

Utjecaj digitalizacije i medija na organizaciju događanja u vrijeme pandemije

Matić Roćenović, Bodin

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University / Sveučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:146:021987>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

[VERN' University Repository](#)



SVEUČILIŠTE VERN

Zagreb

Ekonomija poduzetništva

ZAVRŠNI RAD

**UTJECAJ DIGITALIZACIJE I MEDIJA NA
ORGANIZACIJU DOGAĐANJA U VRIJEME
PANDEMIJE**

Bodin Matić Roćenović

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE VERN

Preddiplomski stručni studij
Studij ekonomije poduzetništva

ZAVRŠNI RAD

**UTJECAJ DIGITALIZACIJE I MEDIJA NA ORGANIZACIJU
DOGAĐANJA U VRIJEME PANDEMIJE**

Mentorica: Lidija Fištrek, mag.ing.

Student: Bodin Matić Roćenović

Zagreb, srpanj, 2021.

SADRŽAJ

PREDGOVOR.....	I
SAŽETAK	II
ABSTRACT.....	III
1. UVOD	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE I KARAKTERISTIKE DOGAĐANJA.....	3
3. DEFINIRANJE ULOGE DIGITALIZACIJE U ORGANIZACIJI DOGAĐANJA	5
3.1 Utjecaj krize na organizaciju događanja	6
3.2 Uloga digitalizacije u organizaciji događanja u budućnosti	8
4. UTJECAJ MEDIJA NA DANAŠNJE DRUŠTVO	11
5. MOGUĆNOSTI DIGITALIZACIJE DOGAĐANJA U KULTURI.....	14
6. KULTURNA MANIFESTACIJA NOĆ MUZEJA 2021. – STUDIJA SLUČAJA.....	21
6.1 Stanje digitalizacije u kulturi uoči manifestacije Noć muzeja 2021. godine	22
6.2 Digitalna Noć muzeja 2021.	30
7. ZAKLJUČAK	35
POPIS LITERATURE.....	37
POPIS SLIKA.....	39

PREDGOVOR

Ovim putem želim se zahvaliti cijenjenoj profesorici i svojoj mentorici Lidiji Fištrek koja mi je svesrdno pružila svoje znanje i pomoć te je bila spremna dati savjet u svakom trenutku. Isto tako, želio bih zahvaliti svim ostalim profesorima sa VERN-a čiji mi je pristup dao motivaciju za postizanje što boljih rezultata. Također, želim se zahvaliti obitelji koja mi je bila nepresušna podrška i misao vodilja na putu prema napretku. I naposljetku, želim se zahvaliti djevojci koja me uvijek podržavala u mojim namjerama i poticala da budem sve bolji i bolji.

SAŽETAK

U završnom radu pod naslovom “Utjecaj digitalizacije i medija na organizaciju događanja u vrijeme pandemije” analizirano je područje digitalizacije u segmentu kulturnih događanja te utjecaj medija na javnu percepciju istih. Glavni cilj završnog rada je analizirati utjecaj digitalizacije i medija na organizaciju događanja u nepredvidivoj kriznoj situaciji i prijetnji kao što je pandemija te na temelju provedene analize donijeti zaključke i preporuke za praksu. Istraživački dio rada proveden je metodom studije slučaja na odabranoj manifestaciji, Noć muzeja 2021.

Ključne riječi: organizacija događanja, digitalizacija, mediji, kultura, kriza.

ABSTRACT

The influence of media and digitalization on event organization during the pandemic

The final paper titled “The influence of media and digitization on event organizing during the pandemic” focuses on analyzing the areas of digitization in the domain of cultural events and the influence of media on the public perception of it. The main aim of the paper is to analyze the influence of digitization and media on the organization of events in unforeseen crisis situations and threats such as the pandemic, then come to conclusions based on the findings of the analysis as well as recommendations for practice. The research portion of the paper is conducted by the method of case study and the subject was the event Noć muzeja 2021.

Keywords: event management, digitization, media, culture, pandemic (crisis)

1. UVOD

Tema ovog rada je analiza utjecaja digitalizacije i medija na organizaciju događanja u vrijeme pandemije. Pandemija je krizna situacija, uzrokuje društveno okruženje u kojem je onemogućeno normalno poslovanje za određene gospodarske djelatnosti. Djelatnost najpogođenija pandemijom virusa Covid 19 zasigurno je organizacija događanja. Posebno uzevši u obzir da je organizacija događanja djelatnost koja je u mnogočemu ovisna o poslovnom okruženju koje dobro funkcionira i društvenim prilikama koje u tom trenutku diktiraju modu i trendove te koji imaju presudnu ulogu u mogućnostima uspješne organizacije događanja. Agonija koju je prouzročilo naizmjenično jačanje pa slabljenje pandemije, bez nagovještaja završetka, a koje je za posljedicu imalo nemogućnost kako dugoročnog tako i kratkoročnog planiranja organizacije određenog događaja, rezultirala je time da od ožujka 2020. godine, kada je pandemija stigla u Republiku Hrvatsku, do srpnja 2021., nije organiziran niti jedan veći događaj. Mora se naglasiti da je u tom vremenskom periodu dolazilo do popuštanja mjera protiv pandemije virusa Covid 19, ali ta popuštanja su bila vrlo slabog intenziteta i trajala su relativno kratko, osim u ljetnim mjesecima kada je virus razmjerno slabiji. Uz pandemiju Hrvatsku su istom razdoblju pogodila dva potresa. Jedan je pogodio Zagreb dok je drugi pogodio Petrinju. Šteta je iznimno velika, a sanacija će biti dugotrajna.

Sve to rezultiralo je nemogućnošću organizacije svih vrsta događanja. Možda najveći negativan utjecaj pretrpjela je kultura odnosno događanja organizirana od strane kulturnih ustanova. Razlog tome je što se ona održavaju u zatvorenom prostoru, a što je predstavljalo kršenje uvjeta propisane minimalne distance te infrastrukturna oštećenja koje su ustanove zadobile u potresu i koje je potrebno sanirati. Stoga, vidljivo je da su jedini kanali komunikacije, putem kojeg su organizatori događanja mogli doći do krajnjeg korisnika, digitalni kanali komunikacije. Uzevši to u obzir javila se potreba za analizom utjecaja digitalizacije i medija na organizaciju događanja, točnije kulturnih događanja.

Osnovni ciljevi rada su objasniti značenje pojmova medij, digitalizacija i organizacija događanja te analizirati razinu i mogućnosti praktične primjene medija i digitalizacije u organizaciji događanja u kulturi. Također, na temelju podataka istraživanja provedenog od strane Muzejskog dokumentacijskog centra analizirati utjecaj medija i

digitalizacije na redovno poslovanje muzeja i organizaciju kulturnih događanja u vrijeme pandemije odnosno krize. Na kraju, kroz studiju slučaja na događaju Noć muzeja 2021. analizirati utjecaj medija i digitalizacije na uspješnost organizacije tog događanja te donijeti zaključak i preporuke za praksu.

Rad se sastoji od sedam poglavlja. U prvom poglavlju, odnosno uvodu, ukratko se predstavlja tema rada, društvene okolnosti u kojima je rad pisan, te se postavljaju osnovni ciljevi rada. Ukratko se objašnjava motivacija za odabir navedene teme. Na kraju je predstavljena i struktura rada. U drugom poglavlju definirana su pojmovna određenja i karakteristike događanja. Objašnjeno je što su događanja, koja je njihova karakteristika te se spominju povijesna obilježja organizacije događanja. U trećem poglavlju definira se značenje pojma digitalizacija kao i uloga digitalizacije u organizaciji događanja. Ukazuje se na već postojeću razinu implementacije digitalizacije u organizaciji događanja te na mogućnosti koje bi se ukazale kada bi se razina digitalizacije podigla. Također, predstavljen je povijesni razvoj digitalizacije. U četvrtom poglavlju definiran je značaj medija i njihov utjecaj na današnje društvo s naglaskom na medije u odnosu na događanja u kulturi. Sagledava se značaj medija u smislu oblikovanja trendova i javnog mnijenja, a fokus se seli na nove medije. U petom poglavlju je na temelju analize istraživanja provedenog od strane Muzejskog dokumentacijskog centra analiziran utjecaj pandemije na kulturne ustanove odnosno muzeje te je grafički prikazan. Također, ukazano je na važnost digitalizacije i neograničenih mogućnosti koje primjenom iste donosi muzejima. U šestom poglavlju, studijom slučaja na primjeru kulturnog događanja Noć muzeja 2021., analiziran je utjecaj digitalizacije na organizaciju takve kulturne manifestacije. Analizirana je uspješnost rezultata dobijenih implementacijom novih tehnologija. U sedmom i završnom poglavlju definirani su zaključci i preporuke za praksu.

2. POJMOVNO ODREĐENJE I KARAKTERISTIKE DOGAĐANJA

Prije upoznavanja s vrstama i karakteristikama događanja potrebno je definirati pojmovno određenje odnosno značenje istih. Kroz prošlost su nastale brojne definicije i interpretacije događaja kao takvog, ali kako bi se dobila veljana interpretacija događanja potrebno je definirati poziciju sa koje se određeno događanje promatra, te na temelju interesa odrediti definiciju koja ja bolje odgovara datom problem. Stoga, može se zaključiti kako definicija i interpretacija događanja ovise o percepciji i točki gledišta.

Definicija koja je u suštini prihvaćena od strane svih, govori: “događaj je privremeno okupljanje ljudi s razlogom“(Bladen i sur, 2012, prema Mišak, 2016, str. 3).

Također, događanje se kategorizira prema percepciji dionika koji je uključen u taj događaj. “Donald Getz, stručnjak iz sfere upravljanja događanjima, posebna događanja definira iz dvije perspektive: korisnikove i organizatorove”. (Carlos i Wagen, 2008, prema Mišak, 2016, str. 3). U smislu iskustvenog doživljaja postoje posebna događanja. Karakteristika posebnog događanja je da se ne organizira često, najčešće samo jednom te ne ulazi u standardne programe organizatora ili sponzora. Za osobu koja je posjetitelj takvog događanja ono je prilika gdje može iskusiti nešto specifično, izvrsno i posebno, bilo to nesvakidašnje društveno ili kulturno iskustvo. Slijedom toga, također poznati autor J. Goldblatt posebna događanja definira kao „jedinstven trenutak koji treba obilježiti posebnim svečanostima i obredima kako bi se zadovoljile specifične potrebe“. (Carlos i Wagen, 2008, prema Mišak, 2016. str. 3). Događaj se može promatrati kao nešto posebno, neuobičajeno, iskustvo koje se ne može doživjeti svaki dan.

Usprkos brojnim različitim definicijama, postoji i točka u kojoj se svi stručnjaci slažu, a to su karakteristike događanja. Događanja se karakteriziraju na sljedeći način: Najčešće se radi o jedinstvenom životnom iskustvu, u smislu uzrečice *sad' il' nikad*. (Carlos i Wagen, 2008, Prema Mišak, 2016). Takva iskustva doživljavaju se vrlo rijetko, mogu biti vrlo skupa te se najčešće održavaju u kratkom vremenskom razdoblju. Zbog visokog stupnja složenosti projekta zahtijevaju dugotrajno i detaljno planiranje koje može poremetiti i najmanja greška. U smislu organizacije i isplativosti

projekta podrazumijevaju visok rizik, posebno sa financijskog i sigurnosnog aspekta. Naposljetku, svi "dionici" uključeni u događaj, ponajviše organizacijski tim, stavljaju dosta toga na kocku.

Prije definiranja uloge digitalizacije u organizaciji događanja važno je sagledati povijesni razvoj organizacije događanja koji je pratio razvoj ljudske civilizacije. Već s počecima ljudske organizacije života u zajednici dolazi do organizacije prvih događanja. Tada su to bile proslave i obredi u čast bogova ili prirodnih sila koje su tadašnji stanovnici poštovali. Razvojem civiliziranog društva i društvenih normi dolazi do organizacije sve kompleksnijih manifestacija. U početku su bile priredbe na trgovačkim čvorištima koje su spontano, u istom trenutku, okupile veći broj ljudi, a kao značajan i prestižan oblik društvenih aktivnosti antički povjesničari bilježe sportske događaje.

