

Muzeji i digitalna transformacija

UPITNIK POVODOM EDUKATIVE AKCIJE
HRVATSKOG MUZEJSKOG DRUŠTVA -a 2023
REZULTATI

UVOD

Proces digitalne transformacije društva realnost je koja usmjerava naše svakodnevne aktivnosti i uobičajene prakse. Razlike između fizičkog i virtualnog svijeta sve se više stapaju u jedinstvenu realnost: posao, socijalizacija, edukacija, informiranje, birokracija, slobodno vrijeme... događaju se istovremeno u jednom i drugom prostoru. Muzeji nisu iznimka. Na različitim nivoima, digitalno se transformiramo, iznutra i prema vani.

CILJ UPITNIKA

Istražiti potrebe i razmišljanja posjetitelja, muzejskih korisnika, i onih koji bi to mogli postati, od iznimne je važnosti za razvoj muzeja i muzejskih sadržaja općenito. U ovom konkretnom slučaju, zanimalo nas je istražiti koje su navike i potrebe građana po pitanju muzejskih aktivnosti i sadržaja u digitalnom okruženju.

PROVEDBA UPITNIKA

Anketno istraživanje provedeno je u razdoblju od 25.04.-15.05.2023. Upitnik je izrađen u Google Forms aplikaciji i ispunjavan je online. Poziv na sudjelovanje išao je putem muzejskog Facebook profila. Ponuđena pitanja podjeljena su u četiri sekcije:

1. Opći podaci
2. Korištenje interneta i digitalnih uređaja
3. Kultura online
4. Muzeji online

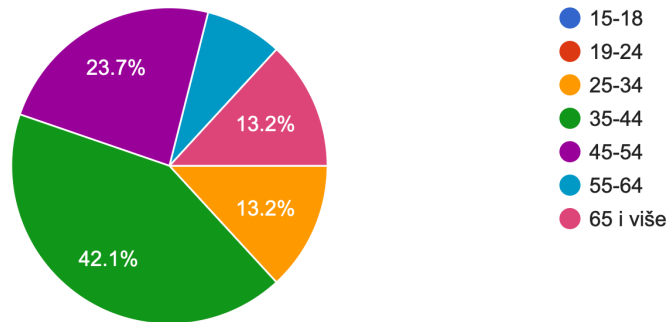
REZULTATI

1. Opći podaci:

Ukupan broj ispitanika iznosi 38. Daleko najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini između 35 i 55 godina (gotovo 70%). Ispitanici od 55 godina do 65 i više čine oko 20% a indikativno je da najmanji postotak ispitanika čine mladi do 35 godina (oko 10 %). Među njima, nitko između 15 i 24 godina. Prema spolu, nešto je veći broj ženske populacije (oko 60%) u odnosu na mušku (oko 35%) i na one kojima spolno opredjeljenje nije važno (oko 5%). Prema lokaciji, najviše ispitanika živi u Istarskoj županiji (oko 85%), dok je ostatak podjeljen na županije iz drugih krajeva Hrvatske (PGŽ, Zagrebačka, Karlovačka, Sisačko-moslavačka).

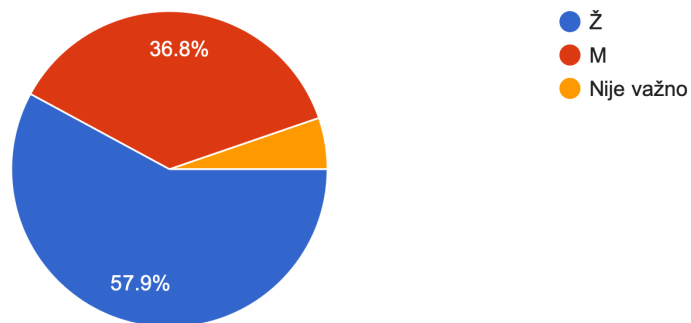
Koliko imate godina?

38 responses



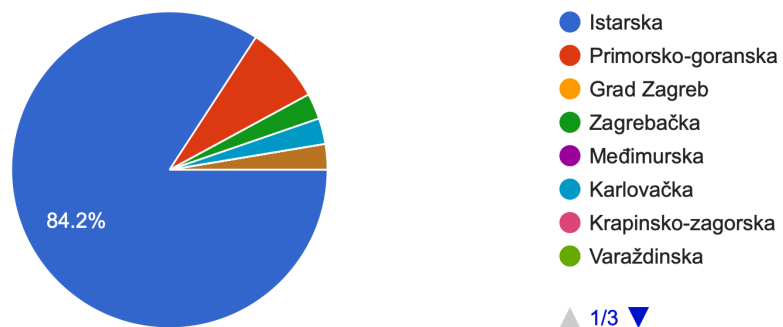
Kojeg ste spola?

38 responses



U kojoj županiji živite?

38 responses

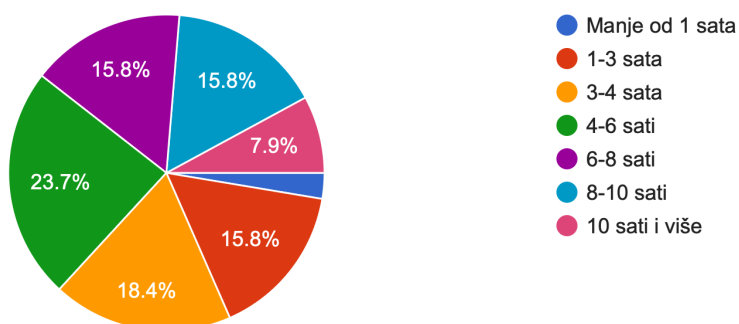


2. Korištenje interneta i digitalnih uređaja

Na pitanje o vremenu provedenom na internetu, jedna trećina ispitanika koristi se internetom do 4 sata, oko 40% ispitanika između 4 i 8 sati dok oko 25% ispitanika internet koristi više od 8 sati dnevno. Oko 2/3 ispitanika pri korištenju interneta najviše se služi osobnim računalom dok se preostali dio najviše služi smartphonom te podjednako računalom i drugim mobilnim uređajima.

