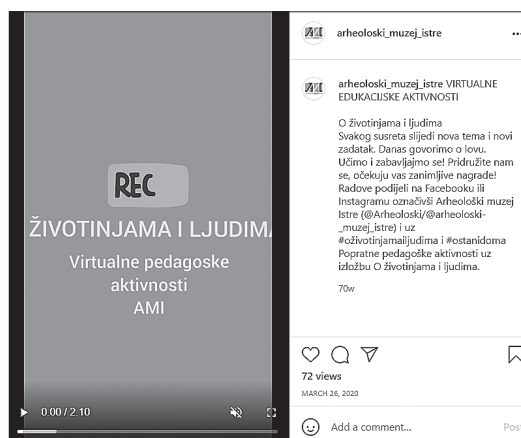


Uvod. Muzej kao mjesto edukacije koja se danas temelji na informalnom i neformalnom načelu učenja, a vezuje se za slobodno vrijeme i ugodu, od samih je početaka bio obrazovne naravi iako se odnos prema edukaciji i njezin status unutar muzejske institucije tijekom vremena mijenjao.¹ Upravo na tragu novih promjena u načinu komunikacije s publikom i edukacijskim pristupima nastao je i ovaj članak.

Zbog epidemije bolesti COVID-19 uzrokovane virusom SARS-Cov-2 te nakon odluke o zatvaranju javnih institucija i prelasku na rad od kuće i Arheološki muzej Istre (AMI) našao se pred izazovima, koji su se posebice odnosili na komunikaciju s publikom.

Kako se gotovo preko noći počelo raditi od kuće, uslijedila je nagla promjena pristupa radu, što je otvorilo brojne nove mogućnosti. Edukacijski je odjel Muzeja prešao na mrežni rad s različitim dobnim i ciljnim skupinama, dok su društvene mreže AMI-ja oživjele objavama. U samo nekoliko tjedana AMI se prilagodio izvanrednim uvjetima i usustavio novi oblik komunikacije s publikom.²

U drugoj polovici ožujka, s prelaskom nastave na mrežne oblike, Edukacijski je odjel uz pomoć svih kolega



pripremio program za škole i širu publiku koji je vodila i koordinirala kustosica pedagoginja Tina Širec Džodan.

Društvene mreže AMI-ja postale su osnovni kanal komunikacije sa širom publikom i školama, kojima su upućeni pozivi za suradnju.

Koncept društvenih mreža AMI-ja osmišljala i uređuje kustosica Dunja Martić Štefan³ u suradnji s ravnateljem Darkom Komšom. Koncept obuhvaća suradnju zaposlenika svih odjela Muzeja koji sudjeluju u objavama iz svojih odjela i zbirki.

Početak tog razdoblja bio je ključan jer su se tijekom njega usustavili novi oblici komunikacije s publikom te je, iako se činilo kako će to biti samo privremeno, nakon nekoliko mjeseci postalo jasno da svjedočimo transformaciji ustaljenih oblika komunikacije između muzeja i publike. Komunikacija s publikom putem elektroničkih medija i društvenih mreža postala je jednako važan segment muzejske edukacijske djelatnosti kao i klasična komunikacija u fizičkom prostoru.

Društvene mreže Arheološkog muzeja Istre

AMI je otvorio *Facebook* stranicu 2012. Informativna namjena stranice, kao i nedostatak strategije objavljivanja, stavio je *Facebook* stranicu AMI-ja @Arheoloski u funkciju sporadičnog biltena, dok su se sva događanja održavala uživo ili preko društvenih mreža otvorenih za određene izložbe.⁴

sl.1. Instagram stranica Arheološkog muzeja: edukativni program za širu publiku

sl.2. Virtualne pedagoške aktivnosti: popratne aktivnosti uz izložbu *O životinjama i ljudima*

1 Jelavić, Ž. „Muzej kao mjesto učenja i uloga muzejske edukacije”. http://izdavastvo.ffri.hr/wp-content/uploads/2016/11/Puriteka_3_izmjena.pdf

2 Martić Štefan, Dunja; Širec Džodan, Tina, „Novo normalno: Virtualni svijet muzejske pedagogije: edukacija na društvenim mrežama i u virtualnim učionicama”, *Novo normalno – zbornik radova 11. skupa muzejskih pedagoga Hrvatske*, ur. Danko Dujmović (Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2021.) (članak u tisku).

