

Ko muziejuose ieško suaugusieji arba dar kartą apie muziejų lankytojų motyvaciją

Arūnas BĖKŠTA, Nideta JAROCKIENĖ

Muziejų galima laikyti kultūrine laisvalaikio institucija. Prie tokių dar galima priskirti bibliotekas, nacionalinius parkus, botanikos ir zoologijos sodus, mokslo centrus, paveldo objektus, teatrus, kultūros centrus. Kultūrinės laisvalaikio institucijos turi tokias charakteristikas (Packer ir Ballantine, 2002):

- Suteikia tiesioginį santykį (patyrimą) su realiais objektais, žmonėmis ar vietomis;
- Mokymasis yra savanoriškas;
- Mokymąsi stimuliuoja (žadina) besimokančiojo poreikiai ir interesai;
- Mokymasis yra socialiai tarpininkaujamas;
- Lankytojai ateina vieni, mažomis arba šeimos grupėmis, skirtingų lyčių, skirtingo amžiaus ir su skirtingais mokymosi stiliais ir patirtimi.

2004 m. Lietuvoje atliktas gyventojų kultūrinių poreikių sociologinis tyrimas parodė, kad kultūrinė veikla yra svarbus žmonių laisvalaikio poreikis ir Lietuvoje užima trečią vietą (po bendravimo su šeima ir draugais). Daugelio Lietuvos gyventojų nuomone, svarbiausi kultūros renginiai yra šventės ir koncertai. Vertinant kultūros įstaigų reikalingumą, antroje vietoje atsidūrė bibliotekos ir teatrai – apie pusę atsakiusių pažymėjo, kad bibliotekos (51 proc.) bei teatrai (50 proc.) jiems atrodo reikalingi ir visiškai patinka. Kritiškiausiai vertinami muziejai: mažiausiai daliai apklaustų žmonių (44 proc.) jie visiškai patinka ir atrodo esą reikalingi, o 9 proc. atsakiusių muziejus įvardija nereikalingais. Šis tyrimas parodė, kad muziejams Lietuvoje vis dar sunku prisitaikyti prie pokyčių ir keisti požiūrį į lankytojus. Kas yra mūsų lankytojai, kokia jų motyvacija ir

WHY DO ADULT PEOPLE COME TO MUSEUMS? OR ONCE AGAIN ABOUT THE MOTIVATION OF MUSEUM VISITORS

Arunas BĖKŠTA, Nideta JAROCKIENĖ

The sociological survey on the cultural needs of Lithuania's population has showed that cultural activities is an important need in the leisure of Lithuanians and rank third after spending time with family and friends.

To the opinion of most Lithuanians, the most important cultural events are festivals and concerts. Speaking about the necessity of culture institutions, the second place was taken by libraries and theatres: about half of the respondents said that libraries (51%) and theatres (50%) are necessary and they satisfy their needs. Museums received the most critical opinions: the smallest part of the respondents (44%) said they liked them and they seemed to be necessary, while 9% said they did not need them at all. The survey has demonstrated that museums in Lithuania find it difficult to hold in hand in hand with the latest developments and change the attitude towards their visitors. "Who are their visitors?", "What is their motivation and expectations?" – these are the major questions to be answered by all museums, authors of the article say.

lūkesčiai – tai svarbiausi klausimai, į kuriuos šiandien turėtų atsakyti kiekvienas muziejus.

