

## DOKUMENTINIO PAVELDO PARODOS RECEPCIJOS VERTINIMAS: VASARIO 16-OSIOS AKTO ATVEJO ANALIZĖ

Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, Agnė Vilkišienė

*Lietuvos kultūros tyrimų institutas, Kazimiero Simonavičiaus universitetas*

### Anotacija

Dokumentinio paveldo paradigmos kaita lemia ir atminties institucijų sampratos kaitą, kai svarbiausia atminties institucijos funkcija tampa aktyvus dalyvavimas kolektyvinės atminties kūrimo procese. Šiame procese svarbus auditorijos išsitraukimas. Dokumentinio paveldo komunikacijos recepcijos vertinimas leidžia įvertinti kultūros vartotojų išsitraukimą į kultūros komunikaciją. Vieno svarbiausių šalies valstybingumui dokumentų – Vasario 16-osios Akto – ekspozicijos lankytojų recepcijos tyrimo, atlikto taikant kiekybinius metodus, duomenys atskleidė, kad Vasario 16-osios Akto ekspozicijos muziejuje lankytojai parodą vertina puikiai ir prisideda prie jos komunikacijos socialiniuose tinkluose, pasitelkę ir žodinę komunikaciją.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: recepcija, kultūros komunikacija, dokumentinis paveldas, paveldo recepcija, paveldo komunikacija.

### Abstract

Change in the paradigm of the documentary heritage also leads to a change in the concept of memory institutions, whereby the most important function of a memory institution becomes active participation in the process of creating the collective memory. Audience engagement is important in this process. Evaluating the reception of documentary heritage communication allows us to assess the involvement of cultural users in cultural communication. Data from a study of the reception of visitors to an exhibition of one of the most important documents to the country's statehood, the Act of 16 February, conducted using quantitative methods, showed that visitors to the museum where the Act of 16 February was on show rate the exhibition very highly and contribute to its communication in social networks and by oral communication.

KEY WORDS: reception, cultural communication, documentary heritage, heritage reception, heritage communication.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v91i2.2558>

### Įvadas

Pastaraisiais dešimtmečiais išsiplėtęs atminties tyrinėjimų laukas paskatino esminius paradigminius muzeologijos ir kitų atminties institucijų pokyčius. XXI a. skaitmeninės medijos, išsiskverbęs į visas žmogaus gyvenimo sritis, leido sukurti tikrą atminties industriją. Atminties institucijų – muziejų, bibliotekų, archy-

Received 24/09/2023. Accepted 09/10/2023

Copyright © 2023 Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, Agnė Vilkišienė. Published by Klaipėda University Press.

This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

vų ir kt. – veikimas ir atminties puoselėjimas neįsivaizduojamas be šiuolaikinių medijų technologijų. Tokios institucijos neretai pačios apibrėžiamos kaip medijos (Henning, 2006, 83) – komunikacijos ir informacijos perdavimo priemonės. Jose saugomas dokumentinis paveldas yra svarbi kiekvienos valstybės ir tautos kolektyvinio nacionalinio tapatumo bei atminties medija. UNESCO 2015 pateiktose rekomendacijose dėl dokumentinio paveldo, įskaitant skaitmeninę formą, išsaugojimo ir prieigos (angl. *Recommendation on the Preservation of, and Access to, Documentary Heritage including in Digital Form*) teigiama, kad „dokumentas yra objektas, susidedantis iš analoginio ar skaitmeninio informacinio turinio ir laikmenos, kurioje jis yra. Jis yra saugomas ir paprastai gali būti perkeliamas. Turinį gali sudaryti ženklai arba kodai (pvz., tekstas), vaizdai (nejudantys arba judantys) ir garsai, kuriuos galima nukopijuoti arba perkelti. Laikmena gali turėti svarbių estetiinių, kultūrinių ar techninių savybių. Ryšys tarp turinio ir laikmenos gali svyruoti nuo šalutinio iki integralaus“ (UNESCO, 2015, 2). Toje pačioje rekomendacijoje *dokumentinis paveldas* apibrėžiamas kaip „pavieniai dokumentai, – ar dokumentų grupės – turintys reikšmingą išliekamąją vertę bendruomenei, kultūrai, šaliai ar žmonijai apskritai, kurių sugadinimas ar praradimas būtų žalingas nuskurdimas. Šio paveldo svarba gali išryškėti tik laikui bėgant. Pasaulio dokumentinis paveldas yra pasaulinės svarbos ir atsakomybės objektas, todėl turėtų būti visiškai ir visų saugomas, deramai gerbiant ir pripažįstant kultūros papročius ir praktinius dalykus. Jis turėtų būti prieinamas ir pakartotinai naudojamas be kliūčių. Jis suteikia galimybę suprasti socialinę, politinę, kolektyvinę ir asmeninę istoriją. Tai gali užtikrinti gerą valdymą ir tvarų vystymąsi. Kiekvienos valstybės dokumentinis paveldas atskleidžia jos atmintį ir tapatybę, taigi leidžia nustatyti jos vietą pasaulio bendruomenėje“ (UNESCO, 2015, 2).