3 Dunja Martić Štefan za vrijeme rada od kuće završila je nekoliko mrežnih tečajeva za rad na društvenim mrežama.

4 Uz izložbu *Histri u Istri* otvorena je 2013. istoimena *Facebook* stranica, *YouTube* kanal i mrežna stranica. Svi su i dalje dostupni, iako neaktivni. <https://www.facebook.com/Histri-U Istri/>; https://www.youtube.com/channel/UCJPF6Ro_jpT8TjUCI-HwynUQ

<https://histri.hr> (*YouTube* kanal iste je godine iskorišten za objave s događanja *Spectacula Antiqua* u Amfiteatru.)

sl.3. Instagram stranica: Iz ciklusa *U nuždi se junaci poznaju*, https://www.instagram.com/p/B_4iMFPHP2b/

sl.4. Facebook stranica Arheološkog muzeja Istre (otvorena 2012.)

Tablica 1. Raspored objava AMI-ja na Facebooku, Instagramu i Twitteru od ožujka 2020. do ponovnog oživljavanja kulturne ponude u ljeto 2020.

5 Etnografski muzej u Zagrebu. Autorice izložbe su Željka Petrović Osmak, Tea Rittig Šiško i Gordana Vilječić.

6 Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, „Odluka o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 uzrokovana virusom SARS-CoV-2“, 11. ožujka 2020. <https://zdravstvo.gov.hr/UserDocsImages/2020%20CORONAVIRUS/ODLUKA%20O%20PROGLAŠENJU%20EPIDEMIJE%20BOLESTI%20COVID-19.pdf> (pristupljeno 15. srpnja 2021.).

7 Izložba je otvorena 21. veljače, a prvi je put predstavljena u Muzeju antičkog stakla. Autori izložbe su dr. Vedrana Jović Gazić i dr. Berislav Štefanec.

8 Autor izložbe je Veseljko Bašić

9 Od 13. ožujka 2020. na https://www.instagram.com/arheoloski_muzej_istre/

10 Od 13. ožujka 2020. na https://twitter.com/am_istre

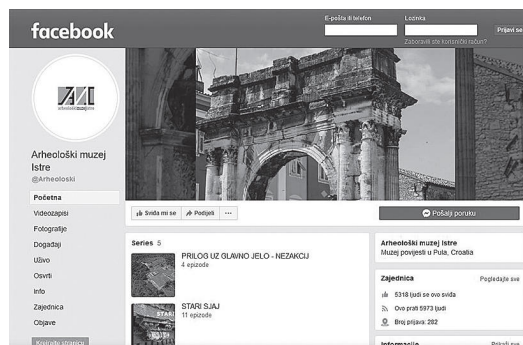
11 Od lipnja 2021. godine.

12 Od 12. studenog 2020. na https://www.youtube.com/channel/UCDp_MGw2rF79VeXP4_JG8A

13 Od 14. ožujka 2021. na <https://www.tiktok.com/@arheoloski.muzej.istre?lang=en>

14 Popis škola: Gimnazija Pula; X. gimnazija „Ivan Supek“, Zagreb; Ekonomska škola Pula; Srednja glazbena škola Ivana Matetića Ronjgova, Pula; Strukovna škola, Pula; OŠ Vidikovac, Pula i OŠ Veli Vrh, Pula.