Tai kas gi yra tas suaugęs muziejaus lankytojas? Tyrimai atlikti įvairiose pasaulio šalyse ir muziejuose, leidžia charakterizuoti lankytojus. Paprastai statistiniai muziejaus lankytojai turi aukštą išsilavinimą, užimtumą, yra 35-60 metų, aktyviai lankosi kultūrinio laisvalaikio institucijų veikloje. Muziejuose vyrauja tokios trys socialinės grupės: poros, grupės moterų ir vyrai, atėję vieni. Pagrindinis lankytojas – moterys. Tą patvirtina ir tyrimai Lietuvos dailės muziejuje. LDM lankytojai buvo apklausiami 1999 m. gegužės mėn. per parodą „Žalgirio mūšis“, eksponuotą Taikomosios dailės muziejuje. 59 proc.

apsilankiusių buvo moterys, 41 proc. – vyrai. Parodos „Krikščionybė Lietuvos mene“ lankytojai tirti du kartus: 2000 m. vasario ir balandžio mėnesį. Iš vasario mėn. vykdytos apklausos paaiškėjo, kad 68,9 proc. parodos lankytojų buvo moterys, 31,1 proc. – vyrai, 26,0 proc. lankytojų sudarė moksleiviai, 20,0 proc. – pensininkai, 7,3 proc. – studentai.

J. Pekeris ir R. Balantainas (J. Packer ir R. Ballantyne) (2002) atliko tyrimus trijose institucijose: muziejuje (gamtos ir kultūros), meno galerijoje (nuolatinė Australijos ir užsienio tapybos, skulptūros, grafikos, taikomojo meno ekspozicija) ir akvariume. Lankymosi priežasčių klausimyną sudarė 40 klausimų, kurie apibendrinti penkiose kategorijose:

1. **MOKYMASIS IR ATRADIMAS** (poreikis atrasti naujus dalykus, išplėsti žinojimo ribas, būti geriau informuotam, patirti kažką naujo, neįprastą).

2. **PASYVUS PASITENKINIMAS** (noras patirti džiaugsmą, malonias praleisti laiką, jaustis laimingam ir patenkintam).

3. **ATSISTATYMAS** (poreikis fiziškai ir protškai atsipalaiduoti, patirti permąną nuo rutinos, atsigaivinti nuo įtampos ir streso).

4. **SOCIALINĖ SĄVEIKA** (poreikis praleisti laiką su draugais ir šeima, bendrauti, užmegzti ryšius).

5. **SAVIRAIŠKA, SAVĖS AKTUALIZAVIMAS** (poreikis padaryti dalykus prasmingesnius, mesti iššūkį savo galimybėms, patirti pasiekimo jausmą, ugdyti savivoką ir savivertę).

Lankymosi muziejuose priežastys:

Priežastys	Muziejus	Meno galerija	Akvariumas
Mokymasis ir atradimas	4,66	4,43	4,21
Pasyvus pasitenkinimas	4,24	4,38	4,44
Atsistatymas	3,12	3,37	3,84
Socialinė sąveika	2,15	2,07	3,10
Saviraiška, savės aktualizavimas	2,67	2,91	2,56

Ryškesni skirtumai matyti pirmoje, trečioje ir ketvirtoje kategorijose.

Akvariumo lankytojams svarbesnė yra socialinė sąveika negu muziejaus arba meno galerijos lankytojams. Į akvariumą dažniausiai žmonės eina šeimomis ir su draugų grupėmis. Akvariumas taip pat daugiau matomas kaip vieta, kur pailsima nuo kasdienybės.

Vertinant kategorijas tarpusavyje, matyti, kadėjimas į muziejus ar meno galerijas labiausiai susijęs su kažko naujo sužinojimu, atradimu, tačiauėjimas į akvariumą labiau siejamas su smagiu laisvalaikio praleidimu.

Džono H. Falko (John H. Falk) tyrimai (2008) parodė, kad galima išskirti penkis muziejų lankytojų tipus su skirtinga motyvacija:

• **Tyrėjai.** Tai smalsūs žmonės, kuriems muziejuje svarbiausia – ekspozicijos turinys. Jie tikisi surasti tai, kas patrauktų jų dėmesį ir sužadintų mokymąsi. Taip pat jiems smagu prisiminti tai, kaip mokėsi, atgaivinti kažkada patirtą atradimo jausmą.