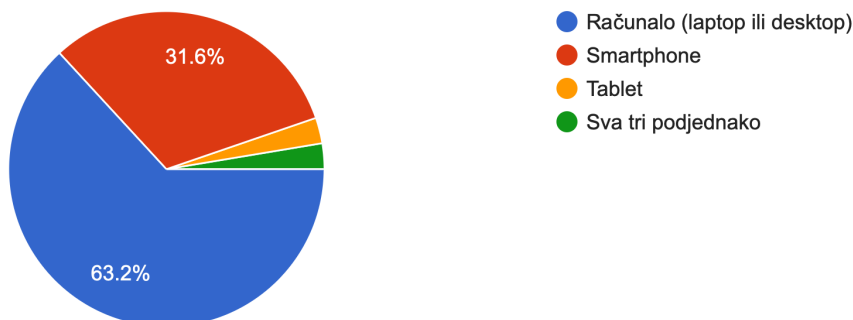
Okolo 65% svjetske populacije koristi se internetom. Ako ispunjavate ovaj upitnik, to ste zasigurno i vi. Koliko u prosjeku, prema vašoj procjeni, koristite internet svakodnevno na svim vašim uređajima?

38 responses



Pri korištenju interneta, kojim se uređajem najviše služite?

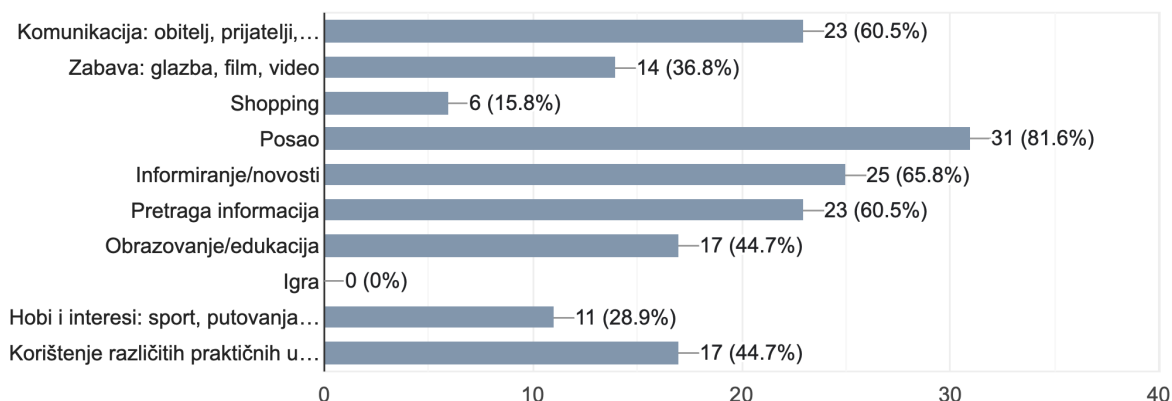
38 responses



Glavni razlozi korištenja interneta, prema ponuđenim mogućnostima, dosta su ravnomjerno podijeljeni. Najviše se ističu: posao, informiranje, pretraga informacija i komunikacija. Korištenje interneta iz praktičnih razloga (razne usluge poput e-bankarstva, e-gradani i drugo), obrazovanje i edukacija te zabava (glazba/film) podjednako su navedeni. Hobi i drugi osobni interesi uz internet kupovinu najmanje su zastupljeni kao razlozi korištenja interneta. Zanimljivo, igru na internetu nitko ne spominje od ispitanika kao jednim od glavnih razloga korištenja. To se podudara s početnom informacijom o ne sudjelovanju mlađe populacije u ovom upitniku.

Koji su glavni razlozi korištenja interneta. Odaberite do najviše pet odgovora.

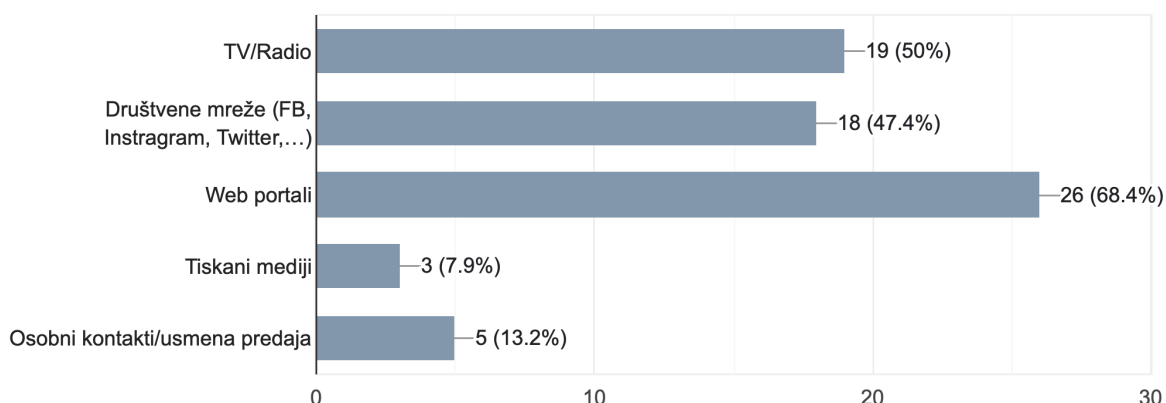
38 responses



Kao glavni izvori informacija ispitanika navode se web portali. Podjednako se za tu svrhu koriste društvene mreže i TV/Radio. Tiskani mediji neznatnu su zastupljeni kao izvor informacija kod ispitanika, manje i od informacija koja idu putem osobnih kontakata.

Koji su vam glavni izvori informacija? Odaberite do najviše dva odgovora.