15 Buršić-Matijašić K.; Matijašić, R., *Antička Pula s okolicom* (Pula: ZN Žakan Juri, 1996.).



IZ ZBIRKI – izbor iz zbirke AMI-ja (Zbirka podvodne arheologije, Prapovijesna, Antička, Srednjovjekovna i Novovjekovna zbirka)

STARI SJAJ – izbor iz Konzervatorsko-restauratorskog odjela

BLAGO DOKUMENTACIJE – izbor iz Dokumentacijskog odjela

ZNANOST NARODVI – izbor iz povijesti Edukacijskog odjela

PROZOR U DRUŠTVENE MREŽE – retrospektiva *Prozora u prošlost*

IZLOŽBE U GOSTIMA – izložbe AMI-ja na gostovanjima

SKRIVENA IZLOŽBA – gostujuće izložbe u prostorima AMI-ja

VIRTUALNE PEDAGOŠKE AKTIVNOSTI – uz izložbu *O životinjama i ljudima*

PRISJETIMO SE – crtice iz prošlosti Muzeja

IZ SUSJEDSTVA – događanja vezana za Muzej

U ožujku 2020. AMI je ugostio izložbu *O životinjama i ljudima*⁵ u Muzejsko-galerijskom prostoru *Sveta srca*. Otvorenje izložbe bilo je planirano za 13. ožujka 2020. Dva dana prije otvorenja, 11. ožujka, proglašena je epidemija⁶ te je otvorenje odgođeno.

Muzej se našao u neizvjesnoj situaciji, s novom izložbom iza zatvorenih vrata, tek otvorenom izložbom u Galerijskom prostoru *C8 Staklene svjetiljke kroz vrijeme – staklene svjetiljke u Hrvatskoj od 1. do 19. stoljeća*⁷ te izložbom iz ciklusa „Prozor u prošlost“ *Peka: tradicija pod žeravicom*⁸ u izlogu Carrarine 4 kao jedinom izložbom koju je bilo moguće pogledati jer je bila postavljena u izlogu dostupnome s ulice.

Uspostavljena je komunikacija s publikom putem društvenih mreža te su otvoreni *Instagram* i *Twitter* (@arheoloski_muzej_istre⁹, @am_istre)¹⁰. Dogovoren je raspored objava tjednom dinamikom, a one su prilagođivane pojedinim mrežama (tabl. 1.). Kvantitetom se nastojala podići vidljivost kanala, a kvaliteta sadržaja proizlazila je iz stručnosti autora. Na svakoj su mreži postavljane najmanje četiri objave na dan. Objave na mrežama sadržajno su se podudarale, ali su bile usuglašene: na *Instagramu* je naglasak stavljen na fotografije, na *Facebooku* na tekst, a *Twitter* je donosio kratku informaciju o temi.

U međuvremenu, kako su se prostori AMI-ja otvarali za javnost, program je modificiran, a trenutačno se¹¹ uz tekuća događanja svakim radnim danom postavlja po jedna objava na *Facebooku* i *Instagramu*. Objave iz odjela i zbirki objavljuju se jedanput u dva tjedna te je uvedena objava iz novoosnovane Numizmatičke zbirke.

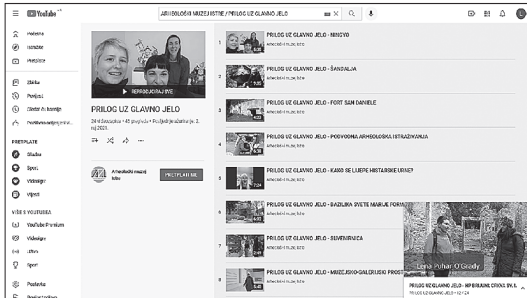
Twitter je preuzeo ulogu strogo informativnog kanala. Otvoreni su i novi kanali: *YouTube: Arheološki muzej Istre*¹² i *TikTok: @arheoloski.muzej.istre*.¹³

Mrežna komunikacija sa školama

U početnom razdoblju, od polovice ožujka do kraja školske godine, ostvarena je suradnja s pet srednjih škola te s dvije osnovne škole.¹⁴ U sklopu programa *Antička Pula* odrađeno je 5 – 6 nastavnih jedinica (ovisno o dobi) kojima su djeca pobliže upoznata s antičkim razdobljem Pule.