U Republici Hrvatskoj povijest organiziranih događanja ne seže toliko daleko kao u antičkom svijetu. Poznato je da su u hrvatskom primorju te u dijelovima unutrašnjosti pronađeni ostatci antičkih gradova i utvrda, ponajviše rimskih, ali ne postoje dokazi da su se na tim mjestima održavale veće manifestacije. Jedini lokalitet za koji se sa sigurnošću može reći da mu je namjena bila organizacija većih događanja je amfiteatar u Puli ili pulska Arena¹, izgrađena u prvom stoljeću nove ere, namijenjena za održavanje koncerata, gladijatorskih borbi i sličnih manifestacija. Kako u ostatku Europe, tako i u Hrvatskoj, tijekom srednjeg vijeka nije bilo većih zabilježenih manifestacija. Ozbiljnije manifestacije se u Hrvatskoj počinju ponovno organizirati i održavati tek u 19 stoljeću. Brojne su kulturne manifestacije koje su se tada počele održavati, a nastavile su se do danas.²

¹ Hrvatska enciklopedija. *Arena*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=3644> (10.02.2021.)

² Najpopularnije manifestacije tog tipa su Sinjska alka, Samoborski fašnik te Varaždinske barokne večeri.

3. DEFINIRANJE ULOGE DIGITALIZACIJE U ORGANIZACIJI DOGAĐANJA

Nastanak i uspostava interneta, koji se prvi put pojavio prije trideset godina, postepeno je promijenio svakodnevni život. Brzi rast novih tehnologija promijenio je navike i načine na koji ljudi međusobno komuniciraju. Zahvaljujući digitalizaciji³, u kanalima komunikacije je posljednjih godina došlo do velikih transformacija.

Od pojave prvih elektroničkih poruka do razvoja wi-fi tehnologije dogodile su se mnoge promjene, a konstantnim nadograđivanjem interneta učinile su ga alatom koji danas svi koriste. Stoga, zbog evolucije digitalne tehnologije današnje društvo doživljava gotovo svakodnevne preokrete, neprestano donoseći neku novu inovaciju, a fundamentalne osnove sada se nalaze pod velikim upitnikom. 2.0 verzija interneta koja je u razvojnim fazama izgledala kao znanstvena fantastika, danas slavi deseti rođendan i još uvijek ostavlja dojam usporenosti u usporedbi s budućim verzijama interneta. Od sada pa nadalje bit će potrebno konstantno prilagođavanje i implementacija noviteta kako bi bili u mogućnosti slijediti trendove. Već duže vrijeme u javnosti se može čuti izraz digitalna transformacija, digitalizacija itd., a najviše je došlo do izražaja u vrijeme pandemije i lock down-a. Što je to zapravo⁴?

Rast *world wide weba* s sobom donosi brojne promjene u svim sektorima. Samim time, digitalizacija nije zaobišla sektor organizacije događanja odnosno *event management*. Izravno utječe na taj sektor i postaje alat putem kojeg se određena manifestacija ljudima može donijeti u njihove domove. Naravno, kao i kod svega u životu postoje pozitivne i negativne strane digitalizacije. Usprkos tome najvažniji podatak koji ovaj rad traži je utjecaj kakav internet i digitalizacija ima na organizaciju događanja odnosno *event management*.

Postoji mnogo načina za integriranje digitalizacije u cilju transformacije događaja, a novi oblici tehnologije iznjedrili su modernije tehnike implementacije digitalizacije u organizaciju događanja. Brzina i raspon implementacije u društvu, pozitivne strane kao što su: nikad lakša kupovina karata, rezervacije u par klikova, izložbe iz

³ Digitalizacije prema Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža označava prevođenje analognoga signala u digitalni oblik). U užem smislu označava pretvorbu teksta, slike, zvuka, pokretnih slika (filmova i videa) ili trodimenzionalnog oblika određenog objekta u digitalni oblik.

⁴The role of digital transformation in events. Preuzeto s:

<https://www.eventdrive.com/en/ressources/blog/digital-transformation-events> (11.02.2021.)

naslonjača ili razgovor s fanovima u realnom vremenu, razlozi su zbog kojih je integracija digitalizacije u organizaciju događanja neizbježna. To se može dogoditi u više oblika od kojih su neki već navedeni: e-ulaznicama, izradom mrežnih stranica i vođenjem društvenih mreža za neki događaj ili slanjem presonaliziranih e-kartica sa zahvalom. Jedno je sigurno, digitalizacija je prisutna u svim fazama procesa.

Uz neprestani razvoj tehnologija, okoline i društva te uz nepredvidive krizne situacije epskog intenziteta, važno je okrenuti se digitalizaciji jer se u trenutnoj krizi pokazalo da je taj smjer najbolji. To pokazuju primjeri poduzeća koja su imala visoku razinu implementacije digitalizacije te su se iz tog razloga najbolje snašla u trenutnoj krizi. Integriranjem digitalne transformacije u događaj, organizator stvara poziciju s koje može lakše privući sudionike zato što im je puno bliži nego ranije. Organizator digitalizaciju mora učiniti svojom snagom kreirajući i organizirajući okruženje koje je sudionicima događanja poznato, ali opet dovoljno različito i originalno kako bi događaj bio jedinstven te ostavio neponovljiv dojam⁵.

3.1 Utjecaj krize na organizaciju događanja

Predstavljanje i upoznavanje sa definicijama značenja *event managementa*, odnosno organizacije događanja, ukazalo je na potrebu uviđanja važnosti makrookruženja bez kojega u suštini ne bi bilo niti događanja. Kao što je navedeno u uvodnom dijelu rada, organizacija događanja specifična je djelatnost koja uvelike ovisi o dobro funkcionirajućem okruženju i društvenim prilikama koji u datom trenutku diktiraju trendove i imaju presudnu ulogu u mogućnostima kvalitetne organizacije nekog događanja. Na organizaciju događanja, kao specifičnu gospodarsku i sociološku djelatnost, najveći utjecaj imaju socijalne, ekonomske i zdravstvene prilike od kojih je u današnje vrijeme epidemija virusa COVID-19 uvelike ugrozila održivost brojnih projekata. Specifičnost nastale epidemiološke situacije koja podrazumijeva ograničenja okupljanja većeg broja ljudi te držanje distance od najmanje dva metra, u kombinaciji s iznimno visokom raširenošću virusa i jakom prokuženošću svjetskog

⁵ The role of digital transformation in events. Preuzeto s:
<https://www.eventdrive.com/en/ressources/blog/digital-transformation-events> (11.02.2021.)

stanovništva, dovela je do zaustavljanja organizacije svih događaja, pa čak i Olimpijskih igara.

Za šire zagrebačko područje, a kasnije i za područje Banije nesreća je bila još veća. U zoru 22.ožujka 2020 godine, Zagreb je pogodio razoran potres jačine 5,5 stupnjeva po Richteru⁶. Uzevši u obzir starost gradske jezgre i razornu snagu potresa, posljedice su bile teške te je većina kulturnih ustanova u užem centru grada pretrpila znatnu štetu. Potres je bio tolikog intenziteta da brojni objekti više nisu sigurni za korištenje. Kada je kod ljudi trauma izazvana potresom postepeno počela jenjavati, a većina stanovnika grada Zagreba umalo zaboravila te strašne trenutke, dogodio se novi potres, još jači i razorniji. Ovoga puta u Petrinji, gradiću u Baniji, pedesetak kilometara udaljenog Zagreba. Potres se dogodio 29.prosinca 2020 godine sa magnitudom od iznimno visokih 6,4 stupnjeva po Richteru⁷. Gradovi Petrinja, Sisak i Glina teško su oštećeni, a gradske jezgre, bolnice, muzeji, škole i sve ustanove potrebne za normalno funkcioniranje grada u potpunosti su uništene. Kulturne ustanove više ili ne postoje ili nisu sigurne za korištenje. Posljedice razornog potresa osjetit će se još neko vrijeme, ponajviše u kulturi koja je oduvijek nedovoljno financirana, a kulturne djelatnosti kao poslovni segmenti trenutno ne mogu same krenuti u realizaciju sanacije. Digitalizacija, o čemu će se govoriti u nastavku rada, smjer je u kojem kultura zasigurno mora ići upravo stoga što jedino takva tehnologija ima sposobnost približiti kulturu korisniku u svakom trenutku i bilo gdje.

Kao što je sada vidljivo iz prakse, promjene na tržištu mogu biti toliko jakog intenziteta da u potpunosti izokrenu načine i uvjete poslovanja koji su u tom trenutku mogući. U tom svjetlu, pandemija virusa Covid-19 onemogućila je održavanje gotovo svih događaja na svijetu u 2020 godini. Glazbeni festivali, filmske i kazališne predstave, izložbe, kovencije, operacije pa i parlamentarni izbori. Sve je to bilo odgođeno dok su s velikom neizvjesnošću i ogromnom nestrpljivoću svi čekali kada će virus početi jenjavati. To se nažalost nije dogodilo i sada svi polažu nade u novopotentirana cjepiva protiv virusa Covid-19 koja bi trebala označiti početak kraja

⁶The Zagreb (Croatia) M5.5 Earthquake on 22 March 2020. Preuzeto s: <https://www.mdpi.com/2076-3263/10/7/252> (13.02.2021).

⁷Potresi kod Petrinje u razdoblju od 28.12.2020. u 06:28 do 31.12.2020. u 17:00. Skinuto s: https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/izvjesca_o_potresima?@=1m69w (14.02.2021)

pandemije i garanciju skore uspostave normalnog funkcioniranja kako organiziranih događanja tako i svakodnevnog života. Usprkos nepredvidivosti ovakve krize postoje načini kako bi se učinak krizne situacije umanjio u najvećoj mogućoj mjeri, a jedan od njih ukazuje na potrebu da je prije svakog projekta, odnosno *eventa*, potrebno izraditi analizu unutarnjeg i vanjskog okruženja. U području koje se bavi predviđanjem kriza postoje brojne analize koje različito predviđaju krize i analiziraju njihove posljedice.

Pandemija, odnosno kriza koja je imala utjecaj na trenutna događanja na domaćem, ali i na stranom tržištu, spada pod vanjske prijetnje koje se ne mogu predvidjeti. Vrlo je bitno naglasiti da usprkos tomu što se ne mogu predvidjeti, postoje mehanizmi kojima se učinci takvih kriza mogu umanjiti razine koje su podnošljive za održivost projekta. Određivanje točnih mehanizama koji bi pomogli u suzbijanju učinaka takve krize uvelike olakšava analiza prošlih kriznih situacija.

Komparativna analiza temeljena na nekoj prošloj kriznoj situaciji može biti korisna u slučaju kada krizne situacije koje se uspoređuju imaju iste ili slične obrasce ponašanja, širine utjecaja ili intenziteta posljedica na određeno područje na koje se analiza odnosi. Nažalost, u slučaju ove krize, pandemije virusa COVID-19, nije bilo obrasca ponašanja s kojom bi se kriza mogla usporediti. Stoga, loši učinci ove krize moći će se sagledati tek kada ona prođe. Jedno je sigurno, neće se zaboraviti i postat će temelj za planiranje alternativnih načina za moguću borbu sa sličnim kriznim situacijama i stanjima u budućnosti.