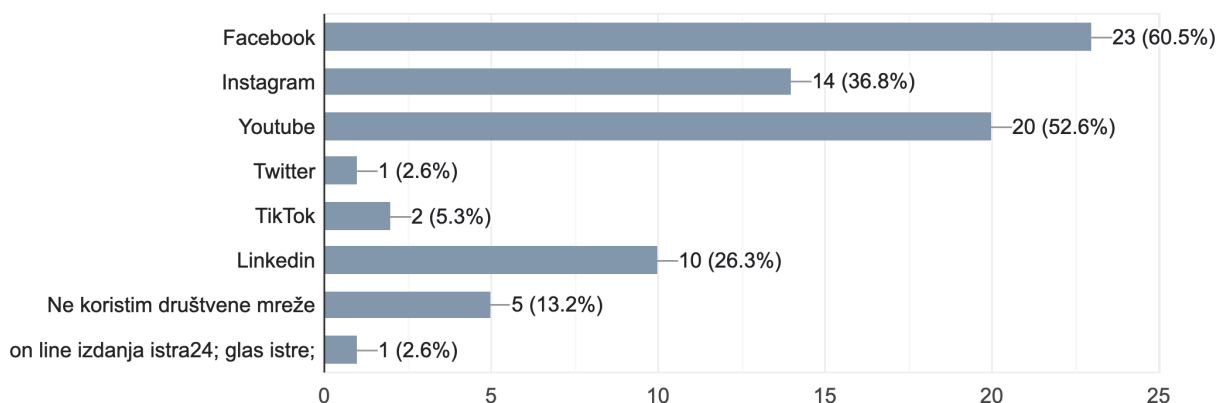
38 responses



Facebook, Youtube i Instagram najzastupljenije su društvene mreže i web aplikacije koju ispitanici svakodnevno koriste. Osim Linkedina koji se nešto ipak koristi, ostale mreže poput Twittera i TikToka ispitanici jedva da koriste. Oko 15 % ispitanika uopće ne koristi društvene mreže.

Koje od navedenih web aplikacija/društvenih mreža najviše koristite. Odaberite do najviše tri odgovora.

38 responses

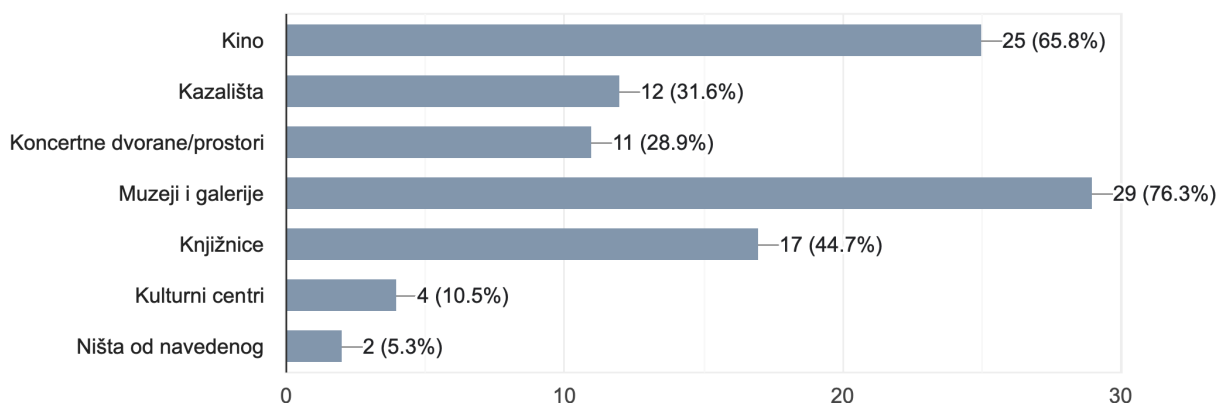


3. Kultura online

Od institucija i prostora namjenjenih za kulturne sadržaje i aktivnosti, ispitanici daleko najviše posjećuju uživo muzeje i kina. Kazališta i prostori namjenjeni za izvođenje glazbe podjednako su posjećeni, knjižnice nešto više od njih a najmanje su u tom društvu zastupljeni specijalizirani kulturni centri. Samo dva ispitanika ne posjećuju ništa od navedenog.

Koje od navednih institucija i prostora za kulturu najviše posjećujete uživo? Odaberite do najviše tri odgovora.

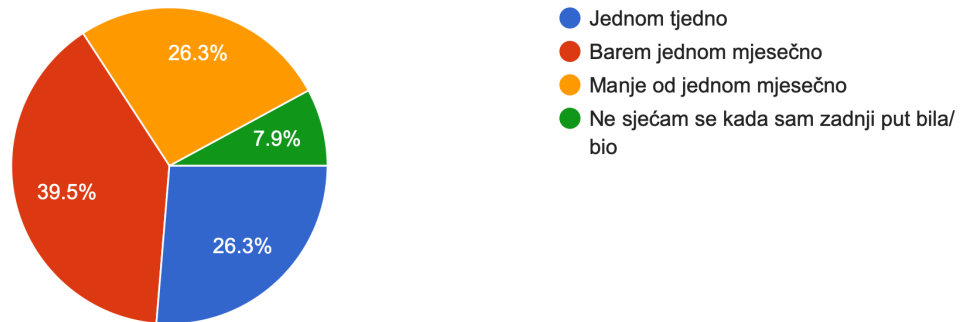
38 responses



Što se učestali posjeta tim mjestima tiče, ispitanici na ta mjesta u najvećoj mjeri odlaze barem jednom mjesečno (oko 40 %). Više i manje od toga gotovo njih 25%, dok oko 8% ispitanika ne zna kad je zadnji put bio na nekom takvom mjestu.

Koliko često odlazite sve zajedno na ta mjesta?

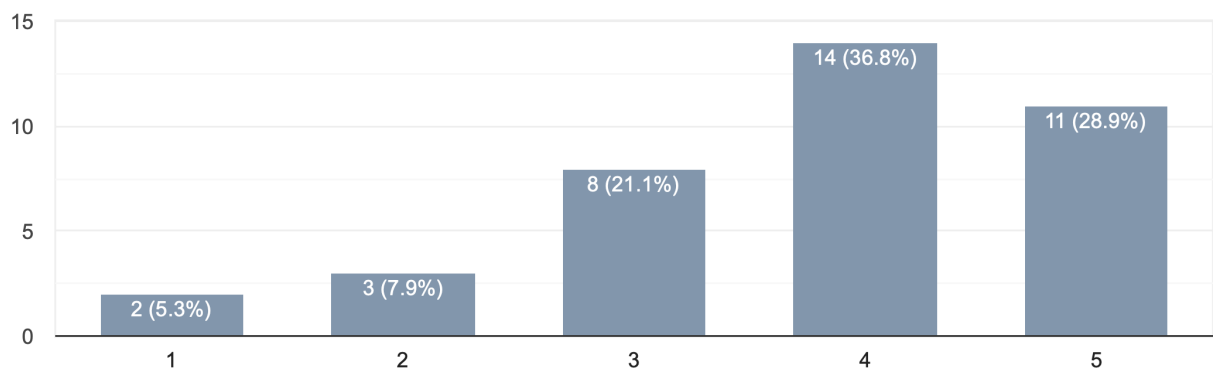
38 responses



Prema dostupnim podacima, može se zaključiti da ispitanici dosta često konzumiraju kulturne sadržaje na internetu. Većina (oko 60%) preferira pratiti kulturne sadržaje online, 1/3 ispitanika podjednako a oko njih oko 10% preferira online sadržaje.

