

Vernes Menzilović, MA

PREZENTIRANJE RADA JU MUZEJ GRADA ZENICE KROZ MEDIJE /2011-2021/

Sažetak

Prezentiranje rada ustanova i institucija od kulturnog značaja, ključni je segment za primarnu svrhu same institucije. Bez dobre prezentacije putem medija i upoznavanja publike sa sadržajima i aktivnostima, ne može biti ni zadovoljena primarna funkcija tih institucija. Ovaj rad tretira prezentaciju Javne ustanove "Muzej grada Zenica" kroz medije u proteklih deset godina, te daje smjernice kako i na koji način da se aktivnosti muzeja što bolje približe posjetiocima i publici. Razlog pisanja ovakve jedne teme leži u činjenici da su ustanove kulture u Bosni i Hercegovini u jednom nezavidnom položaju, te je neophodno u vremenima koja su pred nama, modifikovati i prilagoditi prezentiranje u medijskom prostoru, kako bi se došlo do što većeg broja posjetioca, te kako bi same aktivnosti imale odjeka među publikom.

Ključne riječi: *prezentiranje, Muzej grada Zenice, web stranice, društvene mreže, klasični mediji, novine, televizijski program, turistički časopisi.*

Uvod

Problematika poslovanja i rada ustanova kulture u Bosni i Hercegovini zajednička je za sve. Nedostatak finansijskih sredstava, nedovoljna podrška viših nivoa vlasti, te općenito slaba prosvjećenost ka kulturi u našoj zemlji samo su neke od prepreka s kojima se susreću ustanove kulture. Ovaj rad tretira prezentaciju aktivnosti JU Muzej grada Zenice u proteklih deset godina kroz medijski prostor, analize, statistike, prednosti i mane određenih resursa medija i tako dalje. Cilj je bio da se prikaže koji mediji najbolje prezentuju aktivnosti muzeja, na koji način, te kako u budućnosti raditi na tome da se sve aktivnosti predstave publici. Osim toga vrlo je važno da se na marketinški interesantan način dođe do šire publike. U posljednjih nekoliko godina imamo tendenciju rasta prezentovanja putem internet platforme (društvene mreže, youtube kanali i web portali), pa većina Muzeja i Galerija u Bosni i Hercegovini koriste ovaj vid prezentovanja (Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, Muzej Republike Srpske, Muzej Kozare, Umjetnička galerija Bosne i Hercegovine itd.) Istraživanje na ovu tematiku možemo nazvati pionirskim, ali vrlo značajan za buduće istraživače i buduća planiranja. Naravno uz određenu i neophodnu literaturu, za izradu ovog rada vrlo važne izvještaje o radu u proteklih deset godina, ustupljeni su nam od menadžmenta Muzeja grada Zenice. Nezaobilazan izvor za ovaj rad predstavljaju i zeničke sedmične novine *Naša riječ*, iz kojih smo crpili dosta podataka. Uz nadu da će u budućnosti biti bolji status svih ustanova kulture na području naše države, ovim istraživanjem sali smo skromni doprinos njihovoj afirmaciji u društvu.

O muzeju grada Zenice

Javna Ustanova Muzej grada Zenica osnovan je Rješenjem Skupštine opštine Zenica br: 01-11142/66 od 30 juna 1966. godine kao *Muzejska zbirka grada Zenice*, a Odlukom Skupštine opštine Zenice br: 01-2505/1 od 22. februara 1968. godine Muzejska zbirka prerasla je u Muzej grada Zenice. Odlukom Općinskog Vijeća Zenica br: 01-023-44/96 od 11. jula 1996. godine, Muzej grada Zenice nastavio je sa radom kao javna ustanova čiji je osnivač Općina Zenica. Djelatnosti muzeja su: Muzejska djelatnost, Rad na historijskim mjestima i lokalitetima za potrebe posjetilaca i Izdavačka djelatnost. Osnovne organizacione jedinice Muzeja grada Zenice su: muzejske zbirke, stručne službe i stručna biblioteka muzeja. Muzejska zbirka čini: Arheološku, Etnološku, Historijsku, Numizmatičku, Likovnu i Zbirku savremenih medija XX stoljeća. Stručne službe se dijele na Pedagošku službu, Službu muzejske dokumentacije i Službu zajedničkih poslova. Stručna biblioteka broji skoro 6000 naslova iz oblasti historije, arheologije, etnografije, muzeologije, arhivistike, književnosti i tako dalje.¹ Muzej svoju djelatnost obavlja u predviđenim prostorima. Prostori Muzeja grada Zenice su centralna muzejska zgrada i muzejski depadansi. Muzejski depadansi su: Srednjovjekovna tvrđava Vranduk, Bosanska kuća u naselju Vranduk i Antički arheološki lokalitet Putovići kod Zenice.² Osim gore nabrojanih, muzejski depadans bila je i Zgrada Sinagoge, koja je nedavno odlukom gradskog vijeća Grada Zenice, vraćena na upravljanje Jevrejskoj opštini.³ U periodu od 2005 do 2007. godine Općina Zenica izdvojila je oko 2,5 miliona maraka za izgradnju nove zgrade Muzeja, čije otvaranje je upriličeno 06. septembra 2007. godine. Od tada Muzej grada Zenice kroz razne fondove i projekte, ali i zahvaljujući finansiranju kroz transfere Zeničko-dobojskog kantona svoje poslovanje obavlja pozitivno. Danas Muzej grada Zenice ima 12 uposlenika od čega 7 sa visokom stručnom spremom.⁴ Prateći trendove u virtuelanoj komunikaciji, Muzej grada Zenice osim zvanične web stranice posjeduje i zvanične facebook stranice, instagram stranicu, te video prezentaciju virtualne šetnje kroz muzej.