3.2 Uloga digitalizacije u organizaciji događanja u budućnosti

U brojnim člancima iz područja tehnoloških inovacija i organizacije događanja ukazuje se na mogućnost upotrebe širokog spektra novih tehnologija, koje bi značajno unaprijedile i pojednostavile organizaciju događanja, dok bi ujedno i povećale razinu iskustvenog doživljaja. Pretpostavlja se da će u budućnosti papirnate karte, odnosno ulaznice zamijeniti uređaji u koje su implementirani softveri za prepoznavanje lica. Takav koncept bio bi koristan alat u organizaciji događanja jer pruža novu vrstu kontrole organizatoru, ali sa sobom nosi problem narušavanja privatnosti sa stajališta korisnika. Također, uzevši u obzir sve jače performanse

kamera koje imaju mogućnost rotacije za 360° stupnjeva te rastuću popularnost naočala za virtualnu realnost, u budućnosti se može očekivati sve više radionica u 3D tehnologiji. Takva tehnologija otvara vrata i intenzivnijem održavanju virtualnih šetnji ili prezentacija u virtualnoj stvarnosti⁸.

Brojni su segmenti u kojima implementacija digitalizacije može unaprijediti organizaciju događanja, tijekom i nakon samog događanja, odnosno *eventa*. Statističke analize koje se izrađuju nakon određenog događanja puno se lakše mogu izraditi na temelju grupiranih, digitaliziranih podataka dostupnih u svakom trenutku. Upotrebom senzora prikupljaju se podaci koji se kasnije mogu koristiti u analizi kretanja posjetitelja, mjesta na kojem su se najviše zadržali ili u svrhu promatranja navika ciljane skupine. Zahvaljujući rezultatima takvih promatranja, buduće događaje će biti lakše prilagoditi ciljanoj publici sa puno uspješnije postavljenim targetom⁹.

Jedno je sigurno, digitalna transformacija imat će neprekidan utjecaj na organizaciju događanja, a ova četiri tehnološka trenda bi trebala biti u prvom planu:

- Softver za prepoznavanje lica
- Virtualna stvarnost
- Proširena stvarnost (učinkovitija od virtualne jer potiče interakciju sa sudionikom)
- Umjetna inteligencija¹⁰

Industrija događaja mijenja se i napreduje kako bi se prilagodila trenutnim trendovima koji se također neprekidno mijenjaju. Poznato je da promjena može izazvati strah, a prilagodba novom načinu rada nikada nije bila laka. Zato je potrebno kontinuirano usmjeravati poslovanje na korištenje novih tehnologija kako bi promjena bila što lakše prihvaćena. Platforma za upravljanje događajima poput *Eventdrivea*¹¹ prilagodila se digitalnom načinu poslovanja.

⁸The role of digital transformation in events. Preuzeto s:
<https://www.eventdrive.com/en/ressources/blog/digital-transformation-events> (16.02.2021.)

⁹4 Concepts To Understand Digital Transformation in the Event Industry. Preuzeto s:
<https://fmwaechter.com/digital-transformation-event-industry/> (17.02.2020.)

¹⁰4 Concepts To Understand Digital Transformation in the Event Industry. Preuzeto s:
<https://fmwaechter.com/digital-transformation-meetings-events-industry/> (17.02.2020.)

¹¹ Digitalna platforma koja služi za lakše, brže i jednostavnije organiziranje događanja.

S obzirom na epidemiološku situaciju uzrokovanu virusom COVID-19 i ograničenjima koja su zbog toga stupila na snagu, a čijom analizom se ovaj rad bavi, jasno je vidljivo da su digitalizacija, virtualna realnost i umjetna inteligencija alternative kojima će se svijet zasigurno okrenuti u budućim kriznim situacijama.

Kako bi se iskoristile sve mogućnosti koje su čovječanstvu na raspolaganju, bit će potrebno znati iskoristiti digitalnu transformaciju u cilju održavanja visoke razine društvene povezanosti koja je potrebna svima.

4. UTJECAJ MEDIJA NA DANAŠNJE DRUŠTVO

Usprkos široko rasprostranjenom mišljenju da je značenje pojma mediji ograničeno na "tradicionalne" medije poput radija, novina ili televizije, mediji su puno više od toga. Oni su produžeci ljudskih osjetila. Medij je kamen kojim su prvi ljudi urezivali poruke u stijenu, medij je i električna energija koja osvjetljava ulice. Jednom riječju, medij je poruka. (prema McLuhanu, 2008, str, 137) ¹². Razumijevanje medija leži u zanimljivom primjeru McLuhana (2008.) u kojem se medij interpretira kao alat koji produžuje ruku, šaku, nokte, zube. Kotač produžuje noge a tisak predstavlja prvu uspješnu mehanizaciju ručnog rada. (137.str)

Pojam medij u cjelini označava gotovo sve što je napravljeno ljudskom rukom ili što istoj može poslužiti. Uzevši u obzir takav opseg i značaj medija, može se slobodno zaključiti da je njihov utjecaj na današnje društvo apsolutan, odnosno da bez medija ne bi postojala mogućnost da se ljudska civilizacija razvije do razine na kojoj je sada.

Značaj medija bio je shvaćen puno prije modernog vremena masovnih medija. Dokaz tomu je zanimljiv citat koji McLuhan donosi u svojoj knjizi "Razumijevanje medija", a odnosi se na Napoleonovu sposobnost uviđanja značaja medija još prije dvjesto godina. Naime, kardinal Newman krajem 18. stoljeća prenio je Napoleonove riječi: "Više se treba bojati triju neprijateljskih novina nego tisuću bajoneta". (18 str.) Glavni zadatak medija je prenošenje informacije, čime su ljudi, kako je vidljivo iz primjera, upoznati već odavno.

Također, neosporna je činjenica da mediji djeluju i razvijaju se usporedno s razvojem društva i njegovim karakteristikama. Prema Dulčiću (2014, str. 87.): "Mediji u tehničkom smislu odražavaju njihov odnos prema nosiocima društvene moći određenog društva. Drugim riječima, za komuniciranje poruke uvijek se koristi onaj medij koji će najefikasnije komunicirati na relaciji između nosioca društvene moći i medija unutar date društvene strukture".

Usprkos efikasnosti i dosezima medija poput tiska ili televizije, vidljivo je da sve važniju ulogu imaju takozvani novi mediji pod koje se podrazumjevaju mrežne stranice, portali i društvene mreže. Uzevši u obzir obrasce razvoja komunikacijske

¹² Teoretičar komunikacija, filozof i književni kritičar. Smatra se prvim teoretičarem filozofije medija.

tehnologije, u budućnosti se može očekivati potpuna digitalizacija medija što će zasigurno na neke od njih, primjerice tisak, imati vrlo jak utjecaj. Kako je pojava interneta omogućila da medijski sadržaji postanu dostupni svima, s mogućnošću personaliziranog pristupa, povećan je broj mogućih načina komuniciranja (e-pošta, mrežne stranice) te je ostvarena znatno veća brzina protoka informacija. Međutim, pojavom interneta, ljudi su postupno počeli gubiti povjerenje u tradicionalne medije kao pouzdane izvore informacija. Osim tih poteškoća, medij kao što je tisak ima problem ekološke prirode. Potreba i trend očuvanja okoliša sve je jači, a kako je tisak medij koji troši velike količine drvnog materijala, što ima vrlo negativan utjecaj na okoliš, prelazak na digitalan oblik obavještanja i informiranja čini se kao najizgledniji smjer u kojem će mediji ići u budućnosti.

Postoje brojne teorijske podjele medija, ali glavna i osnovna podjela dijeli ih na vruće i hladne medije. Vrući mediji su radio i film, a hladni mediji su telefon i televizija. Oni se razlikuju prema jednom osnovnom načelu. Prema McLuhanu vrući mediji imaju karakteristiku zasićenja informacijama zato što korisniku pružaju vrlo širok opseg informacija u kratkom vremenskom roku, a što rezultira time da korisnik nema potrebu za dopunjavanjem tih informacija. Suprotno tome, hladni mediji pružaju vrlo malo vizualnih podataka, a opseg informacija je puno uži što rezultira potrebom korisnika za dopunjavanjem tih informacija. Tako je primjerice fotografija vizualno "visokodefinirana" jer pruža puno vizualnih informacija dok je strip "niskodefiniran" zato što korisnik dio vizualnih informacija može nadopuniti sam. Prema tome, vrući mediji iziskuju manje sudjelovanja publike dok hladni mediji potiču publiku na znatno sudjelovanje ili dopunjavanje. (McLuhan, 2008. Razumijevanje medija.)

Kategorija medija s najvećim opsegom podvrsta istih je kategorija masovnih medija. U navedenoj kategoriji razlikuju se kategorija tradicionalnih medija nasuprot novim medijima. U kategoriju tradicionalnih medija ulaze televizija, radio i tisak dok u kategoriju novih medija ulaze internet, društvene mreže, mrežne stranice i interaktivni kanali komunikacije putem kojih se svakodnevno šalje sve više sadržaja, a broj korisnika takvih aplikacija raste iz dana u dan.

Kao što je ranije navedeno, značenje medija ima puno veću širinu nego što to prosječna osoba percipira. Njihov značaj i opseg utjecaja na današnje društvo rezultira apsolutnom asimiliranošću u svakodnevnom životu, s mogućnošću kreiranja mišljenja i trendova osoba ili skupine ljudi na koji imaju utjecaj. Iako kultura ima

presudan utjecaj u obrazovanju opće populacije, sadržaj kulturnog karaktera u medijima je neznatno zastupljen. Kulturu je bez angažmana medija gotovo nemoguće približiti širim masama. Ona ne bi trebala biti privilegij malog broja ljudi jer time kulturna slika zemlje postepeno blijedi i propada. Mladim generacijama potrebna je pomoć medija kako bi odrastali u okruženju koje ih potiče na intelektualni rast i razvoj, toleranciju i priprema ih na sudjelovanje u društvu znanja.

Usprkos nezavidnoj poziciji kulture u komercijalnim masovnim medijima, razvojem tehnologije došlo je do identificiranja novih medijskih platformi koje nisu financijski ili strateški vezane za komercijalne odnosno masovne medije. Primjeri takvih medijskih platformi su brojne internetske odnosno mrežne stranice, portali, forumi, društvene mreže na kojima zainteresirani sudionici i ljubitelji kulture mogu saznati sve informacije o određenom segmentu kulture, razmjenjivati informacije i dojmove te predlagati novitete u cilju podizanja kvalitete iskustvenog doživljaja. Njihov snažan razvoj dogodio se krajem dvadesetog, ali puno više početkom dvadeset i prvog stoljeća. Osim navedenih platformi, koje kategorijski spadaju pod "nove" medije, u zadnjih nekoliko godina došlo je do otkrića i tehnoloških inovacija koje imaju potencijal u potpunosti izmijeniti i unaprijediti iskustveni doživljaj. Primjer takve tehnologije je virtualna realnost koja se već sada upotrebljava u velikoj mjeri i istinski procvat je doživjela dolaskom krize uzrokovane Covid-19 virusom.

Sljedeći korak je vjerojatno produžena stvarnost, spoj virtualne i stvarne tehnologije koja korisniku omogućava interakciju s elementima unutar te stvarnosti.¹³ To je tehnologija koja spaja proširenu i virtualnu stvarnost u miješanu stvarnost.¹⁴ Omogućava interakciju s elementima koji se pojavljuju, stvara nove elemente, oblikuje ih. Takva tehnologija zasigurno može pronaći svoju primjenu u virtualnim radionicama u kulturi i ostalim kulturnim događajima.

¹³ Što je AR, a što VR i kako nam tehnologija pomaže doživjeti stvarnost. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/croatia/content/what-is-AR-what-VR-and-how-technology-helps-us-to-experience-reality_hr (22.02.2021).

¹⁴Što je AR, a što VR i kako nam tehnologija pomaže doživjeti stvarnost. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/croatia/content/what-is-AR-what-VR-and-how-technology-helps-us-to-experience-reality_hr (22.02.2021).