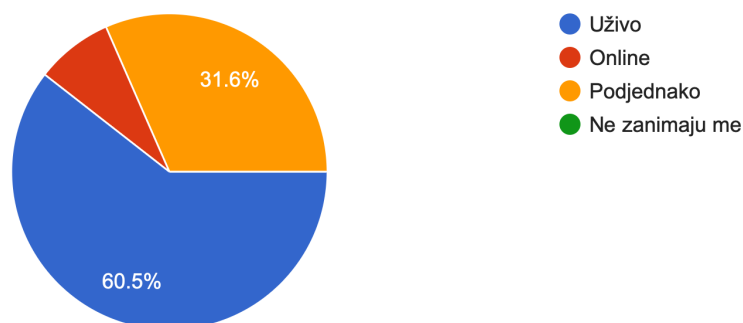
Koliko često konzumirate sadržaje iz područja kulture na internetu?

38 responses



Da li kulturne sadržaje radije pratite uživo ili online?

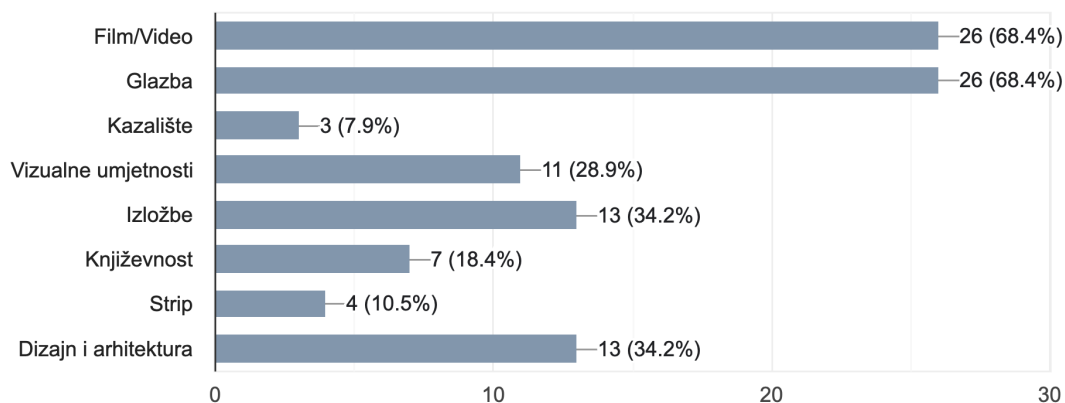
38 responses



Film i glazba daleko su najpraćeniji sadržaji dostupni na internetu. Podjednako slijede izložbe, sadržaji koji se odnose vizualne umjetnosti, dizajn i arhitekturu. Nešto manje su zastupljeni književnost i strip dok je kazalište u ovom društvu najmanje zanimljivo za praćenje online.

Koje sadržaje iz područja kulture najviše pratite na Internetu? Odabirite do najviše tri odgovora.

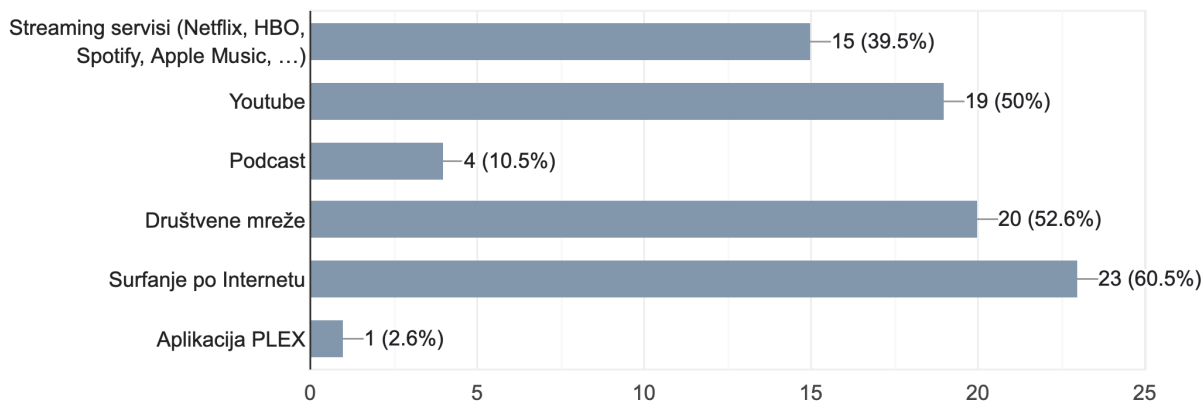
38 responses



Način na koji se dolazi i prati sadržaj na internetu dosta je podjednako podijeljen. Surfanje internetom neka je najustaljenija metoda, a osim toga tu su još i društvene mreže, Youtube i različiti streaming servisi. Podcasti su također prisutni no privlače namjanji broj ispitanika. Zaključno, ispitanici su relativno zadovoljni sadržajem iz područja kulture dostupnim na internetu.