• **Fasilitatoriai.** Jie yra socialiai motyvuoti. Paprastai eina į muziejų su grupe, dažnai ją organizuoja, kad paskatintų kitus patirti ir mokytis. Dažnai tai tėvai ar seneliai, atvedantys savo vaikus ar anūkus, mokytojai su klase, šiaip aktyvistai, suorganizavę grupę kolegų ar draugų.

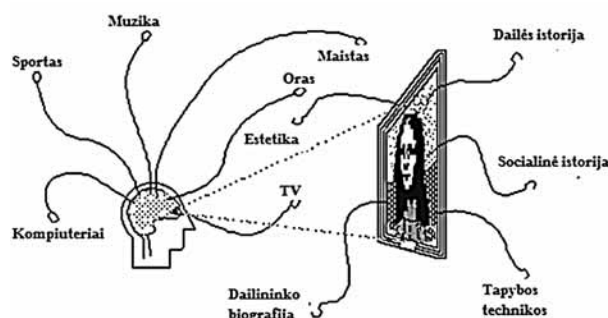
• **Profesionalai ir mėgėjai** (hobių turėtojai, kolekcininkai). Jaučia artimą ryšį su muziejaus kolekcija dėl to, kad yra tos srities profesionalai arba dėl to, kad domisi šia sritimi dėl savo hobia.

• **Patirčių ieškotojai.** Motyvuoti tuo, kad muziejų laiko svarbiu lankymo objektu. Jų pasitenkinimas pirmiausia susijęs su galėjimu pasakyti „buvau ten ir dariau tai“. Jeigu buvai Romoje, kaip gali būti neaplankęs Vatikano muziejų, o jei buvai Vatikano muziejuose, tai kaip galėjai neaplankyti Siksto koplyčios? Tai kaip „paukščiukų“ dėjimas sąrašė.

• **Dvasiniai pilgrimai.** Jie pirmiausia siekia kontempliatyvaus dvasinio atgaivinančio potyrio. Į muziejų jie eina pabėgti nuo darbo kasdienybės. „Man patinka medūzos. Jų stebėjimas labai ramina, atpalaiduoja, yra toks skirtingas nuo kito pasaulio beprotybės“.

Džonatano Kuperio (Jonathan Cooper) (1993 m.) nuomone, eksponatų pristatymas muziejuose remiasi trimis abejotinomis prielaidomis: **pirma**, kad lankytojai eina į muziejų dėl žinių (dominuoja kognityvinis motyvas), **antra**, kad geriausiai veikia linijinės sistemos (ar pristatymai), nors nelinejinės iš tiesų geriau tinka pažinimo procesui, ir **trečia**, kad visi lankytojai, nuo naujoko iki patyrusio, žino, kaip geriausiai „žiūrėti“ nepažįstamą objektą ar vaizdą.

Jo nuomone, svarbu rasti „kabliuką“, kuris užkabintų kokią nors lankytojo interesą. Tai iliustruoja tokiu vaizdu:



Tai kokių 14 metų paauglys. Jo interesai pavaizduoti kaip siūlai su kilpomis: kompiuteriai, TV, maistas, sportas, oras, muzika. Jis žiūri portretą, iš kurio „išeina“ siūlai su kabliukais. Dabar joks kabliukas neranda intereso kilpos, taigi portretas „neužkabina“ šio lankytojo. „Ką galėtum pasakyti apie šią moterį, jei ji būtų roko žvaigždė?“ – vienas iš galimų naujų kabliukų priversti paauglį sustoti prie portreto ir „įjungti“ dėmesį bei mąstymą.

Panašiai galima galvoti ir apie suaugusiuosius.

Muziejninkai, aptardami lankytojų grupes, išskiria tokias suaugusiųjų grupes:

- Mokytojus (su mokiniais)
- Pensininkus
- Tėvus (su vaikais)
- Organizuotus turistus (vietinius ir užsienio)
- Pavienius turistus (vietinius ir užsienio)
- Pavienius vietinius muziejaus lankytojus.