5. MOGUĆNOSTI DIGITALIZACIJE DOGAĐANJA U KULTURI

Evolucija digitalne tehnologije trenutno proživljava svoje najplodonosnije razdoblje. Od početaka digitalizacije do današnjih dana napredak je više nego vidljiv. Tehnologija se promijenila iz temelja ne ostavljajući mjesta mašti. Stoga, zbog evolucije digitalne tehnologije današnje društvo doživljava gotovo svakodnevne preokrete, svaki novi dan donosi neku novu inovaciju. Bit će potrebno konstantno prilagođavanje i implementacija noviteta kako bi bili u mogućnosti slijediti trendove. Prije dvije godine nisu se u tolikoj mjeri vodili razgovori o digitalizaciji u kulturnim krugovima. Pojavom virusa Covid-19, te proglašenjem pandemije i *lockdowna* koji je značio zatvaranje svih objekata i zatvorenih prostora, a što je uključivalo i kulturne ustanove, zatim i razornim potresom u Zagrebu te nakon deset mjeseci i u Petrinji, na vidjelo je došla potreba o što hitnijoj i opsežnijoj digitalizaciji u kulturi, procesu koji je kulturu dugo godina izbjegavao. Većina muzeja u Republici Hrvatskoj ima implementiranu digitalizaciju, uglavnom jednostavne digitalne tehnologije koje se odnose na mrežne stranice, video kanale i društvene mreže. Tek su rijetki primjeri muzeja koji u svojem poslovanju i pružanju usluga imaju razvijenu i implementiranu naprednu digitalnu tehnologiju. Ali, ta se praksa počela mijenjati.

Digitalizacija sada duboko mijenja kulturno iskustvo, ne samo u pogledu lakšeg pristupa virtualnom svijetu, proizvodnji i širenju sadržaja već i u smislu sudjelovanja i participiranja te stvaranja i učenja novog sadržaja s ciljem davanja doprinosa društvu znanja i sudjelovanja u istom. Naravno, digitalizacija mora biti praćena adekvatnim, naprednim i progresivnim kulturnim politikama kojima će kulturnim radnicima što više olakšati prelazak na novu tehnologiju, poticati njezinu integraciju i nadograđivanje kako bi bila u korak s vremenom.¹⁵ Taj cilj se zacijelo može postići ako se u potpunosti koriste mogućnosti za jednostavan i slobodan pristup platformama kao i poticanjem individualnog i kolektivnog stvaralaštva koje je temelj svakog dobrog projekta ili početka.

¹⁵ Understanding the Impact of Digitisation on Culture. Preuzeto s: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation> (23.02.2021)

Već 2013 godine konferencija europskih ministara kulture¹⁶ naglasila je važnost individualnih i kolektivnih potreba korisnika u odnosu na digitalne medije. Iako tada nije bilo nagovještaja da bi moglo doći do velike svjetske krize, uočavala se potreba za digitalizacijom u kulturi. Taj sastanak je nagovijestio rizike za europsku kulturnu raznolikost u smislu padanja općeg interesa za kulturu, potrebe za novim, inovativnim programima koji imaju snagu potaknuti mlade na participaciju u kulturi. Također, ukazano je na potrebu stvaranja odgovarajućih uvjeta za kreaciju i proizvodnju kulturnih sadržaja te na poticanje kreativnosti u novom digitalnom dobu. Vijeće Europe je u suradnji s svojim državama članicama na konferenciji prigodno objavilo da će se posvetiti razvoju takvih politika nudeći platformu s više dionika u cilju razmjene iskustava i dobre prakse s kreatorima politika, vodećim istraživačima na polju inovacija, praktičarima te civilnim društvom.¹⁷

Tako je u veljači 2016 godine izdana preporuka Vijeća Europe o internetu njezinih građana. Fokus se pozicionirao na modernizaciji kulturnih institucija kao vrlo bitnoj stavci čime se pokazalo razumijevanje problema kulturnih institucija. Vrlo je bitno i osnaživanje građana, stvaratelja sadržaja i potrošača, odnosno korisnika sadržaja, poticanje obrazovanja u cilju postizanja digitalne pismenosti kako bi korisnik bio u mogućnosti pristupiti, stvarati i upravljati sadržajem u digitalnoj kulturi. Preporuka Vijeća usvojena je 2017 godine, a naglasak je stavljen na osobnu sigurnost i privatnost jer u takvim digitalnim platformama nema algoritamskih predviđanja potrošačkih navika¹⁸. Vrlo je pozitivno to što se već tada uvidjela potreba za nužnom digitalizacijom kulture, te prijeko potrebnog kulturnog i tehnološkog participiranja mladih generacija koje su po svim istraživanjima postepeno gubile interes za kulturnim ustanovama u cjelini.

Pandemija koronavirusa u kombinaciji s dva razorna potresa doveli su hrvatske muzeje u nezavidnu i tešku situaciju. Zbog epidemioloških mjera rad im je onemogućen, a potresi koji su se naknadno dogodili, oštetili su velik broj muzeja. Trenutno postoji znatan broj muzeja koji su u potpunosti zatvoreni jer su teško stradali u potresu zbog čega nisu sigurni za korištenje. Slijedom toga, u svrhu

¹⁶Understanding the Impact of Digitisation on Culture. Preuzeto s: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation> (23.02.2021.)

¹⁷ Understanding the Impact of Digitisation on Culture. Preuzeto s: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation> (23.02.2021.)

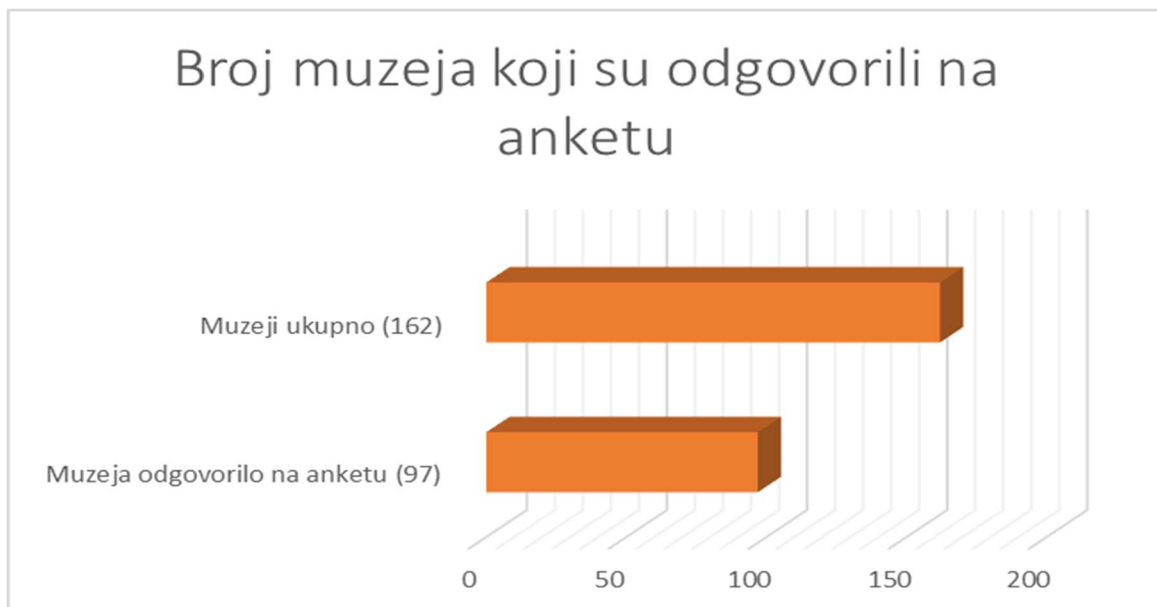
¹⁸ Understanding the Impact of Digitisation on Culture. Preuzeto s: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation> (23.02.2021.)

evaluacije trenutnog stanja, predstavljeni su statistički podaci ukupnog pada broja posjetitelja muzeja u Republici Hrvatskoj.

Statistička analiza kojom je predstavljen pad broja posjetitelja i pad u drugim segmentima poslovanja provedena je na temelju analize istraživanja Muzejskog dokumentacijskog centra uoči godišnjeg plenarnog sastanka Europske grupe za muzejsku statistiku (EGMUS) održanog 24. i 25. studenoga 2020 godine. Prikupljeni su podaci za razdoblje od 1. siječnja do 31. listopada 2020 godine, a anketa je sadržavala dvanaest pitanja otvorenog i zatvorenog tipa koja su istražila dugotrajnost i stupanj zatvorenosti muzeja (što za javnost, što za djelatnike kao dio protupandemijskih mjera), pad posjećenosti u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine, korištenje digitalnih kanala za komunikaciju s publikom, postotak povećanja objava o muzejskim sadržajima kao i postotak online korisnika, gubitak dijela odobrenih sredstava za programsku djelatnost kao i gubitak vlastitih prihoda, te prilagodbu u planiranju troškova za sljedeću godinu s obzirom na situaciju.¹⁹

Slika 5.1 opisuje i ilustrira broj muzeja koji su odgovorili na anketni upitnik postavljen od strane Europske grupe za muzejsku statistiku.

Slika 5. 1 Broj Muzeja koji su odgovorili na anketu



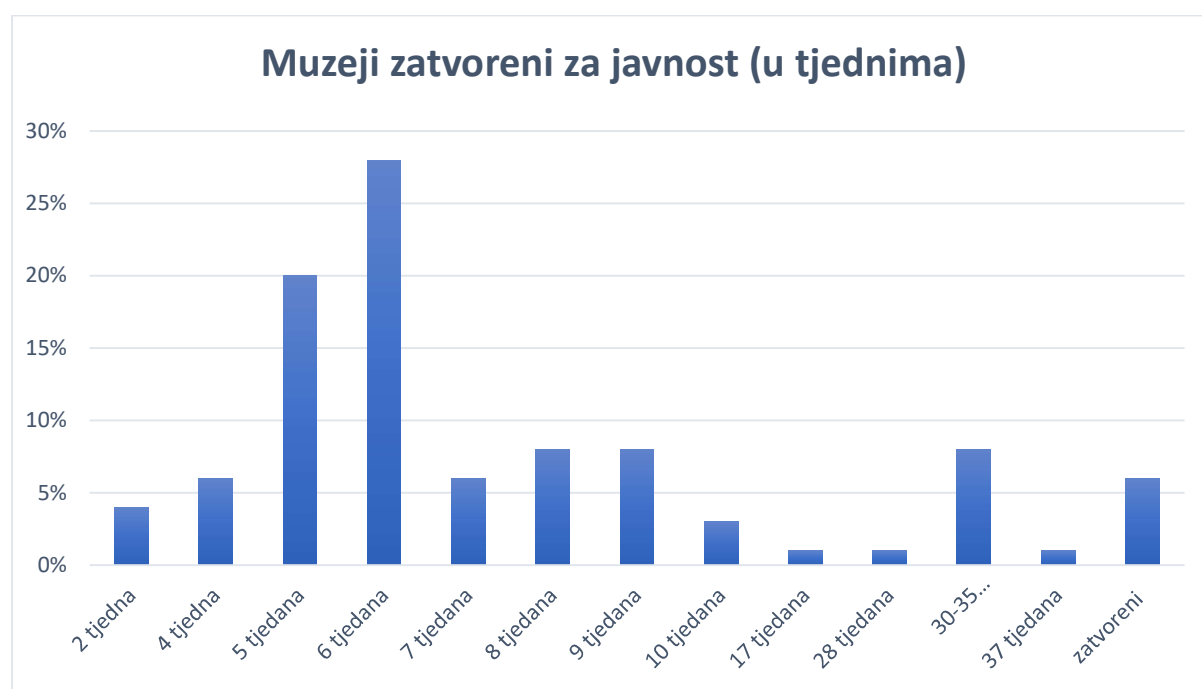
<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

¹⁹MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (25.02.2021).

Od 162 muzeja iz Upisnika javnih i privatnih muzeja u Republici Hrvatskoj na anketu je odgovorilo njih 97, odnosno 60 %. Anketu je proveo Muzejsko dokumentacijski centar.

Slika 5.2 ilustrativno objašnjava vremensko trajanje (u tjednima) u kojem su muzeji bili zatvoreni za javnost.