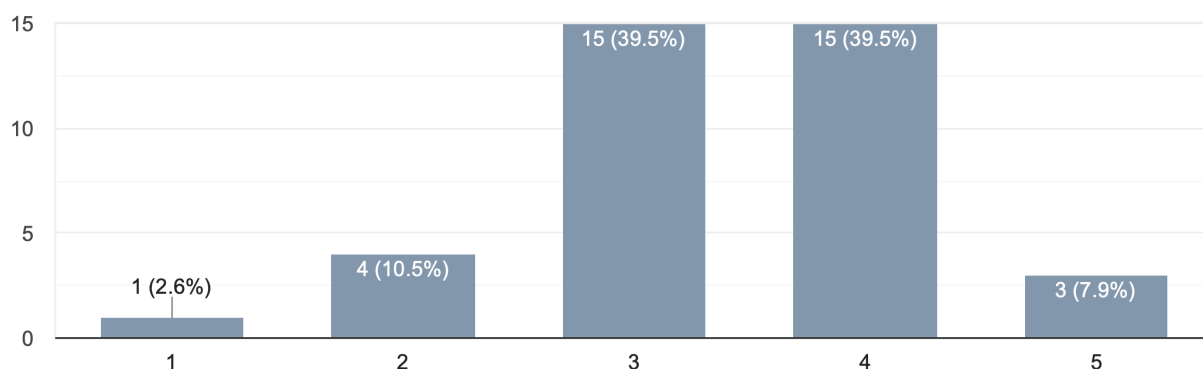
Na koje načine najviše konzumirate kulturne sadržaje na Internetu? Odabirite do najviše dva odgovora.

38 responses



Koliko ste zadovoljni sadržajem koje pronalazite na Internetu iz područja kulture koje vas najviše zanima?

38 responses

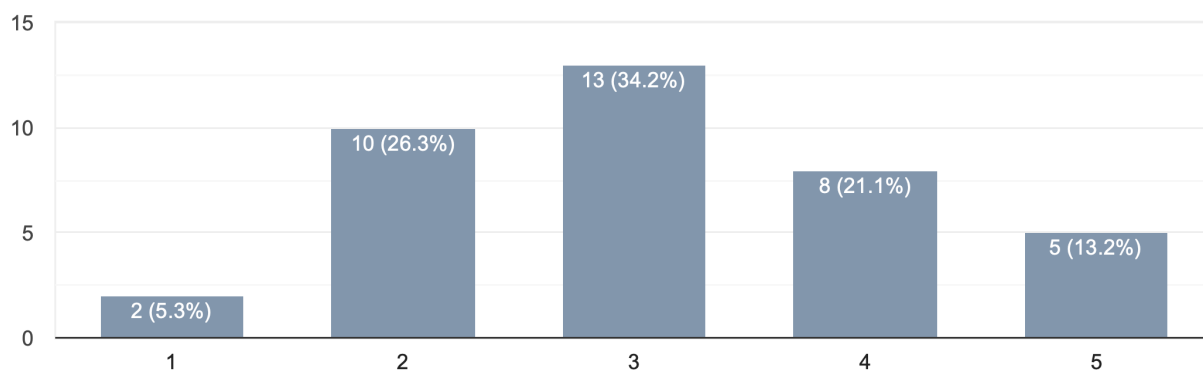


4. Muzeji online

Posjećenost muzeja kod ispitanika - i u fizičkom i u virtualnom svijetu - je podjednaka i generalno dobra. Kao i kod kulturnih sadržaja, muzejske sadržaje ispitanici radije prate uživo nego online. Mada, kao i u prethodnom slučaju, interes za digitalnim sadržajima je podjednako zanimljiv ili zanimljiviji njima 40%.

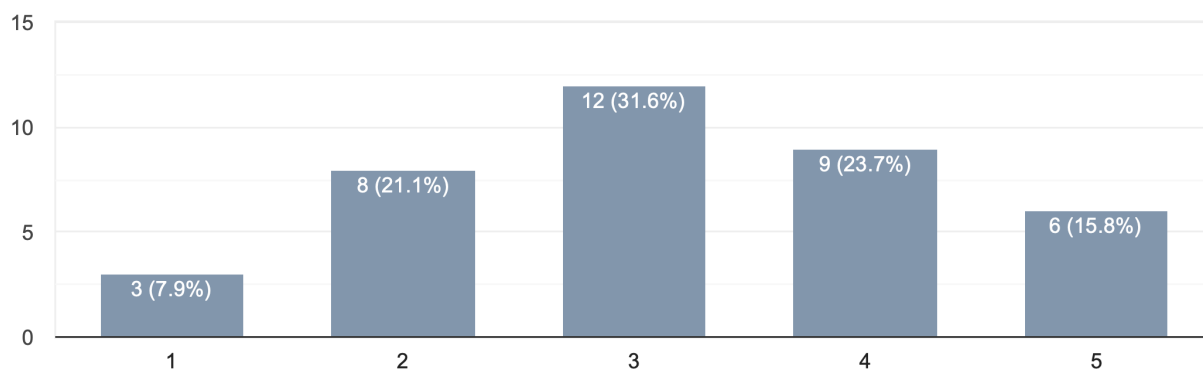
Koliko često posjećujete muzeje uživo? 1=nikada; 5=jako često.

38 responses



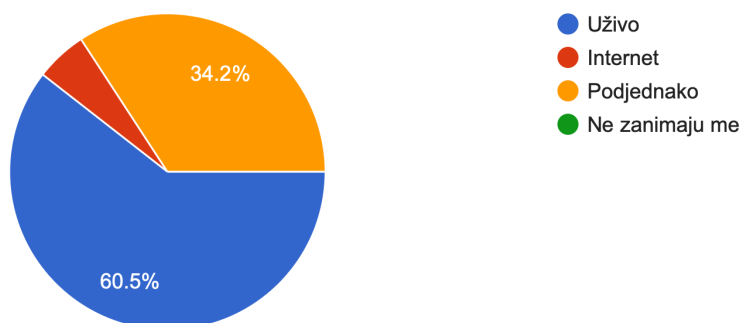
Koliko često pratite aktivnosti i programe različitih muzeja na Internetu?

38 responses



Da li muzejske programe i sadržaje radije pratite uživo ili na internetu?