Web stranica i društvene mreže kao sredstva prezentacije muzeja

Web stranica Muzeja grada Zenice

Prezentacije aktivnosti Muzeja grada Zenice (u nastavku teksta Muzej) u prošlosti odvijale su se putem TV reportaža i priloga, novina i časopisa, te u manjoj mjeri putem radija. U posljednjih nekoliko godina kao sredstvo prezentacije i informisanja u prvi plan dolaze web stranice i društvene mreže. Takav vid prezentacije i komunikacije omogućava široj publici da vrlo jednostavno i sa bilo kojeg područja ima dostupne informacije o aktivnostima i sadržajima, promotivnim programima i radionicama, kako u Muzeju tako i na vrlo interesantnoj tvrđavi Vranduk i Bosanskoj kući koje se nalaze 15 kilometara sjeverno od grada Zenice.

¹ Pravila muzeja grada Zenice donijeta na 3 sjednici održanoj 30. marta 2018. godine. Br. Protokla: 233/18. Članovi: 2, 7 i 16.

² Isto, član 17.

³ Zapisnik sa sjednice gradskog vijeća održane 22. februara 2021. godine, zapisnik br. 01-45-6403/21.

⁴ Cogo Ikbal, *Muzej grada Zenice*, Retrospektiva (1966-2013), Element, Zenica 2013, str. 47-61. (Dalje: Cogo, *Muzej grada...*)

Korisnici mogu vizuelno da pogledaju sadržaje, aktivnosti, da se informišu o terminima izložbi, sadržajima i slično. Iz tog razloga već punih deset godina aktivno djeluje i web stranica Muzeja pod domenom www.zemuzej.ba gdje se mogu pronaći svi neophodni podaci kako o aktuelnostima, tako i o muzejskim postavkama, zbirkama, biblioteci i ostalim korisnim informacijama. Ovakav vid interakcije daje mogućnost prezentovanja Muzeja “izvan zidova” što je vrlo značajno, naročito kada su u pitanju turističke posjete i organizovane posjete, kako bi se posjetiooci i publika mogli informisati o svemu što je neophodno.



Slika br. 1 *Oficijelna web stranica Muzeja grada Zenice*

Kroz statistiku i analitiku web stranice može se pratiti broj posjeta na mjesečnom i godišnjem nivou, ali i zemlje iz kojih se posjećuje web stranica. Tako smo prema petogodišnjem uzorku utvrdili da web stranicu Muzeja posjećuju prvenstveno iz Europe, ali i zemalja Azije i Sjeverne Amerike, što govori u prilog činjenici da će u budućnosti web prezentacije igrati ključnu ulogu u promoviranju i prezentiranju Muzeja.⁵ Muzej kao neprofitabilna ustanova, kroz marketinški program, prezentira sadržaje za publiku i obavještava širu javnost da posjećuje programe. Muzejski programi se realizuju radi proširenja kulturne svijesti i edukacije, doedukacije i reedukacije najširijih slojeva stanovništva, a time se povećava i turistička ponuda. To i jeste primarni cilj muzejskog marketinga, koji ne smije biti podređen nekim drugim ciljevima. Sekundarni ciljevi marketinga jesu pribavljanje dodatnih materijalnih sredstava za normano funkcionisanje i rad muzejske ustanove.⁶

Kada su u pitanju posjete web stranici Muzeja dnevni prosjek od osnivanja web stranice iznosi negdje oko 25 do 30 posjeta, što je veoma visok broj. Uzmemo li u obzir da u ovaj broj nisu pridodate posjete facebook i instagram mrežama, taj broj

⁵ Podaci i informacije preuzeti sa zvanične web stranice www.zemuzej.ba (posjećeno 07. oktobra 2021. godine)

⁶ Krivošejev Vladimir, *Muzeji, publika, marketing*, Valjevo print, Valjevo 2009, str. 74. (Dalje: Krivošejev, *Muzej, publika...*)

(on line) posjeta je daleko veći. Sveukupna redovna prosječna posjećenost na novou godine za tvrđavu Vranduk i zgradu Muzeja iznosi negdje oko 20tak osoba po danu. Ovi podaci govore u prilog konstataciji da će u budućnosti prezentacija muzeja kao primarni medijski izvor biti internet, web stranica i društvene mreže.

MJESEC	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	UKUPNO
PROSJEČAN BR. POSJETA WEB STRANICI	628	656	711	750	903	969	974	982	798	795	604	694	9464
PROSJEČAN BR. OTVARANJA NA WEB STRANICI	3140	3280	3555	3750	4515	4845	4870	4910	3990	3975	3020	3470	47320

Tabela br. 1 Statistički pregled broja posjeta web stranici Muzeja grada Zenice u 2020. godini

Veoma važan pokazatelj na web stanici, jeste i država iz koje s vršila posjeta, gdje smo prikupili vrlo interesantne podatke. Zbog obimnosti istih, u ovom radu daćemo samo jedan uzorak za mjesec septembar 2021. godine, kako bi prezentovali raznolikost zemalja iz kojih se posjećivala web stranica Muzeja. Tako na primjer imamo prema posjećenosti iz država sljedeće brojeve:

<i>Norveška</i>	<i>1295</i>	<i>Slovenija</i>	<i>12</i>
<i>Bosna i Hercegovina</i>	<i>1016</i>	<i>Švedska</i>	<i>12</i>
<i>Sjedinjene Američke Države</i>	<i>276</i>	<i>Kanada</i>	<i>12</i>
<i>Kina</i>	<i>84</i>	<i>Italija</i>	<i>8</i>
<i>Hrvatska</i>	<i>50</i>	<i>Hong Kong</i>	<i>6</i>
<i>Rusija</i>	<i>50</i>	<i>Iran</i>	<i>6</i>
<i>Njemačka</i>	<i>44</i>	<i>Austrija</i>	<i>4</i>
<i>Srbija</i>	<i>26</i>	<i>Luksemburg</i>	<i>4</i>
<i>Mađarska</i>	<i>24</i>	<i>Holadnija</i>	<i>4</i>
<i>Francuska</i>	<i>24</i>	<i>Danska</i>	<i>4</i>
<i>Australija</i>	<i>16</i>	<i>Grčka</i>	<i>4</i>
<i>Japan</i>	<i>14</i>	<i>Tajland</i>	<i>2</i>
<i>Velika Britanija</i>	<i>12</i>	<i>Švicarska</i>	<i>2</i>