Lietuvos muziejai yra atlikę įvairių lankytojų tyrimų, tačiau jų rezultatus sunku palyginti, nes kiekviename tyrime naudojama kitokia lankytojų amžių grupė ar kitokia klasifikacija. Dėl lankytojų klasifika-

cijos muziejai turėtų susitarti, kad galėtų atlikti lyginamuosius tyrimus arba nukreipti į šias grupes užsakomųjų tyrimų vykdytojus. Tokios praktiškos klasifikacijos sukūrimas galėtų būti viena iš Lietuvos muziejų asociacijos veiklų.

2000 m. Lietuvos kūno kultūros akademijos Turizmo vadybos specialybės studentai atliko apklausą Kaune, prašydami atsitiktinai gatvėje sutiktų žmonių anketoje pažymėti tik vieną žodį, kuris, jų nuomone, susijęs su muziejumi. Deja, 90 proc. apklaustųjų pasirinko apibūdinimą „nuobodu“.

Dažnai kalbant su žmonėmis galima girdėti, kad muziejus tai tuščios salės, kuriose kabo ar stovi kažkokie eksponatai ir snūduoja arba mezga pensininkės prižiūrėtojos. Tai per ilgą laiką susiformavęs muziejų įvaizdis, kuriam pakeisti reikės didelių visų muziejų pastangų. Yra ir kita kategorija lankytojų, kurie ateina į kiekvieną muziejaus parodos atidarymą, į bet kokią organizuojamą renginį. Dauguma jų – tai tikrieji muziejaus draugai, kuriems rūpi muziejus ir tai, kas jame vyksta. Dalis iš jų eina todėl, kad per atidarymus nereikia pirkti bilieto.

Aptarkime atskiras lankytojų grupes, kokiame lankytojų tipui galima priskirti, kokie galimi lankymosi muziejuje motyvai ir kaip lankytojus pasiekti.

MOKYTOJAI

Duomenų apie skirtingų suaugusiųjų grupių lankymosi muziejuose motyvus nedaug. Daugiau tyrinėti mokytojai (Alytaus muziejus).¹

Užsiėmimuose užduotys buvo atliekamos specialiuose užduočių lapuose. Paklausus „Ar reikalingos užduotys?“, 168 tiriamieji pasakė „taip“, 15 – „nebūtinai“.

Į klausimą „Ką labiausiai vertinate užsiėmimuose?“ 127 atsakė, kad netradicinę aplinką, 126 – galimybę praktiškai įtvirtinti žinias, 89 – įdomias užduotis, 64 – darbą su eksponatais.

Daug siūlomų programų tik iš dalies atspindi mokyklinę temą. Paklausti, ar tikslinga rengti tokius užsiėmimus, 148 tiriamieji atsakė „taip“ ir 37 – „ne“.

Įdomu buvo sužinoti ir priežastis, kurios trukdo atvykti į užsiėmimus. Pagrindinė įvardyta priežastis buvo laiko stoka (84), atstumas (66), bilieto kaina, kitos priežastys (6).“

Taigi mokytojai pasireiškia kaip muziejaus lankymo **fasilitatoriai** ir **tyrėjai**.

Svarbiausias tikslas – kognityvinis – žinių gavimas ir/arba įtvirtinimas. Svarbus ir ekspozicijos ryšys su mokymo programa, taip pat į muziejų žiūrėjimas, kaip į vadovėlio ar mokymo programos iliustraciją. Išmokimą skatina aktyvus darbas su užduotimis ir eksponatais, taip pat netradicinė aplinka.

Mokytojai linkę vesti vaikus net į mokomuosius renginius, kurie nėra tiesiogiai susiję su mokymo programa. Čia, matyt, yra kelios priežastys:

1. Bet kokia situacija suteikia galimybę ko nors išmokyti.
2. Visada galima rasti ryšių ir asociacijų su einamuoju dalyku.
3. Tas dalykas bus vėliau, o paroda dabar.
4. Ieškoma naujų darbo su vaikais metodų.