Gradivo je poslano nastavnicima elektroničkom poštom i *Google Driveom*, a oni su ga dalje dijelili u svojim virtualnim učionicama. Za srednje škole i predmetnu nastavu rad se temeljio na PPT prezentaciji, uz slikovne, video i zvučne zapise, dok su učenici razredne nastave gradivo dobivali putem zvučnog zapisa u trajanju od dvije do četiri minute. Priču je pratilo slikovno gradivo, a podijeljeno je putem Viber grupe, u dogovoru s učiteljicom razredne nastave. Svi su razredi, osim teorijskog dijela, gradivo obrađivali i praktičnim radom, bilo kratkim esejima o temi, nastavnim listićima ili likovnim zadacima. Svakog je tjedna obrađivana nova tema. Pri sastavljanju gradiva kao osnovni izvor podataka služila je publikacija *Antička Pula*¹⁵ te podatci s mrežnih stranica AMI-ja.^{16,17}

Nakon završene edukacije sva su djeca dobila diplomu i prigodne poklone, a nastavnicima i školskim knjižnicama darovane su odabrane publikacije AMI-ja. Učenici su dobili i stručno vodstvo spomenicima antičke Pule.¹⁸



Edukativni programi za širu publiku

U početku prilagodbe novim uvjetima rada programi za širu publiku pratili su izložbu *O životinjama i ljudima*. Publika je svakog tjedna animirana kratkim crticama o izložbi, koje je pratio i zadatak. Objave su bile u kratkoj videoformi, u obliku izravnog obraćanja publici, a zadatci su koncipirani na zabavan način.

Videoobjave na društvenim mrežama AMI-ja

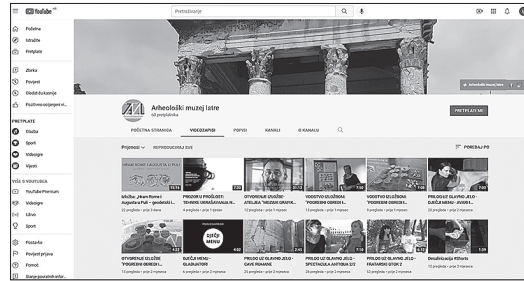
U doba pandemije postale su vidljive potrebe pojedinaca za kulturnim sadržajem, a rad od kuće i zatvaranje kulturnih institucija ponukao je publiku da takve sadržaje potraži na internetu.¹⁹

Kako bi zadovoljio svoju stalnu i stekao novu publiku, AMI je počeo producirati objave o kulturnoj baštini Istre na hrvatskom jeziku.

Prva videoobjava bila je ona o posjetu psa Manija izložbi *O životinjama i ljudima*, na koju su bili pozvani i kućni ljubimci. Video je snimljen kamerom pričvršćenom za ogrlicu psa iz *perspektive*. Potom je uslijedio razgled izložbe *O životinjama i ljudima*.²⁰ Kontinuirano su objavljivani videoradovi iz arhive Muzeja. Virtualne pedagoške aktivnosti često su bile u videoformatu, kao i ciklus *U nuždi se junaci poznaju*, prilozi o intimnoj higijeni kroz arheološka razdoblja koji su snimani kamerama na mobilnim telefonima.

AMI je ponovo otvorio vrata svojih galerija 27. travnja 2020. U povodu Međunarodnog dana muzeja 18. svibnja snimljeno je prvo 7-minutno vodstvo izložbom *O životinjama i ljudima*.²¹ Nakon povratka na rad iz institucije došli smo do zaključka da se naša publika, kako na društvenim mrežama, tako i u neformalnom razgovoru, pita što se radilo u Muzeju dok je bio zatvoren. Tako je nastao *Prilog uz glavno jelo*.

Prilog uz glavno jelo. Pojačana zastupljenost na društvenim mrežama i potreba za alternativnim pedagoškim pristupom doveli su do kratkog videoformata *Prilog uz glavno jelo*²², koji se objavljuje jedanput u tjednu – četvrtkom, a prati sve muzejske djelatnosti radi prezentacije rada Muzeja najširoj publici – pogled na izložbe, uvid u publici nevidljiv muzejski rad poput terenskih arheoloških istraživanja, približavanje rada restauratorsko-konzervatorskih laboratorija i predstavljanje spomeničke baštine Istre.