<i>Indija</i>	2	<i>Poljska</i>	2
<i>Crna Gora</i>	2	<i>Češka</i>	2
<i>Ukrajna</i>	2	<i>Slovačka</i>	2

Iz svih gore navedenih podataka možemo zaključiti da je web stranica odigrala vrlo važnu ulogu u protekloj deceniji prezentiranja Muzeja. Web stranica će biti neizostavni medij u prezentiranju Muzeja u budućnosti, odnosno preuzet će ključnu ulogu. Kvalitetna web stranica sa zanimljivim sadržajima, obavijestima, mogućnosti korištenja na svim svjetskim jezicima, te redovnom ažuriranju i informisanju, davat će široj publici iz cijelog svijeta mogućnost da planiraju i organiziraju aktivnosti posjete muzejskim institucijama.⁸ Jedina objektivna “mana” ovakvog vida prezentacije jeste da starije generacije manje koriste internet, a postoje i sada domaćinstva i porodice kojima nije dostupan internet, pa se to može smatrati jednom od mana ovog vida prezentiranja. Samo u toku prošle godine, na web stranicu Muzeja postavljeno je devet virtualnih izložbi i album srednjovjekovne muzike kako bi se ustanova Muzeja prilagodila novonastaloj situaciji uzrokovane pandemijom.

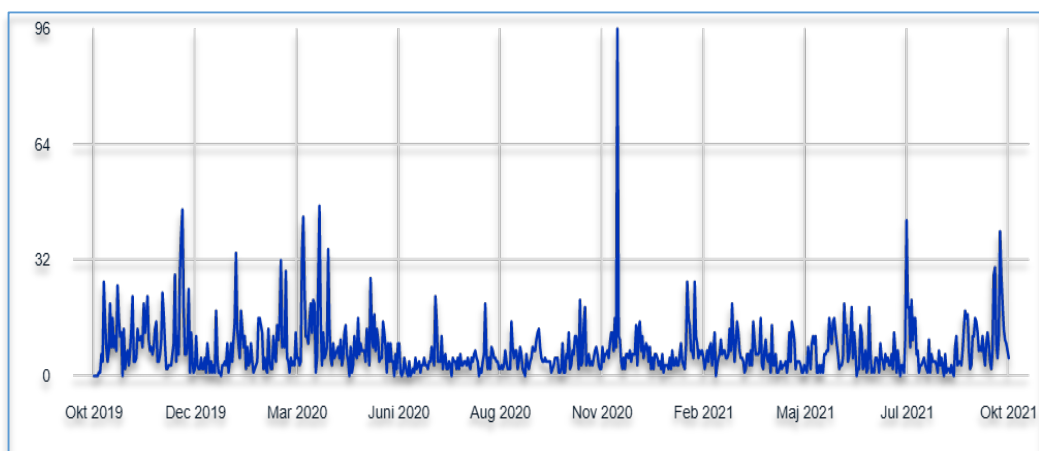
Facebook stranica Muzeja grada Zenice

Facebook stranica Muzeja uspostavljena je u 21. novembra 2017. godine s ciljem što bolje komunikacije između publike/posjetioca i Muzeja.⁹ U svijetu društvenih mreža, ovakav vid prezentacije daje nam podatke o broju pregleda određene objave, te sedmične, mjesečne i godišnje parametre. U protekle dvije godine, dakle od 03. oktobra 2019. do momenta prezentacije ovih podataka u rad, ukupno je ovu stranicu posjetilo 152.000 ljudi iz cijelog svijeta. Osim toga, u protekle dvije godine oko 33.100 osoba podijelilo je neku od objava ove stranice, ostavili svoj dojam-komentar ili reagirali sa klikom na objavu. Mada Muzejski radnici aktivno koriste kako službene tako i privatne mail adrese (aktivno je i šest telefonskih brojeva) ipak u praksi najveći broj kontakata ostvaruje se putem poruka koje se razmjenjuju na oficijelnoj facebook stranici.¹⁰ U prilogu ćemo da predstavimo analitičke tabele i parametre o posjetama i pregledima facebook stranici u protekle dvije godine, broju pregleda objava te spolnoj i dobnoj strukturi posjetioca. Trenutno facebook stranicu prati oko 3300 korisnika, ali se njihov broj iz dana u dan povećava.

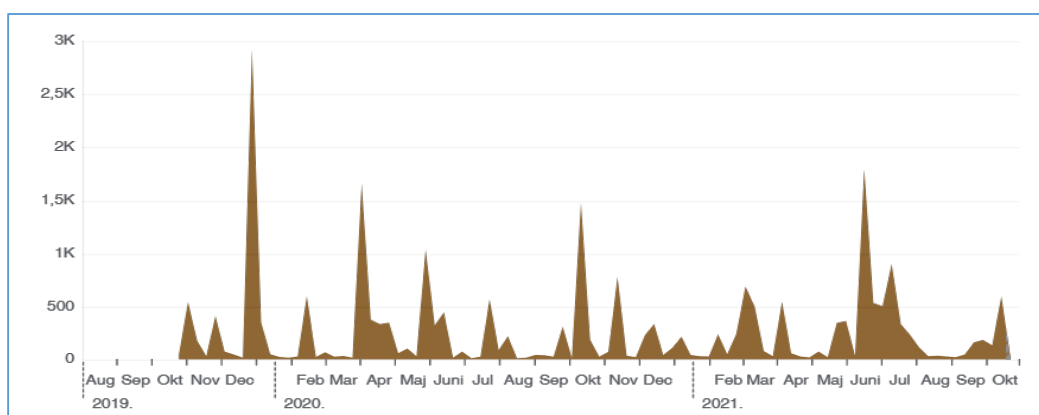
⁸ Podatke o broju posjeta, statistici i područjima (zemljama) iz kojih su vršene posjete na web stranicu Muzeja grada Zenice, dobili smo od urednika web stranice www.zemuzej.ba, muzejskog dokumentariste, gospodina Alena Karamehića u mjesecu oktobru 2021. godine, prema kojima smo i sačinili ovaj izvještaj.