¹ Žaliaduonienė Beta. Alytaus kraštotyros muziejus. Edukacinės veiklos analizė: Alytaus kraštotyros muziejaus patirtis. Lietuvos muziejai. Vilnius, 2003, nr. 3, p. 30

Kaip tvirtina muziejininkai, pradinių klasių mokytojai ir mokiniai yra geriausias muziejų lankytojų kontingentas, nes šie mokytojai neturi derinti savo mokinių laiko su kitais mokytojais. Vyresnių klasių mokytojai turi planuoti muziejaus lankymą gerokai iš anksto. Netgi tame pačiame mieste tai užima daug laiko (vykimas į muziejų, muziejaus lankymas, grįžimas).

Pasiekti mokytojus palyginti nesunku: per mokyklas, per atskirų disciplinų mokytojų asociacijas, per švietimo skyrius ir panašiai.

Būdai:

- Seminarai – pristatymai apie mokomąsias programas.
- Asmeniniai pokalbiai su mokytojais.
- Lankstinukai.
- Informacija muziejų internetiniuose puslapiuose.

PENSININKAI

- Organizuoti (trečiojo amžiaus universitatas, senjorų klubai ir pan.).
- Neorganizuoti (vienai arba su anūkais).

Iš atliktų tyrimų duomenų matyti, kad muziejuose pensininkai sudaro apie 20 proc. muziejų lankytojų. Tai gana didelė lankytojų dalis.

Tyrimo duomenų apie jų motyvą neturime, tačiau galime daryti prielaidą, kad labiausiai jie tiktų Dvasinių piligrimų, Fasilitatoriaus ir Tyrėjo kategorijoms.

Tikėtini pagrindiniai motyvai: bendravimo ir savirealizacijos. Svarbu prisiminimai, istorija, patirties ir žinių perdavimas kitoms kartoms. Šiai grupei ne tiek svarbu **pažinimo**, kiek **atpažinimo** džiaugsmas, kuris susijęs su noru pasidalyti atpažintais dalykais su kitais.

Organizuotus pensininkus nesunku pasiekti. Geriausiai siunčiant lankstinukus, susitinkant su organizacijos vadovais ar renginių organizatoriais. Pensininkai atidžiai skaito laikraščius, žiūri televizorių ir dažnai klausosi radijo. Internetas netinka arba beveik netinka. Maža dalis juo naudojasi.

Galėtų būti kuriamos specialios programos seneliams, pavyzdžiui, „Į muziejų su anūkais“.

Kai kurie muziejai naudoja pensininkus (ypač mokytojus) kaip visuomeninius gidus.

TĖVAI SU VAIKAIS

Lietuvos dailės muziejaus atliktame tyrime 2007 m. dalyvavo 54 šeimos. 28 anketos buvo išsiųstos elektroniniu paštu. Kiti 26 respondentai sutiko anketas užpildyti edukacinių renginių metu. Pagal amžių didžiausią dalį respondentų sudarė mamos nuo 31 iki 40 metų. 55 proc. respondentų atsakė, kad su šeima į muziejų ateina kartą per pusę metų; 22 proc. – kartą per mėnesį; kartą per metus į muziejų ateina 18 proc. šeimų; 4 proc. šeimų – kartą per savaitę. Vienas iš svarbiausių apsilankymo muziejuje programos tikslų (18 proc.) buvo pabendrauti su savo vaikais. Šis atsakymas leidžia daryti išvadą, jog

šeimai svarbiau yra socialinė sąveika muziejinėje aplinkoje. Tačiau nuo šio tikslo beveik neatsilieka ir noras turiningai praleisti laisvalaikį (17 proc.), taip pat išmokyti ką nors naujo su savo šeima (17 proc.).