Naziv *Prilog uz glavno jelo* šaljiva je najava *Glavnog jela* – novoga stalnog postava AMI-ja.

Format je prilagođen dinamici društvenih mreža koje zahtijevaju neposrednost, demistifikaciju znanosti i muzejske institucije, osobni pristup, aktualnost sadržaja i autentičnost. Autentičnost se zrcali u pristupu sadržaju i lako dostupnim tehničkim rješenjima poput snimanja mobilnim telefonom, odnedavno uz pomoć stabilizatora s jednostavnim mikrofonom i obradu lako dostupnim i besplatnim amaterskim programima za montažu. Autorice i realizatorice tog formata su Dunja Martić Štefan i Tina Širec Džodan.

TikTok. AMI je aktivan na *TikToku* od početka ožujka 2021. Objave su prilagođene mlađoj publici te prate rad AMI-ja, ali i upoznaju publiku s osnovnim arheološkim pojmovima, lokacijama i spomenicima važnim za Istarsku županiju. Način snimanja i redoslijed objava prilagođuju se „materinskom jeziku” mreže te se nastoji zadržati naoko spontan pristup. Objave su kratke i donose po jednu zanimljivost ili novu informaciju.²³

U kratkom vremenu postignut je odaziv koji je premašio naša očekivanja i potvrdio da su edukacijske aktivnosti na mrežama AMI-ja na dobrom putu u komunikaciji s publikom vrlo širokog spektra – novom publikom kojoj su sadržaji AMI-ja bili nedostupni bilo zbog velike fizičke udaljenosti, bilo zbog nezainteresiranosti za muzejske programe ili zbog nedostatka navike odlaska u muzeje. Cilj nam je okupiti mlade ljude i pružiti im platformu na kojoj na neformalan način mogu komunicirati s Arheološkim muzejom.

EMA na TikToku. Edukativna muzejska akcija (EMA) ove je godine nosila naslov IZ/VAN/RED/NO!, a u sklopu nje AMI je priredio vodstva po Nezakciju i Amfiteatru u Puli.

U suradnji s Giulijom Codacci-Terlević, voditeljicom Edukacijskog odjela, Tina Širec Džodan i Dunja Martić Štefan osmislile su program vodstava za škole i mlađu publiku te ciklus objava na *TikToku* za širu mlađu publiku. Snimljen je uvodni video, 12 videa o Nezakciju i šest videa o Amfiteatru. Tih je 19 videa do završetka akcije 1. srpnja 2021. imalo doseg od 25 361 kanala.

Statistika društvenih mreža AMI-ja

AMI trenutačno objavljuje na pet društvenih mreža. Na njima je moguća promidžba plaćenim oglašima (*paid*) i prirodnim (*organic*) putem – aktivnim pružanjem

sl.5. Serija videozapisa *Prilog uz glavno jelo*
sl.6. Videoobjave na društvenim mrežama AMI-ja. Kako bi zadovoljio svoju stalnu i stekao novu publiku, AMI je počeo producirati objave o kulturnoj baštini Istre na hrvatskom jeziku.

16 Arheološki muzej Istre, „Mrežne stranice Arheološkog muzeja Istre”, <http://www.ami-pula.hr/> (pristupljeno 12. lipnja 2020.).

17 Martić Štefan, Dunja; Širec Džodan, Tina, „Novo normalno: Virtualni svijet muzejske pedagogije: edukacija na društvenim mrežama i u virtualnim učionicama”, *Novo normalno – zbornik radova 11. skupa muzejskih pedagoga Hrvatske*, ur. Danko Dujmović (Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2021.) (članak u tisku).

18 Vodstvo je realizirano potkraj ove školske godine, nakon popuštanja epidemioloških mjera.

19 UNESCO, „Cutting Edge: Brokering a new future for cultural policymaking”, <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-brokering-new-future-cultural-policymaking> (pristupljeno 23. srpnja 2021.).