⁹ Podaci o osnivanju <https://www.facebook.com/Muzej-grada-Zenice-Zenica-City-Museum/> (posjećeno 09. oktobra 2021. godine)

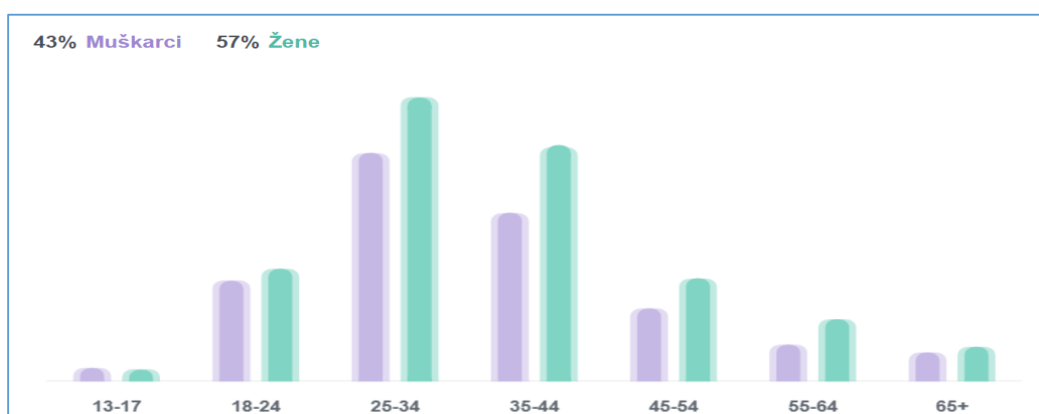
¹⁰ Također, od 2020. godine u funkciji je i facebook stranica *Planet Europa* koja je zamišljena kao stranica za razmjenu sadržaja iz svih zainteresiranih muzeja i galerija u Europi/svijetu. Riječ je o virtualnim izložbama, najavama programa i izvještaja o održanim programima i radionicama. Među najatraktivnije spadaju predstavljanja Van Gogh muzeja i Muzeja Leonardo da Vinci, te Muzeja letjelica, ali, ne manje važno, na ovoj stranici predstavljaju se svi bh i regionalni muzeji i galerije. Stranica bilježi oko 4000 pregleda na godišnjem nivou.



Grafikon br. 1 Broj dnevnih pregleda Facebook stranice u protekle dvije godine



Grafikon br. 2 Broj pregleda objava na Facebook stranici u protekle dvije godine



Grafikon br. 3 Pratioci Facebook stranice prema dobi i spolu

Na osnovu navedenih podataka može se zaključiti da najveću strukturu posjetioca čine osobe između 24 i 45 godine života, te da u svakoj životnoj dobi kao

posjetioci dominiraju žene. Kada su u pitanju pratioci Facebook stranice iz gradova Bosne i Hercegovine, ali i europe struktura pratioca je sljedeća:

Bosna i Hercegovina:

<i>Zenica</i>	<i>1 6 8 6</i>	<i>Tešanj</i>	<i>2 5</i>	<i>Jajce</i>	<i>1 4</i>
<i>Sarajevo</i>	<i>3 0 1</i>	<i>Mostar</i>	<i>2 4</i>	<i>Jelah</i>	<i>1 1</i>
<i>Žepče</i>	<i>4 7</i>	<i>Vitez</i>	<i>2 3</i>	<i>Bihać</i>	<i>1 1</i>
<i>Zavidovići</i>	<i>4 3</i>	<i>Visoko</i>	<i>2 3</i>	<i>Donji Vakuf</i>	<i>8</i>
<i>Kakanj</i>	<i>4 2</i>	<i>Magaj</i>	<i>2 1</i>	<i>Novi Travnik</i>	<i>8</i>
<i>Travnik</i>	<i>4 1</i>	<i>Banja Luka</i>	<i>1 7</i>		
<i>Tuzla</i>	<i>2 5</i>	<i>Busovača</i>	<i>1 5</i>		

Inostranstvo:

<i>Beograd</i>	<i>2 6</i>
<i>Zagreb</i>	<i>2 3</i>
<i>Beč</i>	<i>2 0</i>
<i>Minhen</i>	<i>1 4</i>
<i>Skoplje</i>	<i>1 2</i>
<i>Sydnej</i>	<i>1 0</i>
<i>Istambul</i>	<i>1 0</i>
<i>Ljubljana</i>	<i>1 0</i>
<i>Frankfurt</i>	<i>9</i>
<i>Bitola</i>	<i>8</i>
<i>Maribor</i>	<i>7</i>

Iz svega gore navedenog¹¹ možemo zaključiti da je epoha interneta, web stranice i društvene mreže uveliko doprinijele prezentaciji Muzeja u peroteklim godinama. Istraživanja iz 2018. godine su pokazala da u Bosni i Hercegovini 3/4 domaćinstava ili 75% aktivno koristi internet i ima pristup internet sajtovima.¹² Shodno tome, u budućnosti će praksa prezentiranja Muzeja putem interneta biti primarna varijanta za širu publiku. Podaci i istraživanja koja smo ovdje sporovali, pokazala su da se ljudi iz cijelog svijeta interesiraju za kulturne sadržaje Muzeja, te ih treba adekvatno i stručno predstavljati. Zanimljivo je da u vremenu pandemije covid 19 virusa, dolazi do naglog broja posjeta i pregleda, što je jasan pokazatelj da će “muzej izvan zidova” u budućnosti imati perspektivu kroz prezentovanje putem interneta i dostupnost bilo gdje i bilo kada.