Slika 5. 2 Vremensko trajanje zatvorenosti muzeja za javnost

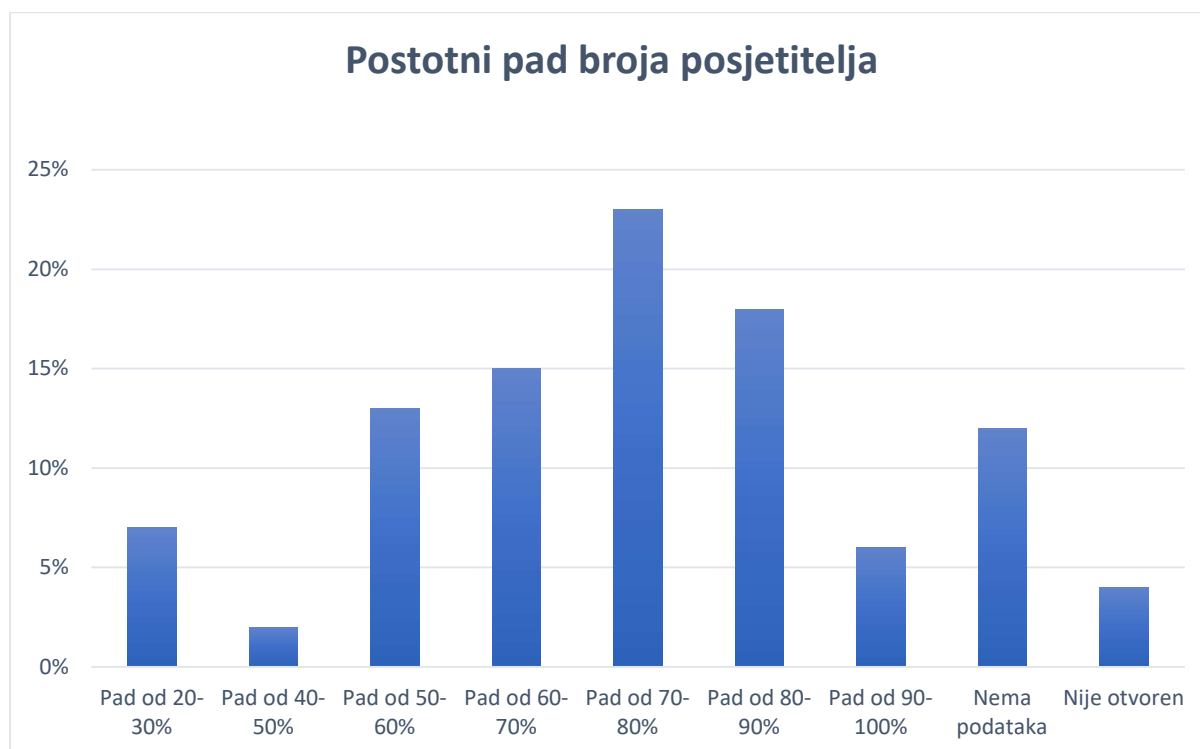


<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Rezultati ankete pokazuju da su svi ispitani muzeji bili barem neko vrijeme zatvoreni za javnost tijekom proljetnog *lockdowna*. Razdoblje u kojem su muzeji bili zatvoreni kreće se od dva tjedna pa sve do nekoliko mjeseci. Gotovo polovina ispitanih muzeja iskazalo je da su bili zatvoreni za javnost u trajanju od 5 ili 6 tjedana što se podudara s dužinom trajanja prvog *lockdowna*. Ipak, najčešći uzrok duže zatvorenosti muzeja su posljedice potresa koji je pogodio Zagreb.

Slika 5.3 govori o postotnom padu broja posjetitelja u muzejima u Republici Hrvatskoj, u trajanju od 1. siječnja do 31. listopada 2020 godine.

Slika 5. 3 Postotni pad broja posjetitelja muzeja



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Zatvorenost muzeja uzrokovala je pad broja posjeta i to u dosta visokim postotcima, od 20% naviše. 7% muzeja zabilježilo je pad od 20 – 30% u odnosu na posjećenost prethodne godine, 2% muzeja pad od 40 – 50%, 13 % ispitanih imalo je između 50 i 60% manje posjeta nego u istom razdoblju prošle godine, 15% ispitanih muzeja zabilježilo pad od 60 – 70% posjeta u usporedbi s istim razdobljem prošle godine, 23% njih pad od 70 – 80%, a 18% muzeja je imalo pad od čak 80 – 90%. Njih 6% iskazalo je gotovo potpuni pad posjećenosti (90 – 100%), za 12% muzeja nema podataka o padu posjetitelja dok je 4% muzeja i dalje zatvoreno. Tek sada, nakon provedenog istraživanja vide se stvarni razmjeri štete koje je pandemija koronavirusa, a kasnije i potresi, načinila kulturnim ustanovama u Republici Hrvatskoj.

Slika 5.4 prikazuje financijske gubitke u vlastitim prihodima muzeja za razdoblje od 1. siječnja do 31. listopada 2020 godine.

Slika 5. 4 Gubitci u Vlastitim Prihodima muzeja

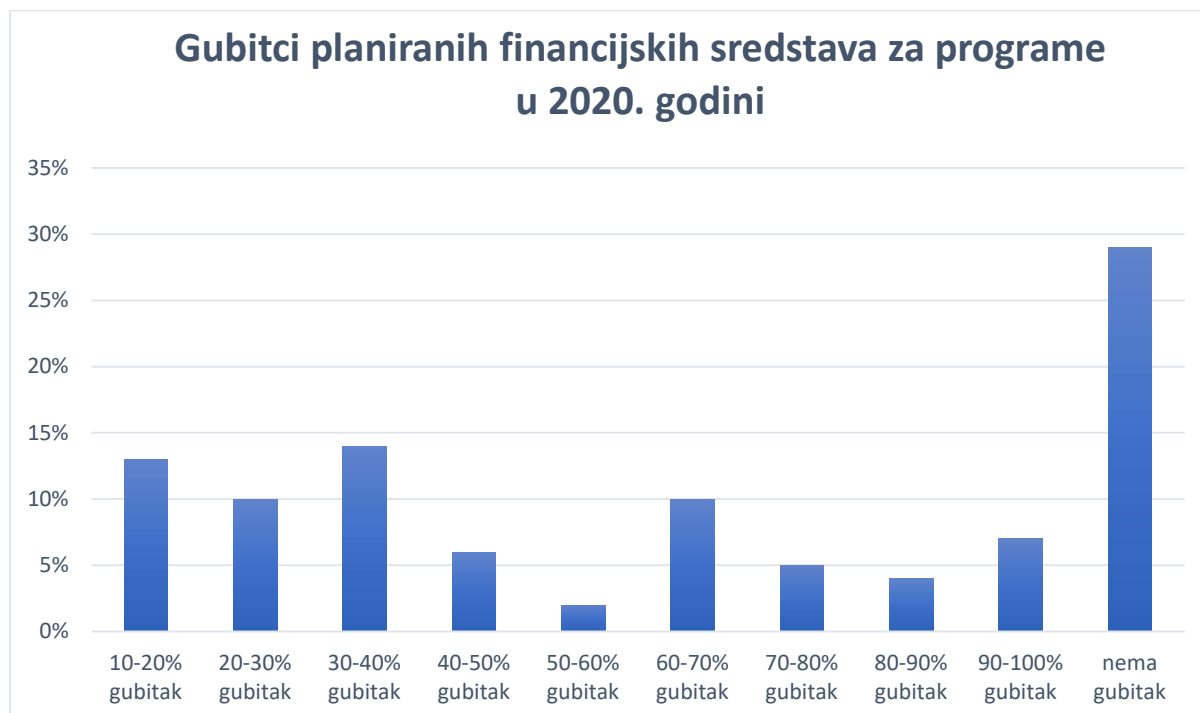


<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Kako se može iščitati iz grafikona, gubitci u vlastitim prihodima su iznimno veliki, moglo bi se reći katastrofalni. Samo 37% ispitanih muzeja prijavilo je da gubitci u njihovim vlastitim prihodima iznose manje od 50%. Ostalih 63% muzeja prijavilo je kako su imali gubitke u vlastitim prihodima veće od 50%. To su iznimno veliki gubitci koje bi privatno poduzeće sigurno "bacili na koljena". Zato je vrlo važno da su kulturne ustanove sufinancirane od strane državne i lokalne vlasti.

Slika 5.5 prikazuje gubitke planiranih financijskih sredstava za programe u 2020. godini.

Slika 5. 5 Gubitci planiranih financijskih sredstava za programe



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Anketom su zabilježeni i gubitci odnosno povrat planiranih sredstava za programe koji su se trebali održati u 2020 godini. 69 muzeja je prijavilo gubitke u rasponu od 10% do 100%, dok je 27 ispitanih muzeja odgovorilo da nisu morali vraćati osigurana sredstva. Može se zaključiti da 71% muzeja nije bilo u mogućnosti provesti i realizirati programe koje su planirali što je rezultiralo gubitkom financijskih sredstava koji su bili predviđeni za programe. Uzrok tome bila je dugotrajna nemogućnost rada uzrokovana pandemijom i potresom.

6. KULTURNA MANIFESTACIJA NOĆ MUZEJA 2021. – STUDIJA SLUČAJA

Noć muzeja je kulturna manifestacija koja ove godine (2021.) bilježi 16 godina kontinuiranog održavanja u organizaciji Hrvatskog muzejskog društva. Početci manifestacije u Hrvatskoj sežu u 2005. godinu kada se počela održavati na poticaj idejne začetnice manifestacije Noć muzeja u Hrvatskoj, autorice koncepcije programa i voditeljice projekta mr.sc. Vesne Jurić Bulatović i mr.sc. Dubravke Osrečki Jakelić, koje u prosincu 2005. godine pokreću akciju kao gradski pilot projekt sa šest zagrebačkih muzeja. Od 2007. godine Noć muzeja nadilazi lokalni karakter te prerasta u manifestaciju na nacionalnoj razini u kojoj participira sve više muzeja i gradova, sa rastom broja posjetitelja do razine od 70 000 posjetitelja.²⁰

Noć muzeja je kulturna manifestacija koja korijene vuče iz Njemačke kada je 1998. prvi put održana da bi se godinu kasnije, 1999., ideja proširila, a manifestacija se počela održavati i u Francuskoj. Uvidjevši vrijednosti manifestacije i njezine sposobnosti da privuče velik broj posjetitelja u kulturne ustanove koje su zbog nezainteresiranosti mladih generacija iz godine u godinu bilježile pad posjeta, ostale europske zemlje su je također počele održavati. 2005. akcija prerasta u događaj na europskoj razini kada dolazi do sve veće prepoznatljivosti te manifestacije. U samo šest godina održavanja manifestacije u Hrvatskoj, broj posjetitelja prelazi brojku od 300.000 što jasno pokazuje veliku zainteresiranost javnosti za takvu vrstu kulturne manifestacije. 2013. broj sudionika raste te se u manifestaciju uključuje 100 gradova s 200 muzeja i ostalih kulturnih ustanova.²¹

Noć muzeja je postala manifestacija kojom se, po mišljenju Hrvatskog muzejskog društva, nastoje ostvariti primarni strateški ciljevi, a to su pozicioniranje muzeja kao ustanova koje su svojevrsni čuvari baštine, ustanova u kojima je pohranjen identitet područja u kojima se nalaze. Također, nastoje se pozicionirati kao čuvari jedinstvenih narodnih običaja i predstaviti muzej kao neizostavnog sudionika u turizmu održivog razvoja. Aktivnostima koje su sastavni dio programa kulturne manifestacije Noć muzeja promiče se percepiranje muzeja kao svojevrsnog

²⁰ Noć muzeja. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (28.02.2021).