20 Snimio dizajner postava u Svetim srcima Vjeran Juhas.

21 Prema pozivu TMNT-a na snimanje videovodstva u trajanju od sedam minuta, #7minutamuzeja, u povodu Međunarodnog dana muzeja u novonastalim uvjetima.

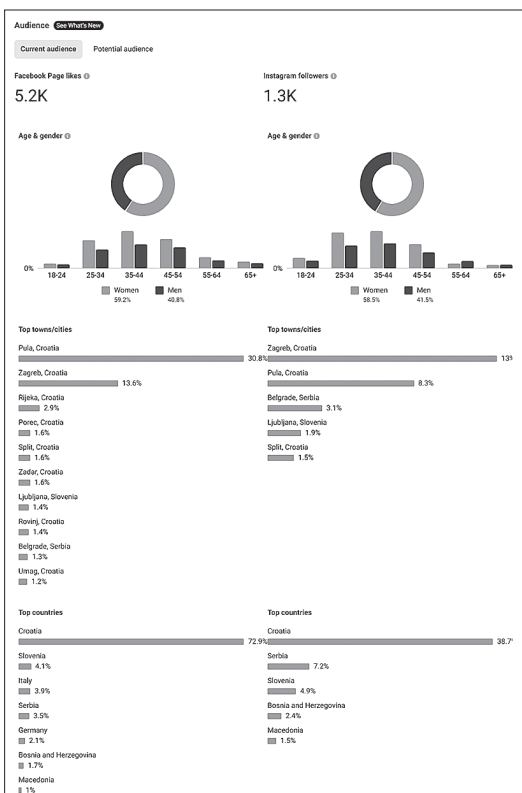
22 <https://www.facebook.com/watch/411544288891071/295585731447184>

23 *TikTok* trenutačno nudi trajanje videa od 15, 60 ili 180 sekundi.

	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE	TIKTOK
Datum pokretanja mreže	2012.	13. ožujka 2020.	13. ožujka 2020.	12. studenog 2020.	14. ožujka 2021.
Broj pratitelja u travnju 2020.	4870	583	70	—	—
Broj pratitelja u lipnju 2020.	5037	744	109	—	—
Broj pratitelja u listopadu 2020.	5232	935	129	—	—
Broj pratitelja na kraju 2020.	5431	1096	146	4	—
Broj pratitelja 15. srpnja 2021.	5762	1316	190	56	3876

Tablica 2. Rast broja pratitelja AMI-ja

sl.7. Demografija preuzeta s Facebook Business Suite Arheološkog muzeja Istre, 15. srpnja 2021.



24 Fulgoni, Gian, „How Brands Using Social Media Ignite Marketing and Drive Growth Measurement of Paid Social Media Appears Solid But Are the Metrics for Organic Social Overstated?“, *Journal of Advertising Research*, 55 (2015): 232.

25 Facebook.com. „Facebook Recently Announced a Major Update to News Feed; Here is what's changing“, <https://about.fb.com/news/2018/04/inside-feed-meaningful-interactions/> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

26 NapoleonCat.com. „Facebook users in Croatia June 2021“. <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

27 NapoleonCat.com. „Instagram users in Croatia June 2021“. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

28 NapoleonCat.com. „Instagram users in Croatia June 2021“. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

29 NapoleonCat.com. „Facebook users in Croatia June 2021“. <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

30 Nema samostalan pristup društvenim mrežama.

kvalitetnog sadržaja.²⁴ Facebook je 2018. objavio promjene u algoritmu radi stvaranja boljih veza među pojedincima na štetu reklamnog sadržaja.²⁵

Iz tablice 2. vidljivo je da je najveći skok u broju pratitelja EMI-ja na Facebooku i Instagramu zabilježen odmah nakon otvorenja Instagrama odnosno nakon intenziviranja kvantitete objava na društvenim mrežama. Broj je rapidno rastao do ljeta 2020., otkad bilježi postupan rast od nekoliko pratitelja na tjedan, s rijetkim tjednima stagnacije. Broj pratitelja rapidno je rastao u razdoblju kad okupljanja na kulturnim događanjima nisu bila dopuštena.