Klasični mediji u prezentiranju Muzeja grada Zenice, novine i televizija

U XXI stoljeću cijeli svijet postaje jedno “globalno selo” gdje su informacije i podaci postali dostupni iz cijelog svijeta. To je uticalo da klasični pristup informacijama putem novina bude potisnut u drugi plan.¹³ Virtuelni način komuniciranja prevazišao je novinske članke i stupce, gdje se nekada tragalo za informacijama. Također i televizija kao medijsko sredstvo nije više atraktivna i aktuelna kao ranije, pa smo i novine i televiziju smjestili u klasična sredstva informisanja i prezentiranja Muzeja. Slično je i sa radio talasima, jer sve je manje slušalaca radija.¹⁴ Perspektiva ovakvih medija u konačnici nije dobra, a globalni tokovi zahtijevaju informacije u svakom trenutku na bilo kojem mjestu. Zato smo u ovom poglavlju obradili prezentaciju Muzeja kroz ovu vrstu medija. U nešto povoljnijem položaju od novina je televizija, odnosno programi i reportaže iz Muzeja, koje imaju svoj medijski prostor najčešće u udarnim dnevnim i večernjim terminima.

Novine

Kada su u pitanju novine kao sredstvo informisanja i prezentacije rada Muzeja u protekloj deceniji, kao prvorazredna novina u gradu Zenici jeste *Naša riječ*, koja u kontinuitetu izlazi od 15. februara 1956. godine, u sedmičnoj štampi.¹⁵ *Naša riječ* je do kraja devedesetih godina prezentovala kako informacije iz grada Zenice, tako i okolnih gradova, a poslije rata najviše sa područja Zeničko-dobojskog kantona. Iako je tiraž prijeratnih izdanja iznosio na desetine hiljada primjeraka, ipak u vremenu nakon rata, tiraž ovih novina naglo opada, a u posljednjoj deceniji *Naša riječ* prelazi i na oglašavanje putem interneta (zvanične web i facebook

¹¹ Podatke o pregledima, posjetima i pratiocima dobili smo iz zvaničnih izvještaja sa stanice (<https://www.facebook.com/Muzej-grada-Zenice-Zenica-City-Museum/>) praćenim od vremena kreiranja iste 21. novembra 2017. godine, s tim da smo ovdje uvrstili podatke u protekle dvije godine, tj. od oktobra 2019. do oktobra 2021. godine.

¹² <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview/> (posjećeno 15. oktobra 2021. godine)

¹³ Delbašić Esad, Hadžikadunić Edin, *Muzej u informatičkom okruženju*, Graforad, Zenica 2002, str. 121-128. (Dalje: Delibašić, Hadžikadunić, *Muzej u informatičkom...*)

¹⁴ Više o tome vidjeti u: Čehajić Raif, *Radio Zenica 50 godina globalnog medija*, Stanić Kreševo, Sarajevo 2020. (Dalje: Čehić, *Radio Zenica...*)

¹⁵ Bjelovitić Miloš, *Zenica i njena okolina*, Ekonomskogeografska studija, ANU BIH, Knj. XXXI, Odjeljenje društvenih nauka knj.18, Sarajevo 1968, str. 168. (Dalje: Bjelovitić, *Zenica...*)

stranice) kao i ostale novisne kuće. Osim Naše riječi, o Muzeju grada Zenice izvještavali su i prezentovali aktivnosti i dnevne novine *Oslobođenje* i *Dnevni Avaz*.

Međutim, kako je tema ovog rada prezentacija Muzeja grada Zenice u proteklih deset godina, možemo konstatovati da je broj priloga u novinama o Muzeju sveden na minimum. Taj minimum je posljedica promjena u kadrovskoj strukturi Naše riječi, koja više nema klasičnu suradnju sa ustanovama kulture i kulturnim zbivanjima, već se poslovna politika okreće ka maksimalnoj komercijali i stabilnijem finansijskom poslovanju. Novine kao sredstvo informisanja gube na značaju, te prelaze na platformu kao web portali, pa nam onda one informacije koje su nekada bile plasirane u štampi na papiru, plasiraju na mobilnim uređajima, računarima i laptopima. Zbog obimnosti materijala, odlučili smo da samo statistički navedemo broj priloga u sedmičnim novinama *Naša riječ* u proteklih deset godina.¹⁶

GODINA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	UKUPNO
BROJ PRILOGA U NAŠOJ RIJEČI	5	6	5	4	5	6	9	12	15	3	5	75

Tabela br. 2 Broj priloga (prezentovanje Muzeja) u sedmičnim novinama *Naša riječ* u proteklih 10 godina



Slika br. 2 Isječci sa web portala *Oslobođenja*, *Naše riječi* i *Dnevnog avaza* sa prezentacijama o aktivnostima u Muzeju grada Zenice

¹⁶ Veliku pomoć za istraživanje ove teme pružili su i uposlenici Naše riječi koji su bili susretljivi i ustupili mi sva neophodna izdanja Naše riječi, a koju Muzej grada Zenice na žalost nije posjedovao, izdanja od 2011 do 2021. godine.