²¹ Noć muzeja. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (28.02.2021).

inkubatora globalnih izvora informacija, koji nude raznovrsnost kulture dostupnu svim zainteresiranima putem svih medija. Također, potiče posjetitelja da u sebi razvije znatiželju koja će u budućnosti biti poticaj i motiv za ponovni odlazak u muzej u kojem na pametan i vrijedan način može utrošiti slobodno vrijeme.²²

Ulaz u sve kulturne ustanove besplatan je za svakoga tko je željan kulture. Sudionici manifestacije program osmišljavaju i realiziraju prema vlastitim zamislima i financijskim mogućnostima, s fokusom na postizanje zadanih ciljeva. Događanja su vrlo raznovrsna: izložbe, radionice, koncerti, predavanja, performansi, promocije, kazališne predstave i brojna druga kulturna događanja. Tijekom same manifestacije u novinarskom centru Noći muzeja prikupljaju se podatci o ostvarenom broju posjetitelja. Nakon službenog završetka manifestacije javnost se izvještava o uspješnosti manifestacije.²³

6.1 Stanje digitalizacije u kulturi uoči manifestacije Noć muzeja 2021 godine

Specifičnost manifestacije Noć muzeja 2021. u odnosu prema onima održanim prethodnih godina, očituje se u društvenom i zdravstvenom okruženju koje je uvjetovalo potrebu održavanja manifestacije u digitalnom obliku. To se dogodilo prvi put. Prethodna godina (2020.) ostat će u gorkom sjećanju koje je izazvala pandemija virusa COVID-19. Svi problemi koji su do tada bili glavna tema “pali” su u drugi plan. Kako u kulturnoj, tako i u gospodarskoj djelatnosti, a u Hrvatskoj i po potresima koji su pogodili Zagreb, Petrinju i Sisak oštetivši brojne kulturne ustanove.

Stupanjem na snagu mjera o održavanju minimalne distance postalo je gotovo nemoguće provoditi redovite programe. Ograničenje broja osoba u zatvorenim prostorima i pravilo održavanja minimalne distance uzrokovalo je nemogućnost organizacije velikog broja kulturnih manifestacija i programa koji su trebali biti održani.²⁴ Također, pravilo koje je propisivalo obavezno nošenje zaštitne maske u zatvorenom prostoru i obavezno redovito dezinficiranje svih površina koje bi mogle

²² Noć muzeja. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (01.03.2021).

²³ Noć muzeja. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (01.03.2021).

²⁴ [https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-\(2021\)- -tema-muzeji-u-doba-korone- -poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YHAYB-gzZPZ](https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-(2021)- -tema-muzeji-u-doba-korone- -poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YHAYB-gzZPZ) (02.03.2021).

doći u dodir s ljudskom kožom, smanjilo je iskustveni doživljaj posjetitelja čak i u slučaju kada su ustanove bile otvorene za javnost. Slijedom toga, organizacijske prepreke postale su vrlo velike, često tolike da se manifestacije ne mogu održati. U okolnostima navedenih kriza proteklih mjeseci većina muzejskih i sličnih kulturnih događanja preselila se u digitalne kanale komuniciranja i prijenosa sadržaja, sukladno epidemiološkim mjerama i nakon teških stradanja muzeja u potresu.²⁵

Izvrstan ogledni primjer održivosti i dobrog funkcioniranja kulturnih ustanova u vremenima krize je manifestacija Noć muzeja 2021 godine koja se održala u digitalnom obliku. Iako je digitalizacija asimilirana u rad muzeja već cijelo desetljeće, nagla nepredvidiva potreba digitalizacije ovakvog raspona u vrlo kratkom roku iznenadila je kulturne radnike i primorala da se proces digitalizacije, koji bi se vjerojatno provodio više godina, provede u nekoliko mjeseci. S obzirom da je 2019 godine tema četrnaeste Noći muzeja bila posvećena digitalnoj budućnosti muzeja, može se reći da je gotovo nagovjestila digitalnu stvarnost koja se potom dogodila 2020 i 2021 godine.

Kako bi se uvidjela razina štete koju su pandemija virusa COVID-19 i potresi uzrokovali muzejima u pogledu financijske štete, pada proja posjetitelja i nemogućnosti realizacije programa Muzejski dokumentacijski centar (MDC) je uoči godišnjeg plenarnog sastanka Europske grupe za muzejsku statistiku (EGMUS), održanog 24. i 25. studenoga, proveo online istraživanje o utjecaju pandemije na hrvatske muzeje²⁶. Osim navedenih kategorija istraživanje provedeno od strane Muzejskog dokumentacijskog centra pokazuje razinu digitaliziranosti hrvatskih muzeja, korištenje kanala putem kojih komuniciraju sa posjetiteljima kao i praćenje broja posjeta na tim kanalima. Podatci proizašli iz istraživanja koje je proveo Muzejsko dokumentacijski centar najbolje opisuju stanje u hrvatskim muzejima od početka 2020. do kraja 2021 godine, te su zato upotrebljeni kao podatci za analizu situacije hrvatskih muzeja u navedenom razdoblju. Navedeni podatci vizualno su predočeni u grafikonima u radu.

²⁵ [https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-\(2021\)- -tema-muzeji-u-doba-korone- -poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YDyIwWhKhPY](https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-(2021)- -tema-muzeji-u-doba-korone- -poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YDyIwWhKhPY) (02.03.2021).

²⁶ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (03.03.2021).

Dio podataka iz odgovora te ankete korišten je za izradu grafikona u četvrtom poglavlju naziva "Mogućnosti digitalizacije događanja u kulturi" koji pokazuju pad broja posjetitelja, vremensko trajanje razdoblja u kojima muzeji nisu radili i sl. Drugi dio podataka bit će predstavljen u ovom poglavlju rada, a pokazuje razmjere integracije digitalizacije u kulturi u 2020 godini, točnije njezinoj drugoj polovici.

Anketu je proveo Muzejski dokumentacijski centar uoči godišnjeg plenarnog sastanka Europske grupe za muzejsku statistiku (EGMUS) održanog 24. i 25. studenog 2020 godine. Od 162 muzeja iz Upisnika javnih i privatnih muzeja u Republici Hrvatskoj na anketu je odgovorilo njih 97, odnosno 60 %. Prikupljeni su podaci za razdoblje od 1. siječnja do 31. listopada 2020 godine²⁷. Slika 6.1 prikazuje postotak ukupnog broja ispitanih na temu da li su se služili digitalnim putevima u smjeru ciljane publike i prije stupanja *lockdowna* na snagu.

Slika 6. 1 Služenje digitalnim putevima i prije lockdowna



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Na pitanje da li su se služili digitalnim putevima kako bi došli do svoje publike i prije *lockdowna*, 88 ispitanih odnosno njih 91% odgovorilo je da su se digitalnim putevima služili i prije *lockdowna*, dok ih je 7% odgovorilo da to nisu činili. 2% muzeja nije odgovorilo na ovo pitanje.²⁸ Ovako visok postotak pozitivnih odgovora dokaz je tezi

²⁷ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (05.03.2021).

²⁸ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (05.03.2021).

da je digitalizacija u velikom broju kulturnih ustanova, u ovom slučaju muzeja, bila implementirana u velikoj mjeri i prije *lockdowna*.

Slika 6.2 prikazuje podatke o intenzitetu objavljivanja online objava u usporedbi s godinom ranije.

Slika 6. 2 Objava online sadržaja



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Na pitanje da li su u usporedbi s prošlom godinom objavljivali više online sadržaja, 74% njih je odgovorilo da su objavljivali više online sadržaja, dok ih je 17% odgovorilo negativno. Na ovo pitanje nije odgovorilo 6% muzeja.²⁹ Vrlo visok postotak pozitivnih odgovora pokazatelj je svjesnosti muzejskih radnika o potrebi digitalizacije sadržaja i poslovanja. Također, treba uzeti u obzir da neki muzeji već ranije redovito, na dnevnoj bazi, objavljuju putem društvenih mreža, te da povećanje ne bi rezultiralo većim interesom publike.

²⁹ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (05.03.2021).

Slika 6.3 prikazuje rezultate odgovora muzeja na pitanje da li prate broj posjeta vlastite web stranice.

Slika 6. 3 Praćenje broja posjeta web stranice muzeja



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Na pitanje da li prate broj posjeta web stranice svog muzeja, 57% ispitanih je navelo da prati broj web posjeta dok ostalih 43% ne prati.³⁰ Na sljedećem grafikonu se može primjetiti da njih čak 72% prati posjećenost digitalnim kanalima poput društvenih mreža, video kanala i sl., što je vjerojatno posljedica činjenice da ti kanali nude mogućnost automatske analize broja pregleda pa su stoga brojke lako dostupne. Praćenje i analiza web posjeta zahtijeva malo više informatičkog znanja, podrazumijeva izračunavanje metrike i drugih parametara s čime dio kulturnih radnika nije upoznat, ali će u budućnosti najvjerojatnije postati.

³⁰ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (05.03.2021).

Slika 6.4 prikazuje rezultate odgovora na pitanje muzejima prate li posjećenost na vlastitim digitalnim kanalima kao što su društvene mreže.

Slika 6. 4 Praćenje posjećenosti na digitalnim kanalima



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Kao što je već navedeno, na pitanje prate li posjećenost na digitalnim kanalima poput društvenih mreža, čak 72% ispitanih je odgovorilo potvrdno, dok je 28% njih odgovorilo da ne prati posjećenost³¹. Visok postotak pozitivnih odgovora može se objasniti jednostavnošću i lakom dostupnošću podataka koje društvene mreže omogućavaju.

³¹ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (06.03.2021).

Slika 6.5 prikazuje najčešće korištene društvene mreže među hrvatskim muzejima.

Slika 6. 5 Najčešće korištena društvena mreža među hrvatskim muzejima.



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Na pitanje koja je najčešće korištena društvena mreža među hrvatskim muzejima, najčešći odgovor bio je Facebook koju koristi 45% ispitanih, njih 25% koristi Instagram, 17% Youtube, 7% Twitter, 2% Vimeo i LinkedIn također 2%, TikTok 1% i nešto drugo 1%, dok je korištenje više od jednog kanala uobičajeno.³² Nimalo iznenađujući podaci uzevši u obzir raširenost i utjecaj Facebooka na ovim prostorima.

³² MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (06.03.2021).

Slika 6.6 prikazuje pripremljenost programskih planova na novonastalu situaciju koja će se nastaviti u 2021. godini.

Slika 6. 6 Pripremljenost u smislu programskih planova na novonastalu situaciju



<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>

Na pitanje jesu li se muzeji u svojim programskim planovima pripremili za sljedeću 2021. godinu, njih 76 odnosno 78% odgovorilo je da je prilagodilo svoje programe novonastaloj situaciji dok ih je 19 odnosno 20% iskazalo da nije imalo potrebe za tim. 2% muzeja nije odgovorilo na ovo pitanje.³³ Kao i u slučaju odgovora na prethodna pitanja, ovaj visok postotak ukazuje na dobru organizaciju i pravovremeno planiranje u muzejskim krugovima. Mora se naglasiti da 20% ispitanika koji nisu prilagodili svoje planove, nisu to učinili zato što nemaju kapaciteta već stoga što iz nekog razloga jednostavno nisu imali potrebe za time.