Twitter se pokazao uspješnijim u vremenu nakon smanjenja broja objava i promjene vrste kanala iz edukativnoga u informativni, što odgovara duhu te društvene mreže.

Facebook i Instagram – statistika. Iz dobne statistike Facebooka i Instagrama AMI-ja vidljivo je da te

društvene mreže Muzeja većinom prati publika u dobi od 35 do 44 godine, s tim da Instagram blago naginje u korist mlađih pratitelja, onih u dobi od 25 do 34 godine, dok Facebook obuhvaća šarolikiju skupinu od 25 do 54 godine. U Hrvatskoj je u lipnju 2021. na Facebooku najbrojnija dobna skupina bila ona od 25 do 34 godine (28 % ukupnog broja korisnika Facebooka),²⁶ dok je na Instagramu u istoj dobnoj skupini zabilježeno 34,3 % ukupnog broja korisnika Instagrama u Hrvatskoj.²⁷

Prema rodu posjetitelja, obje mreže AMI-ja ponajprije prati kategorija „žene“ (oko 60 %), dok je hrvatska statistika za lipanj 2021. na obje mreže relativno podjednaka, s blagim otklonom u korist osoba koje se izjašnjavaju kao žene (Facebook 51,4 %, Instagram 53,9 %).^{28,29}

Pratitelji AMI-ja većinom su s područja Hrvatske te iz Srbije i Slovenije, što je posebice vidljivo na Instagramu. Facebook pretežito prate Puljani, a iza njih su po brojnosti Zagrepčani, dok je na Instagramu obratno. Vidljiv postotak talijanskih pratitelja na Facebooku moguće je pripisati kulturološkoj povezanosti Italije i Istre. Takva je slika očekivana s obzirom na to da je jezik komunikacije hrvatski.

Predočena statistika pokazuje uspješnost u stvaranju sadržaja za ciljano publiku tih društvenih mreža – za odraslu široku populaciju s razumijevanjem hrvatskog jezika. Izuzetak su edukativni programi namijenjeni djeci mlađoj od 13 godina.³⁰

Youtube i TikTok. Muzejska YouTube stranica sjedinjuje videoradove AMI-ja poput otvorenja izložaba, Priloga uz glavno jelo i predavanja uz izložbe.

TikTok je brzorastuća mreža koja rapidno stari i iz svoje glazbeno-zabavne uloge prelazi u edukativnu. Specifičnost algoritma jest da pratiteljima i njihovim kontaktima ne nudi sadržaj poput Facebooka i Instagrama već se on širi ovisno o tome koliko je gledan i koliko je posjetitelja ostvarilo interakciju s njim.

To je osnovni razlog velikog broja pratitelja na TikToku u odnosu prema drugim mrežama Muzeja. Neposrednim načinom komunikacije na TikToku AMI ponajprije cilja na mlađu publiku koja samostalno pregledava mreže, pri čemu im želi ponuditi edukativni sadržaj u zabavnom formatu. Uz TikTokove objave povremeno se organiziraju



LIVE događaji koji uključuju pitanja i komunikaciju s publikom.

Dana 15. srpnja 2021. AMI-jev *TikTok* imao je 3876 pratitelja.

Zaključak. Iako su mnogi muzeji prije ožujka 2020. imali barem jednu društvenu mrežu, a većina ih je imala mrežnu stranicu, pandemija je bila katalizator koji je pokrenuo modernizaciju muzejske edukacije i virtualne prezentacije muzejske građe.

U proteklih godinu i četiri mjeseca AMI je prenio komunikaciju i dio edukacijskog programa u virtualni prostor. Time je omogućen pristup stalnoj publici, ali je otvoren i poligon za novu publiku koja dosad nije imala pristup sadržajima Muzeja zbog mjesta stanovanja ili nezainteresiranosti za klasične muzejske sadržaje.

Iz statističkih podataka *Instagrama* vidljivo je da je otvaranjem *Instagram* stranice AMI dobio znatan broj pratitelja u Zagrebu, čemu je pridonijela i mrežna suradnja sa školama. Iz mrežne statistike i komentara publike također je vidljivo otvaranje Muzeja prema iseljenicima iz udaljenih krajeva i stanovnicima susjednih zemalja, kao i širokoj publici koja je prije marginalno pratila rad kulturnih institucija.

