
MUZEJI I GALERIJE U SRBIJI

ISTRAŽIVANJA

Publika muzeja i galerija, kao i publika umetnosti uopšte, kod nas se veoma retko istražuje kako u sociologiji kulture, tako i u marketingu, a bar ova druga danas predstavljaju rutinski zahvat i standard poslovanja muzeja u svetu. Poslednje celovitije istraživanje muzejske publike u Srbiji izvršio je Zavod za proučavanje kulturnog razvitka još 1977. godine.

Ovo istraživanje je pre svega pokušalo da da odgovor u kojoj meri muzejske i galerijske ustanove *deluju* u sredini u kojoj se nalaze, kako svojim programima i aktivnostima odgovaraju na promenjene društvene okolnosti, nove potrebe i vrednosti okruženja.

Smatrali smo da analiza muzejske publike ima smisla samo ako se sagleda u kontekstu ukupne analize muzejske delatnosti, kulturne ponude muzeja i galerija i oblika njihove prakse. A kako je muzejska praksa često uslovljena zadacima kulturne politike, to je istraživanje obuhvatilo i ovaj domen, ali samo u meri u kojoj se reflektuje na ponašanje muzejske publike, tj. u meri u kojoj stimuliše muzeje, tj. muzejske radnike, da razvijaju sopstvene komunikacione programe.

Da bi se odgovorilo postavljenim ciljevima neophodno je bilo organizovati sledeća istraživanja:

1. Istraživanje kulturne politike i njenih instrumenata u oblasti muzejske delatnosti s posebnim osvrtom na

ISTRAŽIVANJA

odnos prema publici (kod nas i u svetu) – komparativni metod.

2. Istraživanje animacionih i marketinških metoda kao i oblika pedagoškog rada muzeja Srbije – anketa je obuhvatila uzorak od 48 muzeja u Srbiji.

3. Istraživanje publike muzeja Srbije – anketom je obuhvaćen 971 ispitanik (planirani uzorak 1000). U smislu regionalne zastupljenosti planirana struktura: Beograd – 25%, Vojvodina 25%, Kosovo 10%, južna Srbija 10%, Šumadija 10%, istočna Srbija 10%, zapadna Srbija 10% uglavnom je ostvarena. Takođe, uzorak je vodio računa i o ravnomernoj zastupljenosti publike različitih tipova muzeja i galerija, od kompleksnih, preko specijalističkih – likovnih, arheoloških, etnoloških... do tehničkih i napokon monografskih muzeja (Nikole Tesle itd.) do galerija: sa stalnom izložbenom postavkom, povremenim (žirirane, komercijalne...) itd. Istraživanje je obavljeno u periodu od 15. marta do 1. maja 1996. godine.

4. Dubinski intervju je obavljen sa 100 posetilaca u različitim muzejima Srbije.

5. Sprovođenje ankete: Srpski imaginarni muzej¹ predstavljalo je pokušaj da se utvrdi lista od 50 eksponata srpske umetnosti u svesti muzejske publike, kao i liste najpoznatijih srpskih slikara i vajara.

Sva ova istraživanja rezultirala su posebnim studijama, a u ovom broju *Kulture* objavljujemo tri kraća teksta koja odgovaraju profilu časopisa i interesovanjima njegovih čitalaca.

Milena Dragičević-Šešić, rukovodilac istraživanja i autorski tim: Borivoje Šurdić, Gordana Dobrić, Branimir Stojković, Milica Cukić, Saša Srećković i Tatijana Rap.

¹ Prema A. Malrou (André Malraux) – *Le musée imaginaire*, Gallimard, Paris, 1965. Malro je ovaj termin uveo u istoriju i teoriju umetnosti upravo preispitujući ulogu muzeja i savremenih tehnologija (tada fotografije) u našoj percepciji i poimanju umetnosti.