U cilju odgovora na pitanje da li je digitalizacija imala presudan utjecaj na organizaciju događanja u vrijeme pandemije, u ovom slučaju organizacije kulturne manifestacije Noć muzeja 2021, analizirano je istraživanje prevedeno od strane Muzejskog dokumentacijskog centra. Istraživanje je vrlo usko vezano za temu kojom se rad bavi, stoga se činilo kao najbolji izvor informacija koje jasno i točno oslikavaju stanje u kulturi, uzrokovano pandemijom i potresima. Podatci uzeti iz istraživanja

³³ MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (06.03.2021).

poslužili su za izradu grafikona u petom i šestom poglavlju rada. U šestom poglavlju nalazi se grafikon koji predstavlja analizu razlike broja posjetitelja manifestacije Noć muzeja 2021. u usporedbi s Noći muzeja 2020. Također, na temelju osobnih dojmova analiziran je program manifestacije Noć muzeja 2021, te su analizirana tehnička rješenja kojima je svaka pojedina kulturna ustanova realizirala ovogodišnji program. Na temelju analize donesen je zaključak o kvaliteti provedbe ovogodišnjih programa. Grafikoni koji su izrađeni podacima iz istraživanja koje je proveo Muzejski dokumentacijski centar može se zaključiti kako su digitalizacija i mediji, u ovom slučaju novi mediji, “spasili” manifestaciju Noć muzeja 2021, kao i da su omogućili muzejima relativno uspješno poslovanje i komunikaciju s posjetiteljima koja bez implementacije digitalne tehnologije i novih medija ne bi bila moguća. Može se zaključiti da je utjecaj digitalizacije i medija bio vrlo snažan, moglo bi se reći presudan. Također, može se zaključiti da je digitalizacija u kulturu implementirana već duže vrijeme ali tek je sad iskorišten pravi potencijal digitalne tehnologije u kulturnim događanjima.

6.2 Digitalna Noć muzeja 2021.

Šesnaesta Noć muzeja, specifična po načinu organizacije, održana je 29. siječnja 2021 godine u organizaciji Hrvatskog muzejskog društva. Na manifestaciji je sudjelovalo 188 muzejskih, obrazovnih, baštinskih, znanstvenih i vjerskih institucija i ovo je prvi put da je manifestacija organizirana i provedena putem digitalnih kanala komunikacije. Iako je većina programa održana kroz kanale digitalne komunikacije, održani su i brojni programi uživo, gdje god su to prilike dopuštale, uz striktno pridržavanje epidemioloških mjera.³⁴

Kao što je ranije navedeno, ovogodišnja Noć muzeja specifična je zbog toga što se održala u jeku najveće epidemije, koja je takoreći zatvorila cijeli svijet, a potresi koji su naknadno pogodili šire zagrebačko područje, Sisak i Petrinju uzrokovali su oštećenje na gotovo svim kulturnim ustanovama na tom području. Uspješnost održane manifestacije vidljiva je već sada, a u tu svrhu kreiran je grafikon koji prikazuje usporedbu broja posjetitelja Noći muzeja 2020. i 2021 godine.

³⁴ <http://hrmud.hr/wp-content/uploads/2021/02/Digitalna-No%C4%87-muzeja-privremeno-izvje%C5%A1%C4%87e-posje%C4%87enosti.pdf> (09.03.2021).

Slika 6.7 prikazuje razliku u broju posjetitelja manifestacije Noć muzeja 2021. u usporedbi s brojem posjetitelja navedene manifestacije u 2020 godini.

Slika 6. 7 Razlika u broju posjetitelja Noći muzeja 2020. i 2021. godine



<http://hrmud.hr/finalno-izvjesce-noci-muzeja-2020/>

Jasno se može iščitati kako je broj posjetitelja u 2020 godini iznosio 240.540³⁵ posjetitelja, dok je u 2021, broj posjetitelja iznosio 146.468³⁶ što ukazuje na pad od 39%. Takav pad može se smatrati vrlo dobrim rezultatom uzevši u obzir teške okolnosti u kojima se manifestacija održavala. Stroge epidemiološke mjere u kombinaciji s razornim potresima koji su pogodili metropolu i okolicu mogle su dovesti do potpunog kraha manifestacije ove godine, odnosno do toga da se manifestacija uopće ne održi. Usprkos svim problemima i izazovima manifestacija je ipak održana. Zaslugu za to nose inovativni i vrijedni kulturni djelatnici koji su usprkos spomenutom okruženju uspjeli organizirati šesnaestu Noć muzeja te svim ljudima žednim umjetnosti i kulture omogućili da uživaju barem taj jedan dan. Naravno, glavni alat u njihovim rukama bili su novi mediji i digitalizacija bez kojih organiziranje manifestacije na taj način ne bi bilo moguće. Iskoristile su se sve mogućnosti digitalne tehnologije, od mrežnih stranica, društvenih mreža do *live streama*, virtualnih radionica i 3D virtualnih šetnji. Inovativnost i snalažljivost kulturnih djelatnika iznenadila je mnoge, posebno ako se uzme u obzir da centralna odnosno

³⁵ <http://hrmud.hr/finalno-izvjesce-noci-muzeja-2020/> (09.03.2021).

³⁶ <https://nocmuzeja.hr/> (09.03.2021).

državna vlast s nadležnim ministarstvom nije učinila mnogo da bi se uhvatila u koštac s ovim specifičnim problemom. Sav teret podnijeli su kulturni djelatnici koji su ulagali ogromne napore kako bi implementirali digitalizaciju na vrijeme.

Najosnovniji tipovi digitalizacije bili su zastupljeni u gotovo svim kulturnim ustanovama. Pod time se misli na mrežne stranice i profile na društvenim mrežama. Bilo je dosta muzeja koji su održavali *live stream* i filmske projekcije, ili objavljivali video zapise, a najmanji broj je bio u pogledu visokotehnoloških rješenja u digitalizaciji kao što su 3D virtualne šetnje, video mapping, te radionice u virtualnoj stvarnosti. Organizirale su se zanimljive radionice, gledali filmovi, igrali sportovi. Svi ti programi zamišljeni su i realizirani kako bi bili prilagođeni digitalnim kanalima komuniciranja s publikom i najširoj javnosti. Posjetitelji su programe mogli pratiti preko digitalnih kanala i medija koji su svim zainteresiranim posjetiteljima bile lako i jednostavno dostupne na internetu. Bilo je moguće iskusiti tehnološke inovacije poput 3D virtualne šetnje ili proširene stvarnosti, a velik interes je izazvao i *video mapping*.

Kako bi broj posjetitelja bio finalno definiran, podatci s mrežnih stranica i društvenih mreža sudionika manifestacija Noć muzeja pridodani su digitalnoj platformi nocmuzeja. Na razini republike Hrvatske najviše posjeta imali su Arheološki muzej Istre u Puli koji je ostvario 13.442 posjete i Muzej Đakovštine u Đakovu koji je ostvario 7.597 posjeta. Zagrebački muzeji se također mogu pohvaliti velikim brojem posjeta. Najveći broj posjeta ostvario je Tehnički muzej Nikola Tesla u kojem je zabilježeno 3.039 posjeta, u Muzeju čokolade zabilježeno je 2.544 posjeta što je odličan broj uzme li se u obzir da Muzej čokolade ne postoji dugo. Arheološki muzej ostvario je 1.720 posjeta, a Muzej suvremene umjetnosti 1.368 posjeta. Još dva zagrebačka muzeja imala su prilično dobar broj posjeta, primjerice Hrvatski prirodoslovni muzej s 1.343 posjetitelja i Lauba s 1.295 posjetitelja.³⁷

U Tehničkom muzeju Nikola Tesla ovogodišnja manifestaciju Noć muzeja obilježena je uz pomoć jednostavnijih oblika digitalizacije odnosno društvenih mreža i video kanala. U sklopu programa održano je *live* predavanje o znanstveniku i izumitelju Nikoli Tesli. Predstavljen je tijek života znanstvenika Nikole Tesle, anegdote o njegovom životu, najvažniji izumi te utjecaj na moderan svijet i tehnologiju koja ga

³⁷ <http://hrmud.hr/privremeno-izvjesce-noci-muzeja-2021/> (12.03.2021).

pokreće. U sklopu predavanja održani su brojni eksperimenti koje je provodio Nikola Tesla. Također, prikazani su brojni njegovi patenti dok su neki od njih i testirani uživo. Program je proveden pretežito kroz video kanal muzeja. Iako su video uradci bili vrlo zanimljivi nedostajala je implementacije digitalizacije više razine koja bi zasigurno podigla iskustveni doživljaj. Falilo je informacija o stalnom postavu koji je inače vrlo zanimljiv i idealan za projekciju u 3D tehnologiji u budućim manifestacijama. U Muzeju suvremene umjetnosti prikazivala se predstava glumačke skupine PAP, 'Should I Digital or Should I Live?'³⁸, nakon predstave se program nastavio projekcijom filmova online. U ovom programu naprednija digitalizacija nije bila implementirana, a kao glavni alati koristili su se video uradci i filmovi. Glavna platforma za distribuciju programa bile su društvene mreže i mrežna stranica Muzeja suvremene umjetnosti. Program je bio vrlo zanimljiv, naročito osobama koje vole moderno umjetničko izražavanje. Usprkos vrlo zanimljivom programu nedostajalo je tehnoloških rješenja koja bi zainteresirala i intrigirala posjetitelje. Arheološki muzej u Zagrebu³⁹ za Noć muzeja 2021 pripremio je brojne zanimljive programe koji su bili dostupni na mrežnoj stranici. Posjetitelji su imali mogućnost prošetati stalnim postavom muzeja kroz 3D virtualnu šetnju, pogledati modele predmeta u 3D tehnologiji, vodiče kroz stalni postav i izložbu 'Zagreb dok ga još ni bilo'. Može se reći da je sadržaj programa Arheološkog muzeja bio iznimno zanimljiv, u konkurenciji je s izložbom 'Art et vitrus: Hrvatska-Mađarska 800 godina zajedničke kulturne baštine'⁴⁰ koja je po svim parametrima uspješnosti provedbe i implementacije digitalizacije bila na svjetskoj razini. Virtualna šetnja Arheološkim muzejom zadovoljila je sva iskustvena osjetila i odgovorila na sva pitanja koja su potencijalni posjetitelji mogli postaviti. Tehnološka razina manifestacije provedena je na vrlo visokoj razini i može stati rame uz rame sličnim manifestacijama u ostatku svijeta. Vizualna izvedba stalnog postava bila je vrlo kvalitetna i posjetitelji su predmete koje su željeli izbliza pogledati mogli uvećati do najsitnijih detalja koji su se vrlo jasno mogli razaznati. U Galeriji Klovićevi dvori posjetitelji su imali priliku uživati u tri izložbe i predstavi. Predstavili su izložbu 'Art et vitrus: Hrvatska-Mađarska. 800

³⁸ <https://nocmuzeja.hr/muzej/muzej-suvremene-umjetnosti/> (12.03.2021).

³⁹ <https://nocmuzeja.hr/muzej/arheoloski-muzej-u-zagrebu/> (12.03.2021).

⁴⁰ 16. (digitalna) Noć muzeja. Preuzeto s: <https://gkd.hr/2021/01/25/16-digitalna-noc-muzeja/> (12.03.2021).

godina zajedničke kulturne baštine' i video izložbu 'Zagreb, kak imam te rad'.⁴¹ Vrlo zanimljiva bila je video izložba 'Zagreb kak imam te rad' zato što je nastala u čast Zagrebu uslijed potresa u ožujku. Na fotografijama se mogao vidjeti Zagreb iz davnina, odnosno iz perspektive umjetnika prve polovice 20 stoljeća. Uzevši u obzir potres koji je nedavno prije manifestacije pogodio Zagreb, gledati slike starog Zagreba zasigurno je kod posjetitelja izazvalo jake emocije. Galerija Klovićevi Dvori je uz Arheološki muzej imala najbolje implementiranu digitalizaciju u trenutku održavanja manifestacije Noć muzeja 2021. Visoka rezolucija fotografija koje su činile virtualnu palaču bile su iznimne kvalitete i uvjerljivo dočaravale kvalitetu dizajna virtualne unutrašnjosti. Nije bilo problema s internetskom vezom, a vodič za manifestaciju bio je jednostavan i lako razumljiv. Kretanje po samoj virtualnoj palači bilo je vrlo jednostavno, a u slučaju da je posjetitelj skrenuo u krivu virtualnu prostoriju bio je dovoljan samo jedan klik mišem kako bi se vratili na željenu poziciju. Također, kako bi pristupili virtualnoj šetnji, ili interaktivnom vodstvu, nije bila potrebna jača informatička tehnologija već je to mogao učiniti svatko, iz topline svoga doma.