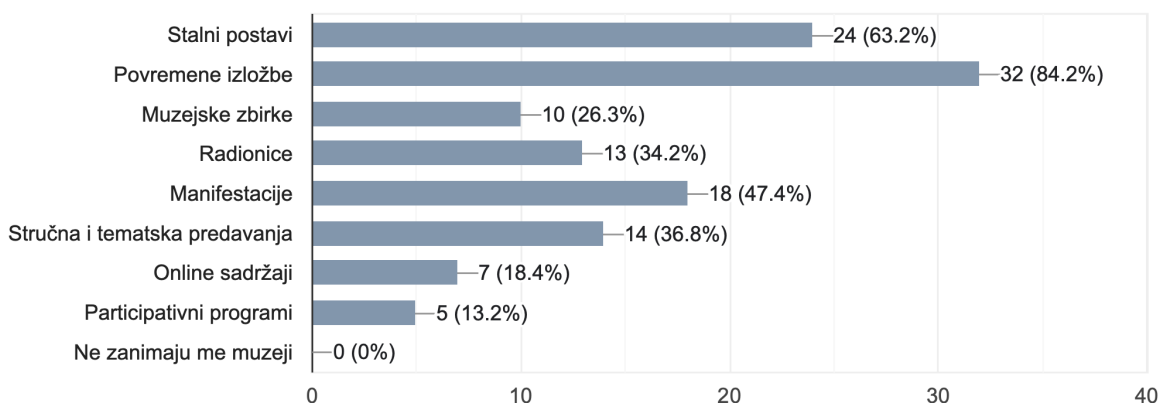
38 responses



Ispitanicima su od muzejskih sadržaja najzanimljiviji izložbene aktivnosti: povremene izložbe i stalni postavi. Različite manifestacije, stručna i tematska predavanja i radionice podjednako su zanimljive ispitanicima i ne prolaze nezapaženo. Kao i muzejske zbirke. Ispitanicima su nešto manje zanimljivi dostupni online sadržaji i različiti participativni programi.

Koji vas od navedenih muzejskih programa i sadržaja najviše zanimaju? Odaberite do najviše pet odgovora.

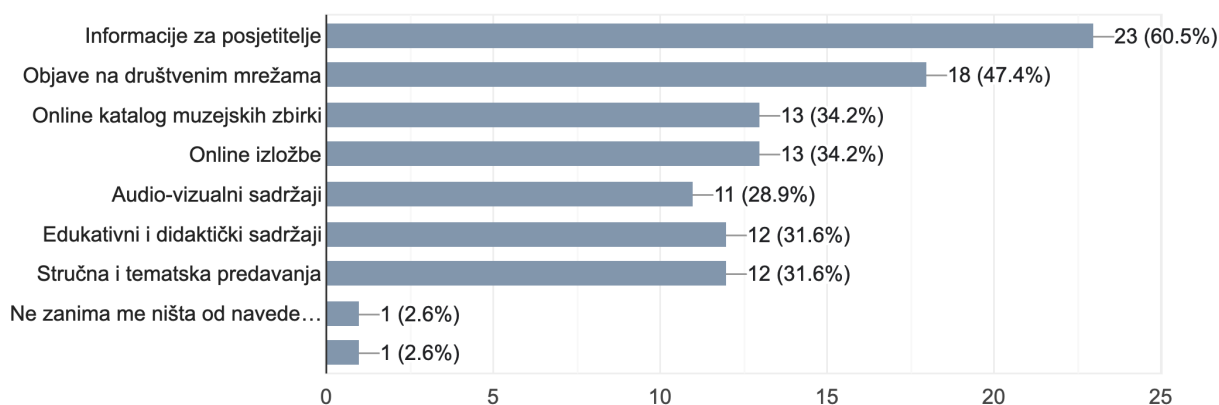
38 responses



Što se muzejskih online sadržaja tiče, ispitanici najviše konzultiraju informacije za posjetitelje i objave na društvenim mrežama. Osim toga, ispitanike podjednako zanimaju online izložbe, online katalogi muzejskih zbirki, audio-vizualni i edukativni sadržaji, predavanja.

Koji muzejski sadržaji na internetu vas najviše zanimaju? Odaberite do najviše tri odgovora.

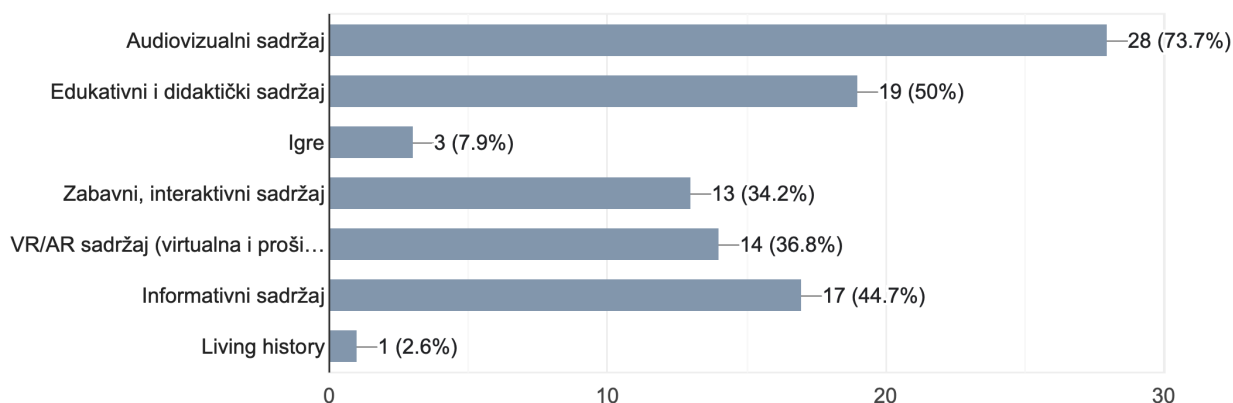
38 responses



Audio-vizualni sadržaji u muzejskim postavima najviše privlači ispitanike. Osim toga, ispitanike podjednako zanima i druga vrsta digitalnih sadržaja u muzejima: edukativno-didaktički, informativni, interaktivni sadržaj namjenjen za zabavu, virtualna i proširena realnost. Igre su i u ovom slučaju najmanje privlačene ispitanicima.

Koji multimedijalni sadržaji u muzejskim postavima vas najviše privlače? Odaberite do najviše tri odgovora.