Taigi tėvai pasireiškia kaip **Fasilitatoriai** (organizuoja šeimos išvyką) ir **Tyrėjai** (jie tikisi surasti tai, kas patrauktų jų dėmesį ir sužadintų mokymąsi.). Galbūt dar **Patirčių ieškotojai** – ėjimas į muziejų yra viena „privalomos programos“ dalis.

Pagrindiniai motyvai:

- Bendravimo (su vaikais ir kitais lankytojais, pasirodyti ir kitų pažūrėti).
 - Pagarbos (jeigu tėvas/mama yra srities specialistai ar mėgėjai ir gali vaikams paaiškinti eksponatų reikšmę).
 - Savirealizacijos (kai kartu ko nors mokosi, kuria, daro).
- Kadangi ši grupė priskiriama prie neorganizuotų, lankytojai sun-

Būdai:

Internetas, informacija žiniasklaidoje. Informacija per mokyklas, mokytojus, vaikus. Tačiau dažniausiai geriausiai veikia kaimynų ir draugų, kolegų informacija. Lietuvos jūrų muziejaus tyrimas parodė: „pirmą kartą apsilankiusių 40 proc. apklaustųjų nurodė, kad aplankyti muziejų juos paskatino pažįstami ir kelionių organizatoriai“. Tuo tarpu žiniasklaida, reklama, internetas ir kelionių agentūros apsilankymui Lietuvos jūrų muziejuje turėjo įtakos vos 12 proc. lankytojų.²

Veiklos:

Specialios mokymo programos šeimai, susijusios su religinėmis ir kalendorinėmis etninėmis šventėmis, kūrybinės klasės: tapyba, drožyba, lipdyba, meno istorijos, istorijos tyrinėjimai, geneologinio medžio kūrimas, knygos kūrimas.

kiau pasiekiami.

ORGANIZUOTI TURISTAI (VIETINIAI IR UŽSIENIO)

Organizuoti turistai yra svarbūs muziejų lankytojai. Kartais atrodo, kad užsienio turistai nesilanko mūsų muziejuose, tačiau tyrimai rodo visiškai priešingai. 1998 m. birželio-liepos mėn. Vilniaus miesto savivaldybės Turizmo skyrius kartu su Ekonomikos departamentu atliko Vilniaus turizmo rinkos charakteristikas, gauti informacijos apie Vilnių aplankančius turistus. Vienas anketos klausimų buvo apie miesto muziejų ir meno galerijų lankymą. Apklausa buvo rengiama turistinio sezono metu ir per Pasaulinę lietuvių dainų šventę, tad buvo apklausta daug JAV piliečių. Iš viso apklausti 2 122 užsieniečiai. Vilnių lankantys turistai, nepriklausomai nuo kelionės tikslo, aktyviai praleido laiką mieste, iš jų net 64 proc. apsilankė muziejuose.

Organizuoti turistai (vietiniai ir užsienio) dažniausiai
Patirčių ieškotojai ir Tyrėjai.

Pagrindiniai motyvai:

- Pagarbos (galima pasakyti, kad „ten buvau“).
- Savirealizacija (smalsumo patenkinimas, naujo sužinojimas).

² Janeliauskas Eugenijus, Žalientė Olga. Lankytojų rekreaciniai poreikiai: Lietuvos jūrų muziejaus patirtis. Lietuvos muziejai. Vilnius, 2003, nr. 4, p. 40

Reikalingos priemonės: gidai, videofilmai, skaidrių filmai, specialūs renginiai, išskirtiniai eksponatai, istorijos apie juos.