Postavlja se pitanje kakva će biti i sama perspektiva novina kao štampanih medija u budućnosti. Prateći trendove i tokove u medijskom prostoru, danas se novine potiskaju u drugi plan, tako da će i prezentacija sadržaja muzeja morati da se više bazira na zvaničnim portalima. Osim toga, mlađe generacije svakako nisu zainteresovane za čitanje sadržaja iz štampanih novina, te više koriste elektronske platforme. Na području grada Zenice djeluje desetak srednjih škola (tri gimnazije), Univerzitet, petnaest osnovnih škola i vrlo je važno da učenici i studenti budu u nastavnom procesu uključeni u muzejske prezentacije i programe, makar to bilo i informativno na časovima historije i kulture življenja. Time bi se unaprijedio interes kod mlađih generacija, čime bi i posjećenost bila veća.¹⁷

Televizijski program

U posljednjoj deceniji i televizijski program kao klasični mediji postaje manje gledan, naročito kod mlađih generacija. U televizijskom programu za kulturu, nađe se i po neki prilog (doduše kratkog trajanja) o aktivnostima i sadržajima zeničkog muzeja. Najčešće je to program koji emituje lokalna Radio-televizija Zenica u redovnoj informativnoj emisiji *Zenicainfo* ili na web portalu *Zenicainfo.ba*. Objektivna mana ovakvog izvještavanja jeste kratak medijski prostor od svega dvije minute po prilogu, gdje se mora u skraćenoj formi prikazati reportaža, sadržaj ili neka izjava. Osim lokalne televizije, Muzej su posjećivali i novinari Federalne televizije, BHRT-Radiotelevizija Bosne i Hercegovine, Radio televizija Tuzlanskog kantona, Hayata, Al Jazeera Balkans, O Kanal i tako dalje. Veoma je važno napomenuti da sve gore navedene televizijske kuće imaju i svoje web portale i youtub kanale gdje u elektronskoj formi prezentiraju svoj program i sadržaje, tako da se programi i reportaže iz Muzeja mogu disperzovati na širu publiku. Naročito su važni programski sadržaji televizijskih kanala i programa koji se emituju na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine i šire, kako bi zainteresovana publika mogla biti informirana o svim dešavanjima u Muzeju.

GODINA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	UKUPNO
BROJ SADRŽAJA EMITOVANIH NA RTV ZENICA	7	8	7	6	8	9	10	10	12	2	5	84

Tabela br. 3 Broj sadržaja (prezentovanje Muzeja) emitovanih na RTV Zenica u proteklih 10 godina¹⁸

¹⁷ Žilber Klod, *Muzeji i publika*, Narodni muzej Beograd, Clio 2005, str. 77-80. (Dalje: Žilber, *Muzeji i publika...*)

¹⁸ Podaci ustupljeni iz JP Radio-televizija Zenica, adresa: Bulevar Kralja Tvrtka I bb, Zenica 27. oktobra 2021. godine.



Slika br. 3 Televizijska emitovanja i snimanja izložbi i programa u Muzeju grada Zenice



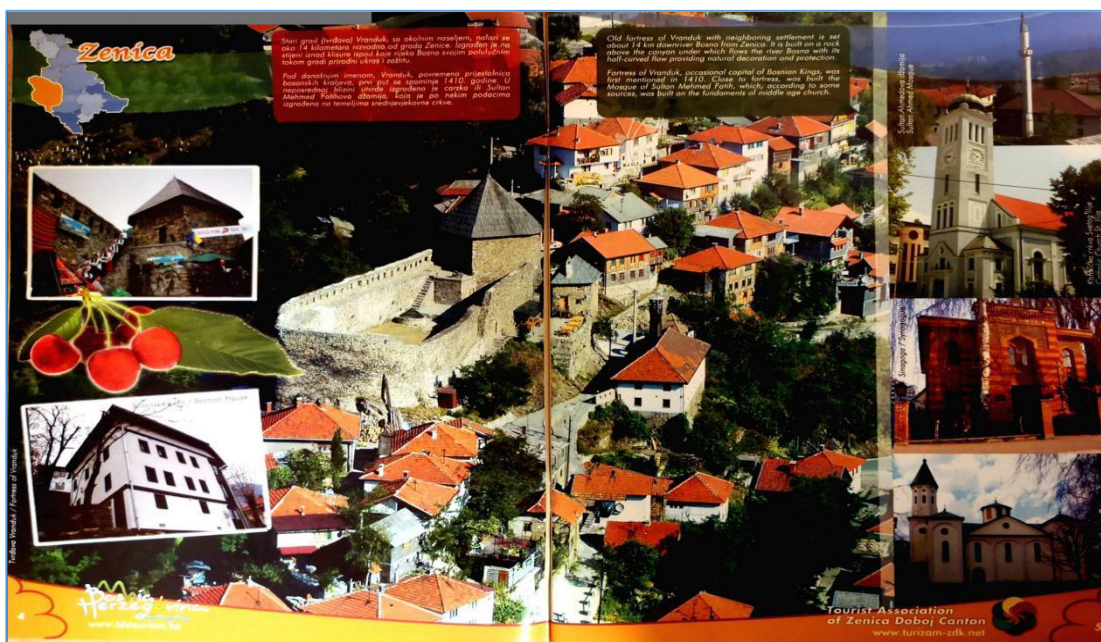
Slika br. 3 Televizijska emitovanja i snimanja izložbi i programa u Muzeju grada Zenice

Drugi vidovi prezentacije i komunikacije

Od ostalih vidova prezentacije rada Muzeja u protekloj deceniji može se izdvojiti još nekoliko vrlo važnih i značajnih sredstava javnog informisanja, gdje se prezentovao rad Muzeja grada Zenice. Tu prvenstveno mislimo na web portale koje smo već gore spominjali. Najvažniji lokalni web portali su: *072info* (www.072info.com); *Zenicablog* (www.zenicablog.com) i *Zenicainfo.ba* (portal Radio-televizije Zenica). Osim web portala i turističke agencije u svojim programskim sadržajima najčešće ubrajaju tvrđavu Vranduk i Muzej grada Zenice kao jedne od atraktivnijih sadržaja koji se trebaju posjetiti. Turistička zajednica Zeničko-dobojskog kantona u

svojim prospektima, časopisima i programskim sadržajima vrlo često prezentuje Muzej kao instituciju kulture koja je interesantna za posjetiti.¹⁹

S nadom da će uskoro završiti pošast virusa koji je pogodio cijeli svijet, te dakako umanjio obim poslovanja i aktivnosti Muzeja, neophodno je napraviti strategiju razvoja i ponovne revitalizacije kako programskog sadržaja tako i njegovog prezentovanja, a ključ razvoja leži u elektronskim medijima i internet platformama za širu publiku i prezentovanje cijelom svijetu.