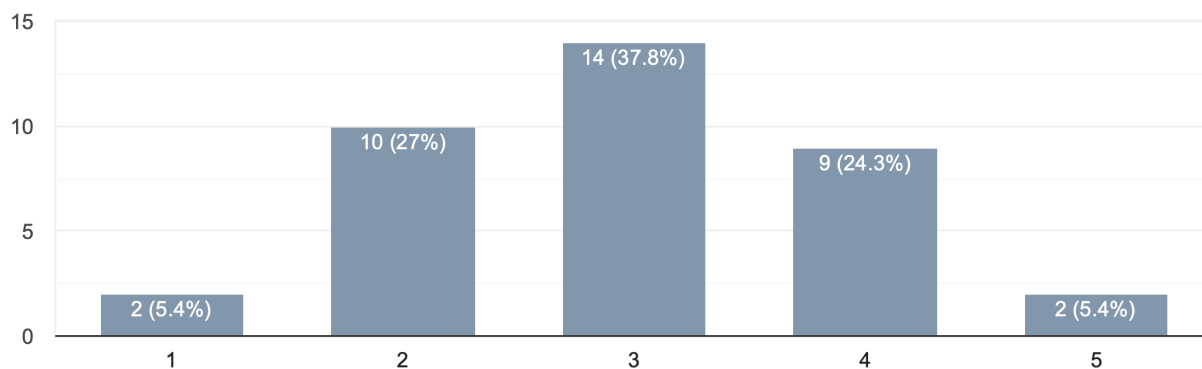
38 responses



Posjećenost lokalnim muzejima kod ispitanika relativno je dobra. Isto vrijedi i za poznavanje dostupnih digitalnih sadržaja u izložbenim postavima. Ispitanici su prosječno zadovoljni s kvalitetom i vrstom sadržaja u izložbenim postavama muzeja koji se nalaze u njihovom okruženju. Isti rezultati se odnose i na dostupne online sadržaje muzeja.

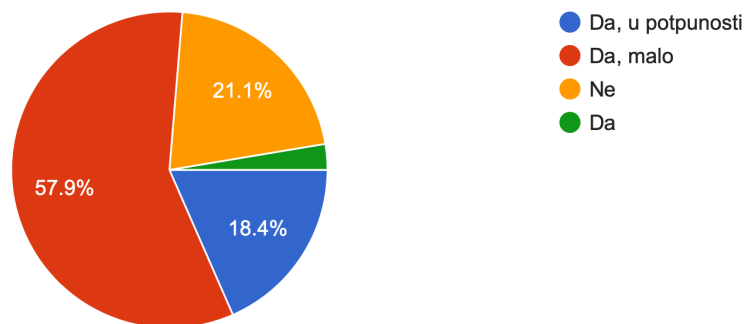
Koliko često odlazite u posjet muzejima koji se nalaze u vašoj blizini?

37 responses



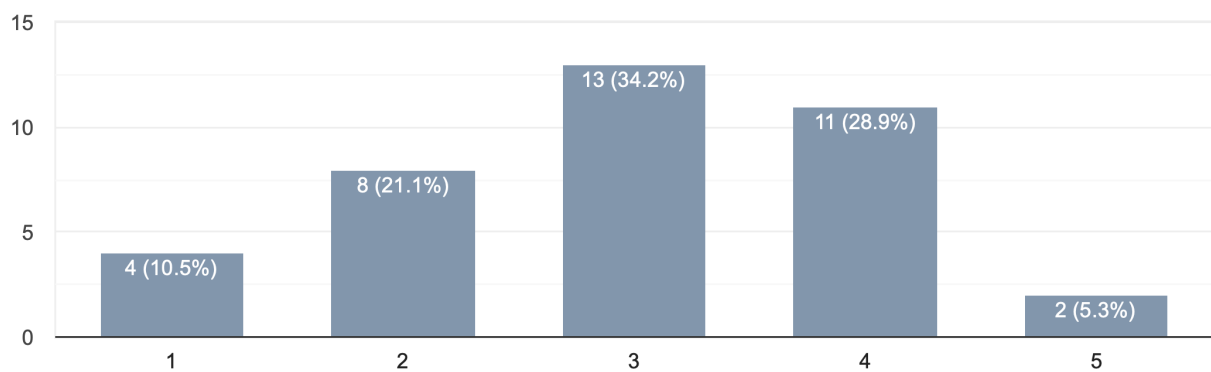
Jeste li upoznati s dostupnim digitalnim sadržajima u izložbenim postavima muzeja koji se nalaze u vašoj blizini?

38 responses



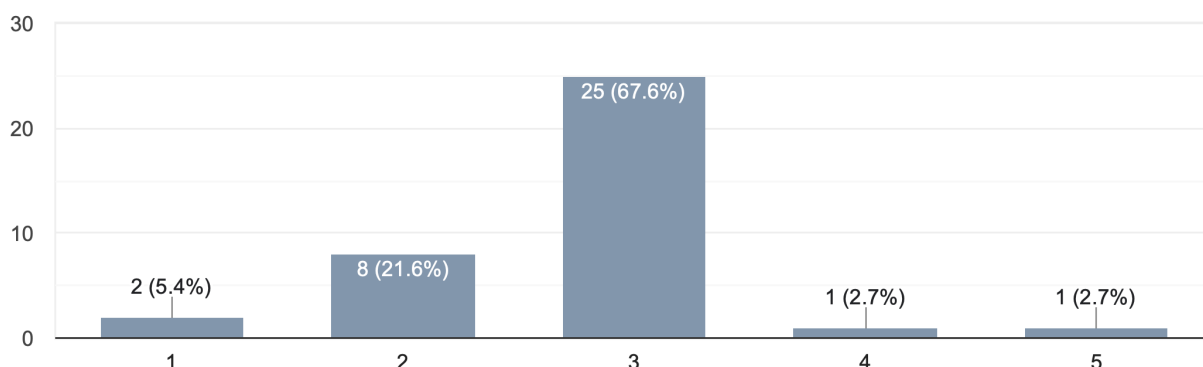
U kojoj ste mjeri upoznati s dostupnim web sadržajima muzeja koji se nalaze u vašoj blizini?