Triukšmingi, dėmesys nekoncentruotas, laikas labai ribotas – „bėgimas per muziejų“. Tempas – pagal gidą arba grupės vadovą. Tai labai sunkiai pasiekiami lankytojų grupė (edukacinių programų prasme). Kaip pasiekti:

Svarbu palaikyti ryšį su turistinių grupių vadovais, kurie yra nuolatiniai muziejų lankytojai-ekspertai, organizuojantys ir lydinčios turistų grupes. „Dauguma jų yra patyrę grupių vadovai. Nuo turistinių grupių vadovų aktyvumo ir rekomendacijų iš esmės priklauso turistinių grupių maršrutai.“³

Muziejams labai praverstų atkreipti dėmesį į Lietuvos dailės muziejaus darbą parodoje „Krikščionybė Lietuvos mene“. Tikėdamasis į parodą pritraukti kuo daugiau užsienio turistų, atvykstančių į Lietuvą, parodos informacijos centras dirbo tokiomis kryptimis:

- organizavo parodos pristatymus Lietuvos turizmo agentūroms;
- bendradarbiavo su turizmo agentūromis dėl parodos anonsavimo jų leidiniuose;
- bendradarbiavo su Vilniaus miesto turizmo skyriumi. Paroda buvo pristatoma ne vien tik šio skyriaus leidžiamuose turizmo leidiniuose, bet ir tarptautinėse turizmo mugėse;
- periodiškai platino reklaminius leidinius Vilniaus turizmo informacijos centruose.

Paroda buvo anonsuojama ir informacija periodiškai išsiunčiama ir toms turizmo agentūroms, kurios užsiima vidaus turizmu, nes šios agentūros organizuoja ekskursijas po Lietuvą suaugusiems ir todėl tikimasi sėkmingo bendradarbiavimo.

Sėkmingai buvo bendradarbiaujama su Gidų gildija. Jų gidams periodiškai buvo skaitomos paskaitos, o išklausių paskaitų ciklą, jiems suteikiama galimybė vesti ekskursijas muziejuje. Labai sėkmingai bendradarbiauta ir su Turizmo departamentu, kuriam buvo pristatyta paroda. Departamento vadovų pageidavimu parodos informacijos centras organizavo 2000 m. birželio mėn. Lietuvos muziejų vadovų, turizmo agentūrų darbuotojų susitikimą, kuriame buvo diskutuojama dėl aktyvesnio Turizmo departamento, turizmo agentūrų ir muziejų bendradarbiavimo įtraukiant muziejus į turizmo rinką.

PAVIENIAI TURISTAI (VIETINIAI IR UŽSIENIO)

Dažniausiai **Patirčių ieškotojai, Tyrėjai ir Dvasiniai piligrimai.**

Motyvai:

- Pagarbos (galima pasakyti, kad „ten buvau“).
- Savirealizacijos (smalsumo patenkinimas, naujo sužinojimas, netgi išbandymas).
- Susitikimo su savo praeitimi, su savimi.

Ši lankytojų grupė pasiekiami dar sunkiau nei organizuoti vietiniai ir užsienio turistai. Pagrindinis informacijos šaltinis – žiniasklaida ir reklama mieste, internetas, kelionių agentūros, lankstinukai.

³ Ten pat, p. 40

Reikalingos priemonės: gidai, videofilmai, skaidrių filmai, užduočių lapai, renginiai.

Muziejuje galima leisti daugiau laiko. Reikia vietos ramiai pabūti su savimi, surikiuoti įspūdžius ir mintis. Yra polinkis kokiai nors aktyvesnei veiklai.

PAVIENIAI VIETINIAI MUZIEJAUS LANKYTOJAI

Dažniausia tai **Profesionalai, Tyrėjai ir Dvasiniai pilgrimai.**

Motyvai:

Profesionalų – gili informacija, konsultacija. Tyrėjų – naujovės. Dvasinių piligrimų – galimybė pabūti ramybėje, pamąstyti.