Navedeni muzeji su bili samo dio cjelokupnog programa Noći muzeja 2021. Nakon analize ostvarenih programa može se primijetiti kako struka kulture nije podbacila na ovom teškom zadatku. Može zaključiti kako bez digitalizacije i novih medija organizacija događanja, u ovom slučaju kulturna manifestacija Noć muzeja 2021, ne bi mogla biti održana. Bilo je potrebno puno vremena, financijskih i drugih sredstava, znanja, iskustva i volje kako bi se manifestacija Noć muzeja 2021, održala u što kvalitetnijem i pristupačnijem formatu da bi u njoj uživali svi koji su to željeli. Tehnološki aspekt manifestacije bio je na vrlo visokoj razini, a tehničkih problema u pogledu izvedbe programa nije bilo ni u najmanjoj mjeri. Jedno je sigurno: da kulturni djelatnici nisu dali sve od sebe, u svoje vrijeme, znanje, strpljenje i iskustvo te da digitalizacija nije već djelomično bila implementirana u kulturne ustanove ovogodišnje manifestacije Noći muzeja zacijelo ne bi niti bilo.

⁴¹ 16. (digitalna) Noć muzeja. Preuzeto s: <https://gkd.hr/2021/01/25/16-digitalna-noc-muzeja/> (12.03.2021.)

7. ZAKLJUČAK

Ciljevi rada očitovali su se u potrebi objašnjenja značenja pojmova digitalizacija, medij i organizacija događanja i analizi razine i mogućnosti praktične primjene medija i digitalizacije u organizaciji događanja u kulturi. Na temelju podataka ankete odnosno istraživanja provedenog od strane Muzejskog dokumentacijskog centra analiziran je utjecaj medija i digitalizacije na redovno poslovanje muzeja i organizaciju kulturnih događanja u vrijeme pandemije. Glavni cilj rada se očitovao u analizi utjecaja digitalizacije i medija, na organizaciju događanja u vrijeme pandemije. Cilj se pokušao postići kroz analizu odgovora na anketna pitanja postavljenim muzejskim djelatnicima od strane djelatnika Muzejskog dokumentacijskog centra. U radu su korišteni podatci iz spomenute ankete zato što su rezultati odgovora vrlo usko vezani za temu. Odgovori se odnose na razdoblje između 1. siječnja i 31. listopada 2021, što je vremenski period u kojem se ukazalo najviše problema s normalnim funkcioniranjem organizacije događanja uzrokovanih pandemijom virusa COVID 19 te potresima koji su pogodili Republiku Hrvatsku. Uzevši u obzir da je anketa provedena od strane Muzejskog dokumentacijskog centra sa sigurnošću se može reći da je vrlo kvalitetna te je dobila maksimalan broj odgovora u tom trenutku. Da je anketu izradila privatna osoba, odaziv ne bi bio toliko dobar. Također, glavni cilj rada očituje se kroz analizu uspješnosti provedbe kulturne manifestacije Noć muzeja 2021. koja se 2021 godine održala u specifičnom digitalnom obliku.

Iz navedene analize može se zaključiti kako u području kulture i kulturnih ustanova u Republici Hrvatskoj digitalizacija postoji, implementirana je u njihovo poslovanje, ali u nedovoljnom opsegu i kvaliteti koja bi u potpunosti zadovoljila sada već visokim tehnološkim zahtjevima posjetitelja. Usprkos tome, može se reći da odgovor na glavno pitanje “koliki je utjecaj digitalizacije i medija na organizaciju događanja” potvrđuje tezu da je taj utjecaj bio vrlo pozitivan i jak. Digitalna tehnologija je tijekom teškog pandemijskog razdoblja svima koji su je implementirali djelomično olakšala komunikaciju i poslovanje.

Iz svega navedenog praksa može zaključiti da su za svakodnevnu, redovitu komunikaciju s korisnicima dovoljni jednostavniji oblici digitalne tehnologije, poput

mrežnih stranica i društvenih mreža. Ako je u pitanju organizacija veće i kompliciranije manifestacije koju posjećuje veći broj ljudi, potrebna je implementacija digitalizacije više razine kao što je 3D tehnologija ili virtualna realnost zato što rezultati dobijeni jednostavnijim oblicima digitalizacije ne bi bili zadovoljavajući. Postoji mogućnost da ne bi ispunili očekivanja posjetitelja, posebno uzevši u obzir sve veću razinu digitalne pismenosti opće populacije, te sve veću razinu očekivanja i iskustvenog doživljaja koji moderan posjetitelj zahtijeva. Također, u cilju prikupljanja i analize povratnih informacija na temelju kojih se mogu upoznati preference i interesi posjetitelja, bilo bi poželjno izraditi kratak anketni upitnik koji bi posjetitelji nakon završetka manifestacija imali priliku anonimno ispuniti. U upitniku bi se nalazila pitanja kao što su; “poredajte najbolje ovogodišnje programe, najbitniji faktori uspješne izvedbe programa manifestacije (razina digitalizacije, zanimljivo vodstvo, interes o određenom znanstvenom polju), prijedlog kako poboljšati manifestaciju sljedeće godine”. Potrebno je pojačati kampanju osvještivosti o važnostima kulture, muzeja i manifestacije “Noć muzeja” na društvenim mrežama i mrežnim stranicama, u cilju podizanja svijesti kod mlađe populacije koja i inače slabije posjećuje kulturne ustanove.

Analizom već provedenog istraživanja Muzejskog dokumentacijskog centra o utjecaju pandemije i potresa, odnosno kriza koje su pogodile segment organizacije kulturnih događanja i teorijskim pristupom možemo zaključiti, kako su iz provedenih analiza digitalizacija i mediji imali presudnu ulogu na organizaciju događanja za vrijeme pandemije. Osim što su imali presudnu ulogu u organizaciji specifičnog događanja kao što je kulturna manifestacija Noć muzeja 2021, njihova uloga ne smije se zanemariti u svakodnevnom poslovanju i komunikaciji s posjetiteljima.

POPIS LITERATURE

KNJIGE:

1. McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

ČLANCI:

2. Dulčić, D. (2014). MASOVNI MEDIJI I POSTMODERNO DRUŠTVO. *Media, culture and public relations*, 5(1), 87-97. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/122447> (18.02.2021).

3. Markušić, Š., Stanko, D., Korbar, D., Belić, N., Penava, D. i Kordić, B. (01.07.2020). The Zagreb (Croatia) M5.5 Earthquake on 22 March 2020. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute* 10(7). Preuzeto s: <https://www.mdpi.com/2076-3263/10/7/252> (13.02.2021).

INTERNETSKI IZVORI:

4. Hrvatsko muzejsko društvo., (31.01.2021). *Privremeno izvješće – Digitalna noć muzeja*. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/wp-content/uploads/2021/02/Digitalna-No%C4%87-muzeja-privremeno-izvje%C5%A1%C4%87e-posje%C4%87enosti.pdf> (09.03.2021).

5. Hrvatsko muzejsko društvo. (31.01.2020). *Finalno izvješće noći muzeja 2020*. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/finalno-izvjesce-noci-muzeja-2020/> (09.03.2021).

6. Hrvatsko muzejsko društvo. (31.01.2021). *Privremeno izvješće Noći muzeja 2021*. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/privremeno-izvjesce-noci-muzeja-2021/> (09.03.2021).

7. Informatica muzeologica. (2021). *Muzeji u doba korone*. br. 52. Preuzeto s: [https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-\(2021\)-tema-muzeji-u-doba-korone--poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YHAYB-gzZPZ](https://www.mdc.hr/hr/kalendar/pregled-mjeseca/informatica-museologica-52-(2021)-tema-muzeji-u-doba-korone--poziv-za-slanje-priloga-za-novi-broj-casopisa,105160.html?date=10-02-2021#.YHAYB-gzZPZ) (02.03.2021).

8. Muzejski dokumentacijski centar. (01.12.2020). *MDC istraživanje – utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj*. br. 129. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (25.02.2021).

9. Muzejski dokumentacijski centar. (08.09.2020). *MDC istraživanje – Milijunski gubitci i pad posjetitelja* br. 123. Preuzeto s: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-8-9-2020#mdc> (25.02.2021.)

OSTALI IZVORI:

10. Culture and Cultural Heritage. *Understanding the Impact of Digitisation on Culture*. Council of Europe. Preuzeto s: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/culture-and-digitisation> (23.02.2021).
11. Eventdrive (05.04.2018.) *The role of digital transformation in events*. Preuzeto s: <https://www.eventdrive.com/en/ressources/blog/digital-transformation-events> (16.02.2021.)
12. F.M.W./Fmwachter.com, *4 Concepts To Understand Digital Transformation in the Event Industry*. Preuzeto s: <https://fmwaechter.com/digital-transformation-event-industry/> (17.02.2020).
13. Galerija Klovićevi Dvori. *16. (digitalna) Noć muzeja*. Preuzeto s: <https://gkd.hr/2021/01/25/16-digitalna-noc-muzeja/> (12.03.2021).
14. Hrvatsko muzejsko društvo. *Noć Muzeja*. Preuzeto s: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (28.02.2021).
15. Hrvatska enciklopedija. *Arena*. Zagreb. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=3644> (10.02.2021.)
16. Hrvatska enciklopedija. *Digitalizacija*. Zagreb. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto s: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=68025> (12.02.2021.)
17. Mišak, N. (2016). *Upravljanje događajima na primjeru festivala grada* (Završni rad). Sveučilište Sjever, Varaždin.
18. Monoskop. *Max Bense*. Monoskop. Preuzeto s: https://monoskop.org/Max_Bense (21.02.2021).
19. Noć Muzeja 2021. *Digitalna noć muzeja*. Preuzeto s: <https://nocmuzeja.hr/> (05.03.2021).
20. Noć Muzeja 2021. *Muzej suvremene umjetnosti*. Preuzeto s: <https://nocmuzeja.hr/muzej/muzej-suvremene-umjetnosti/> (12.03.2021).
21. Noć Muzeja 2021. *Arheološki muzej u Zagrebu*. Preuzeto s: <https://nocmuzeja.hr/muzej/arheoloski-muzej-u-zagrebu/> (12.03.2021).
22. Predstavništvo u Hrvatskoj. *Što je AR, a što VR i kako nam tehnologija pomaže doživjeti stvarnost*. Službene internetske stranice Europske Unije. Preuzeto s: https://ec.europa.eu/croatia/content/what-is-AR-what-VR-and-how-technology-helps-us-to-experience-reality_hr (22.02.2021).
23. Prirodoslovno-matematički fakultet, geofizički odsjek (31.12.2020). *Potresi kod Petrinje u razdoblju od 28.12.2020. u 06:28 do 31.12.2020. u 17:00*. Prirodno matematički fakultet. Preuzeto s: https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/izvjesca_o_potresima?@=1m69w (14.02.2021)

POPIS SLIKA

Slika 5. 1. Broj Muzeja koji su odgovorili na anketu	16
Slika 5. 2. Vremensko trajanje zatvorenosti muzeja za javnost.....	17
Slika 5. 3. Postotni pad broja posjetitelja muzeja	18
Slika 5. 4. Gubitci u Vlastitim Prihodima muzeja	19
Slika 5. 5. Gubitci planiranih financijskih sredstava za programe	20
Slika 6. 1. Služenje digitalnim putevima i prije lockdowna.....	24
Slika 6. 2. Objava online sadržaja	25
Slika 6. 3. Praćenje broja posjeta web stranice muzeja	26
Slika 6. 4. Praćenje posjećenosti na digitalnim kanalima	27
Slika 6. 5. Najčešće korištena društvena mreža među hrvatskim muzejima.	28
Slika 6. 6. Pripremljenost u smislu programskih planova na novonastalu situaciju ..	29
Slika 6. 7. Razlika u broju posjetitelja Noći muzeja 2020. i 2021. godine	31