38 responses



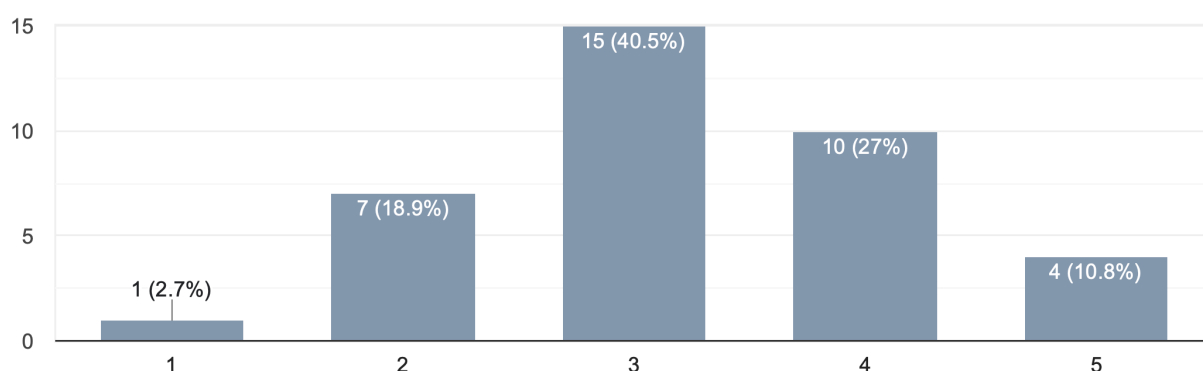
Jeste li zadovoljni s postojećim dodatnim digitalnim sadržajima muzeja koji se nalaze u vašem okruženju dostupnim na internetu?

37 responses



Jeste li zadovoljni s općim informacijama muzeja koji se nalaze u vašoj blizini dostupnim na internetu?

37 responses

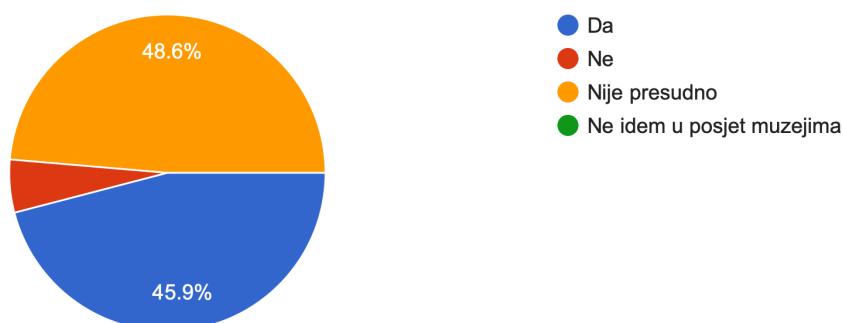


Od dodatnih stvari koje bi voljeli više vidjeti u postavima ili na webu, u većini slučajeva ispitanici navode online izložbe, informacije o muzejskim zbirkama, prikaze zbirki i predmeta iz fundusa, edukativni i didaktički sadržaj primjeren za djecu, VR sadržaji, rasprave i komunikacija...

Polovicu ispitanika dostupnost informacija i sadržaja potiče da odlaze češće u posjet muzeju, dok za drugu polovicu to nije presudno. S druge strane, gotovo se svi slažu da razvoj i ulaganje u digitalne sadržaje u okviru muzejskih aktivnosti ima smisla, da doprinosi boljoj komunikaciji s posjetiteljima, pridonosi privlačnosti kod mlađe populacije, čini muzejsku građu dostupnijom i potiče na razvoj odnosa sa zajednicom.

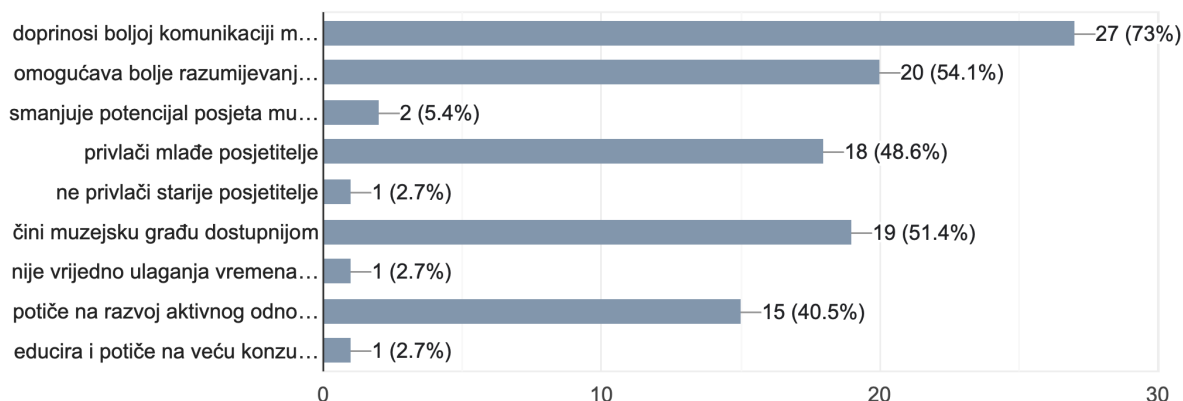
Da li vas zadovoljavajuća dostupnost informacija i sadržaja na internetu potiče da odlazite češće u posjet muzeju/muzejima?

37 responses



Odaberite nastavak rečenice koji po vašoj procjeni ima smisla. Razvoj digitalnih sadržaja u kontekstu muzejske djelatnosti, muzejskih programa i aktivnosti...

37 responses



5. Zaključak

Prva činjenica koja proizlazi iz rezultata ankete je nedostatak mlađe populacije među korisnicima. Aktivno djelovanje u smjeru digitalne transformacije zasigurno može utjecati na bolju perspektivu i prepoznatljivost u tom smjeru. U neku ruku, to su i poruke koje proizlaze iz odgovora ispitanika. Generalno, ispitanici gledaju blakonaklono na razvoj digitalnih tehnologija, sadržaja i aktivnosti u okviru onih muzejskih, ali i drugih područja kulture općenito. Digitalno ne kao zamjena za postojeće forme, već komplementarno tome. Nadopuna u skladu s prostorom i vremenom kojem svjedočimo, s potrebama i navikama s kojima živimo. Isto tako, iz odgovora ispitanika, iščitava se i potreba za suradnjom s drugim institucijama, posebno onima obrazovnog karaktera. Uloga muzeja danas okrenuta je prema zajednicama koje predstavlja. Vidljivo je iz prikupljenih odgovora da se to od njih i očekuje. Na muzejima i drugim institucijama i akterima u kulturi je da pronađu načine kako to postići. Digitalna transformacija, razvoj i ulaganje u nove prezentacijske, informacijske i edukacijske modalitete, može zasigurno poslužiti kao jedan od nužnih smjerova na tom putu.