Slika br. 4 Časopis turističke zajednice Zeničko-dobojskog kantona

Perpsektive prezentovanja muzeja u budućnosti

Prema definiciji International council of Museum (ICOM): “Muzej je neprofitna, trajna ustanova u službi društva i njegovog razvoja, otvorena za javnost, koja stječe, čuva, istražuje, komunicira i izlaže materijalnu i nematerijalnu baštinu čovječanstva i njegovog okoliša u svrhu obrazovanja, učenje i uživanje.”²⁰ Ovdje je vrlo važna klauzula da je muzej otvoren za javnost, a otvorenost prema vanjskom svijetu najbolje se postiže kroz medijsku prezentiranost, posebno misleći na savremene medije: web stranice, portale i društvene mreže. Ogromna prednost društvenih mreža leži u činjenici da sve veći broj stanovništva koristi iste, a i same objave i protok informacija idu brže i jednostavnije. U ovom radu smo kroz retrospektivu desetogodišnjeg djelovanja i rada Muzeja predstavili prednosti i nedostatke određenih vidova

¹⁹ Također osnovne smjernice za razvoj kulture u Zeničko-dobojskom kantonu mogu se pronaći i na web stranici www.zdk.ba/ministarstvo-za-privredu/; te za stanici Turističke agencije Zeničko-dobojskog kantona www.turizam-zdk.net

²⁰ <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (posjećeno 20. oktobra 2021. godine)

medijske prezentacije. Činjenica je da se u medijima današnjice ne pridaje mnogo pažnje djelovanju i radu muzeja i institucija kulture. Osim toga, slaba finansijska podrška svih nivoa vlasti, nedostatak kadra (zbog nemogućnosti upošljavanja), samo su neki od osnovnih problema s kojima se susreće muzej i muzejski djelatnici. Neophodno je da se u budućnosti Muzej orijentiše ka digitalizaciji, jer najbolji primjer jesu protekle dvije godine u kojima je bilo prioda kada su bile potpuno obustavljene posjete Muzeju. U tom periodu uposlenici Muzeja grada Zenice su na adekvatan način odgovorili pandemijskom izazovu, te učestvovali u on line programima međunarodnih manifestacija od društvenog značaja. Muzejski djelatnici su instalirali opremu dobijenu kroz IPA REG projekat “Fortress Reinvented” u tvrđavi Vranduk. Tokom minule godine posvetili su se produkciji sadržaja za kompjutere, tablete, televizore, koji će pružati posjetiocu dodatne podatke ali i omogućiti da sve vidi na jednom mjestu.²¹ Uzimajući u obzir činjenicu da je Zenica univerzitetski grad, sa 110.663 stanovnika,²² smješten centralnom dijelu naše države, neophodan je veći angažman kako lokalnih vlasti, tako i turističkih zajednica, ali i obrazovnih institucija kako bi se na adekvatan način doveo Muzej u ono stanje barem prije pojave pandemije, a nakon toga da se na temeljima dobrog marketinga djelovanje rada proširuje. Ovdje ćemo kazati da je menadžment Muzeja grada Zenice na vrijeme prepoznao značaj eksponiranja i prezentiranja na internet platformama, te na neki način amortizovao globalni pandemijski uticaj na publiku. Virtualne izložbe, virtualne prezentacije, zatim QR kodovi koji posjetioce vode do određenih prezentacija, omogućili su publici da prati tokove svih aktuelnih zbivanja u Muzeju i tvrđavi Vranduk. Dakako, da tu leži i perspektiva za budućnost, jer bez dobrog marketinga i sadržaja nema ni dobre konekcije sa publikom. Album srednjovjekovne muzike, Izložba ilustracija posvećena Amy Winehouse, izložbe o bosanskohercegovačkom stripu, samo su neke od virtualnih izložbi koje su imale odličnog odjeka. U budućnosti bi društvene mreže, web stranice i web portali svakako trebali biti primarni izvor informacija za krajnijeg korisnika, a prednost internet epohe biće i prenost ustanova kulture u njihovom prezentovanju. Čak bi i osnivanje posebne facebook stranice za tvrđavu Vranduk, sigurno dalo još više podstreka budućim posjetiocima, jer Vranduk nije samo lokalni pojam, već državni. Značajno bi bilo osnovati i oficijelni youtub kanal na kome bi se mogli postavljati video materijali. Svi ovi zaključci temelje se na gore provedenom istraživanju, a svi parametri pokazuju da je najbolje i najisplativije ulaganje i prezentovanje putem interneta. Odgojno-obrazovne institucije, te institucije kulture, zajedno sa novim generacijama koje žive internet epohu mogu zajedno učestovati u kreiranju što interesantnijih sadržaja, radionica i programa koji se prezentuju u Muzeju. Istine radi, prostorna pokrivenost prezentacije kroz društvene mreže dohvata posjetioce sa svih kontinenata, što ukazuje na kakav se kvalitet ne može dotići putem klasičnih medija, ali isto tako trenutna pozicija reklamiranja ustanove u klasičnim medijima je pozitivna, jer je podrška lokalnog stanovništva (na koje se disperzuju informacije iz klasičnih medija) osnovna po pitanju fizičke posjećenosti programa.