AMI je uvidio važnost mrežne vidljivosti, te će nastaviti s edukacijskim i prezentacijskim programima kako u prostoru novoobnovljenog Muzeja i njegovih popratnih prostora i zbirki, tako i na mreži.

LITERATURA

1. Arheološki muzej Istre. „Mrežne stranice Arheološkog muzeja Istre”. <http://www.ami-pula.hr/> (pristupljeno 12. lipnja 2020.).
2. Buršić-Matijašić, K.; Matijašić, R. *Antička Pula s okolicom*. Pula: ZN Žakan Juri, 1996.
3. Mihovilić, K. *Nezakcij, Prapovijesni nalazi 1190. – 1953.* (Nesactium, Prehistoric finds 1900. – 1953.). Arheološki muzej Istre. Monografije i katalozi, br. 11, 2001.
4. Facebook.com. „Facebook Recently Announced a Mayor Update News Feed; Here is what's changing”. <https://about.fb.com/news/2018/04/inside-feed-meaningful-interactions/> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

5. Fulgoni, Gian. „How Brands Using Social Media Ignite Marketing and Drive Growth Measurement of Paid Social Media Appears Solid But Are the Metrics for Organic Social Overstated?” *Journal of Advertising Research*, 55 (2015): 232-236.

6. Jelavić, Ž. „Muzej kao mjesto učenja i uloga muzejske edukacije”. http://izdavastvo.ffri.hr/wp-content/uploads/2016/11/Puriteka_3_izmjena.pdf (pristupljeno 9. srpnja 2021.).

7. Martić Štefan, Dunja; Širec Džodan, Tina. „Novo normalno: Virtualni svijet muzejske pedagogije: edukacija na društvenim mrežama i u virtualnim učionicama”. *Novo normalno – zbornik radova 11. skupa muzejskih pedagoga Hrvatske*, ur. Danko Dujmović. Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2021. (članak u tisku).

8. Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske. „Odluka o proglašenju epidemije bolesti COVID-19 uzrokovana virusom SARS-CoV-2”, 11. ožujka 2020. <https://zdravstvo.gov.hr/UserDocsImages/2020%20CORONAVIRUS/ODLUKA%20O%20PROGLAŠENJU%20EPIDEMIJE%20BOLESTI%20COVID-19.pdf> (pristupljeno 15. srpnja 2021.).

9. NapoleonCat.com. „Instagram users in Croatia June 2021”. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

10. NapoleonCat.com. „Facebook users in Croatia June 2021”. <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-croatia/2021/06> (pristupljeno 16. srpnja 2021.).

11. UNESCO. „Cutting Edge: Brokering a new future for cultural policymaking”. <https://en.unesco.org/news/cutting-edge-brokering-new-future-cultural-policymaking> (pristupljeno 23. srpnja 2021.).

Primljeno: 30. srpnja 2021.

THE DEVELOPMENT OF SOCIAL MEDIA OF THE ARCHAEOLOGICAL MUSEUM OF ISTRIA

When culture and art institutions were closed to the public in March 2020, the Archaeological Museum of Istria switched its communication with the public over to social media. To reinforce the existing Facebook page, Instagram and Twitter profiles were created and in November 2020 a YouTube channel. Since March 2021 the museum has also featured on Tik Tok.

In order to satisfy its existing and to gain a new audience, AMI started to produce announcements about the cultural heritage of Istria in Croatian, making use of social media as means of education and not only of information. A programme that was meant for schools was prepared to match that for the general public.

By way of answer to the question What Does a Museum Do When its Doors are Closed? a short video was produced called *Side Dish*, which tracked museum activities – a view of exhibitions, a look at museum work otherwise invisible to the public like archaeological field research, the work of the restoration and conservation laboratories and the presentation of the monumental heritage of Istria.

sl.8. *TikTok* Arheološkog muzeja Istre