To paties miesto gyventojai miesto muziejuose lankosi palyginti retai. Nebent į išskirtinius renginius, naujas ekspozicijas ir parodas, tai patvirtina 2003 m. vasario mėn. Lietuvos technikos bibliotekoje, Lietuvos dailės muziejuje bei Vilniaus suaugusiųjų mokyimo centre atlikti tyrimai, per kuriuos buvo apklausti 287 respondentai. Tyrimų rezultatai rodo, kad muziejuose respondentai lankosi retkarčiais (56 proc.). Kadangi jie domisi muziejų kultūrine veikla, todėl juose apsi-

NAUDOTA LITERATŪRA:

1. Cooper, J. Engaging the Museum Visitor: Relevance, Participation and Motivation in Hypermedia Design. Conference on Hypermedia and Interactivity in Museums (ICHIM), Cambridge, England, 1993.
2. Donald, J.G. The Measurement of Learning in the Museum, Canadian Journal of Education, 16:3 (1991).
3. Falk, J.H. Calling All Spiritual Pilgrims. Identity in the Museum Experience. Museum, January/February, 2008.
4. Packer, J. and Ballantyne, R. Motivation Factors and the Visitor Experience: A Comparison of Three Sites. Curator, 2002, 45 (3), 183-198.

lanko, kai organizuojamos įdomios parodos (50,3 proc.) arba ten tiesiog užsuka atsiktinai (33 proc.). Dauguma respondentų mano, kad muziejai turi organizuoti specialius užsiėmimus suaugusiems (67, 5 proc.). Labiausiai juos domintų istorinės tematikos (40 proc.), šiuolaikinio (32 proc.), modernaus meno (28 proc.) edukacinės programos. Respondentų nuomone, užsiėmimai turėtų būti teoriniai ir praktiniai (40 proc.) bei teoriniai (38 proc.).

Neorganizuoti, todėl pasiekiami sunkiai. Pagrindinis informacijos šaltinis – žiniasklaida ir reklama mieste. Profesionalams – internetas, asmeniškai laiškai, elektroninis paštas.

Taigi suaugę muziejų lankytojai yra įvairūs, turi skirtingų tikslų. Muziejams reikėtų daugiau pastangų skirti lankytojų tyrimams, kad rengiamos parodos, edukaciniai ir kitokie renginiai pritrauktų daugiau lankytojų, kurie galėtų rasti sau įdomių ekspozicijų, parodų ir veiklų. Reikia galvoti ne tik ką ir kaip rodome, bet ir kaip geriau pasiekti įvairias tikslines grupes. Daugelis muziejų turi sukūrę edukacinius ir ryšių su visuomene padalinius arba įdarbinę specialistus. Tai, ką aptarėme šiame straipsnyje, galima įvardyti kaip tam tikrą muziejų rinkos analizę, todėl muziejams reikia pradėti galvoti apie savo veiklą įtraukiant ir rinkodaros priemones. Viešieji ryšiai ir marketingas, nors ir susijusios, tačiau skirtingos disciplinos. Tai dar viena veikla, kurią galėtų pradėti rutulioti Lietuvos muziejų asociacija. ■

5. Taxén, G., and E. Frécon, The Extended Museum Visit: Documenting and Exhibiting Post-Visit Experiences, in J. Trant and D. Bearman (eds.). Museums and the Web 2005: Proceedings, To Archives & Museum Informatics, published March 31, 2005 at <http://www.archimuse.com/mw2005/papers/taxen/taxen.html>

6. Žaliaduonienė Beta. Alytaus kraštotyros muziejus. Edukacinės veiklos analizė: Alytaus kraštotyros muziejaus patirtis. Lietuvos muziejai. Vilnius, 2003, Nr. 3, p. 30

7. Janeliauskas Eugenijus, Žalėnė Olga. Lankytojų reakreaciniai poreikiai: Lietuvos jūrų muziejaus patirtis. Lietuvos muziejai. Vilnius, 2003, Nr. 4, p. 40

8. Sreikutė Julija, Baltuškaitė Jurgita. Muziejų lankytojų – mokytojų – poreikių tyrimas. Muziejų edukacinės programos. Teorija, praktika. 2005, p. 53



LMA archyvo nuotr.