²¹ Izvještaj o radu Muzeja grad Zenice za 2020. godinu, str. 2

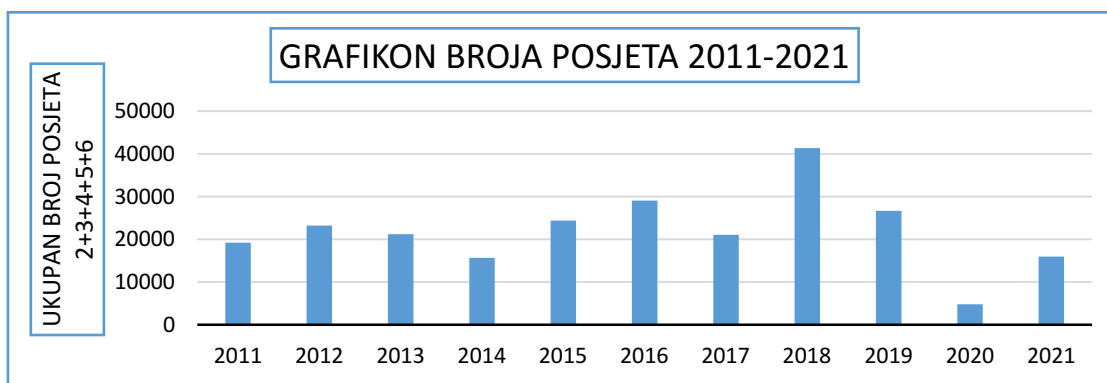
²² <http://www.statistika.ba/?show=12&id=11185> (posjećeno 26. oktobra 2021. godine). U Urbanoj zoni živi oko 70.000 stanovnika, dok u Ruralnoj zoni živi oko 40.000 stanovnika.

Prilozi

Tabela br. 4 *Prikaz posjeta Muzeju grada Zenice i tvrđavi Vranduk u periodu od 2011 do 2021. godine*²³

	GODINA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (prvih 9 mjeseci)
1	Broj promotivnih programa i radionica	59	72	62	37	66	67	149	237	249	93	102
2	Broj redovnih posjeta Muzeju	2512	4087	5070	4139	3251	3168	2795	4202	3343	147	2110
3	Broj posjetioca programa održanih u Muzeju	9762	10187	10218	7615	11645	18175	9981	10717	16339	2833	8456
4	Broj redovnih posjeta tvrđavi Vranduk	4447	6683	4155	2478	7084	2085	5550	5968	2567	1844	4122
5	Broj posjetioca programa održanih u tvrđavi Vranduk	1478	1780	1220	1300	400	4817	1480	19635	1635	0	1021
6	Programi Muzeja u inozemstvu i zemlji	1021	480	560	138	2020	845	1243	834	2788	0	255
7	UKUPAN BROJ POSJETA (2+3+4+5+6)	19220	23217	21223	15670	24400	29090	21049	41356	26672	4824	15964

²³ Za sačinjavanje statističkih analiza posjeta i aktivnosti u JU Muzej grada Zenice, koristili smo izvještaje ove Javne ustanove sačinjenih u proteklih 10 godina. Izvještaji o radu JU Muzej grada Zenice 2011-2020. Za 2021. godinu korišteni su podaci iz prva tri kvartala (januar-septembar 2021. godine).



Grafikon br. 4 *Ukupan broj posjeta u periodu od 2011 do 2021. godine*

Izvori:

1. Izvještaji o radu JU Muzej grada Zenice za period: 2011-2020.
2. Naša riječ: od 2011 do septembra 2021. godine.
3. Pravila muzeja grada Zenice donijeta na 3 sjednici Upravnog odbora održanoj 30. marta 2018. godine; Br. Protokla: 233/18.
4. Zapisnik sa sjednice gradskog vijeća održane 22. februara 2021. godine, zapisnik br. 01-45-6403/21.
5. <https://www.facebook.com/Muzej-grada-Zenice-Zenica-City-Museum/>
6. <http://www.statistika.ba/>
7. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>
8. <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview/>
9. www.zemuzej.ba
10. [www.zdk.ba /ministarstvo-za-privredu/](http://www.zdk.ba/ministarstvo-za-privredu/)
11. www.turizam-zdk.net

Literatura:

1. Cogo Ikbal, Muzej grada Zenice, Retrospektiva (1966-2013), Element, Zenica 2013.
2. Čehajić Raif, Radio Zenica 50 godina globalnog medija, Stanić Kreševo, Sarajevo 2020.
3. Bjelovitić Miloš, Zenica i njena okolina, Ekonomskogeografska studija, ANU BIH, Knj. XXXI, Odjeljenje društvenih nauka knj.18, Sarajevo 1968.
4. Delbašić Esad, Hadžikadunić Edin, Muzej u informatičkom okruženju, Graforad, Zenica 2002.
5. Krivošejev Vladimir, Muzeji, publika, marketing, Valjevo print, Valjevo 2009.
6. Žilber Klod, Muzeji i publika, Narodni muzej Beograd, Clio 2005.

PRESENTING THE ACTIVITIES OF THE PUBLIC INSTITUTION MUSEUM OF THE CITY ZENICA THROUGHOUT THE MEDIA

Abstract

Presenting the work of institutions, which have the cultural significance, is a key segment for the primary purpose of the institution itself. Without a good presentation through the media and informing the audience with the contents and activities, neither the primary function of these institutions can be satisfied. This paper deals with the presentation of the public institution Museum of the City Zenica in the past ten years through the media and it provides guidelines on how and in what way to bring in the museum's activities as close as possible to visitors and the public. The reason for writing such a topic lies in the fact that cultural institutions in Bosnia and Herzegovina are in an unenviable position and it is necessary for the future times to modify and adjust the presentation in the area of media in order to reach as many visitors, and thus the activities themselves would resonate among the audience.

Key Words: *presentation, Museum of the City of Zenica, web-pages, social media, classic media, newspapers, TV programme, turistic journals.*