2022 m. svarbiausia Lietuvoje dokumentinio paveldo paroda vyko Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune. Nuo vasario 16 d. iki lapkričio 27 d. čia eksponuotas vienas svarbiausių modernios Lietuvos valstybės politikos ir istorijos dokumentų – Lietuvos Tarybos nutarimas dėl Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo, pasirašytas 1918 m. vasario 16 d. Vilniuje (Vasario 16-osios Aktas). Laikantis Vokietijos politinio archyvo ir Lietuvos vyriausiojo archyvaro tarnybos bei Lietuvos valstybės istorijos archyvo susitarimo, aktas Lietuvai perduotas ne ilgiau kaip penkeriems metams, pirmuosius metus jį eksponuojant Vilniaus Signatarų namuose, kitus metus – Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune. Čia jau pirmąją eksponavimo dieną parodą aplankė net 547 lankytojai, dar dukart tiek laukė eilėje prie muziejaus durų, nes pagal tuo metu galiojusius karantino reikalavimus didesnio lankytojų skaičiaus muziejus negalėjo priimti. Šį skaičių galima palyginti su kitų 2022 m. Lietuvos valstybės archyvų surengtų edukacinių renginių ir dokumentinio paveldo parodų skaičiumi: kiekvieną 181 renginį

ar parodą vidutiniškai aplankė po 397 lankytojus. Lietuvos vyriausiojo archyvaro duomenimis, vidutiniškai per mėnesį kiekviename valstybės archyve apsilankė po 176,63 lankytojų.

Svarbus dokumentinio paveldo funkcionavimo aspektas yra jo prieinamumas ir komunikacija, kuri neatsiejama nuo aktyvaus piliečių ir vartotojų įsitraukimo. Dokumentinio paveldo komunikacijos kontekste vis dažniau taikoma iš kitų kultūros laukų perimta „dalyvaujančiosios kultūros“ (angl. *participatory culture*) samprata. Ši esminė kultūros komunikacijos sampratos kaita lemia vis didėjančią auditorijos atsakomybę, nuo kurios įsitraukimo priklauso paveldo komunikacijos rezultatas. 2017 m. atlikto tyrimo „Kultūros dalyvavimas ir pasitenkinimas kultūros paslaugomis“ rezultatai atskleidžia, kad net 99,8 proc. respondentų naudojami kultūros produktais, pavyzdžiui, skaito knygas; 41 proc. respondentų dalyvauja kultūrinėje veikloje ir yra aktyvūs kultūros vartotojai (Kelpšienė, 2021, 105). Tačiau atlikus apklausą nenustatyta, kaip jie įsitraukia į kultūros komunikaciją, ar dalyvavimas kultūrinuose procesuose tiriamas kaip savanorystės veikla ar renginio, filmo stebėjimas, lankymasis bibliotekoje, kas lemia siaurą ir netikslią dalyvavimo kultūros komunikacijos procese sampratą. Edgardo Klivio (2013) teigimu, parodos lankymas negarantuoja vartotojo įsitraukimo į komunikacijos procesą, o tokio įsitraukimo vertinimas yra būtina sąlyga, siekiant, kad kultūros įstaigos išliktų lankomos (Hooper-Greenhill, 1994, 34). Tad atsakę į klausimą, kaip lankytojai įvertino Vasario 16-osios Akto parodą Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune, galėsime įvertinti, kaip kultūros vartotojai įsitraukia į dokumentinio paveldo parodos komunikaciją.

Darbo objektas: Vasario 16-osios Akto ekspozicijos muziejuje lankytojų recepcija.

Tikslas: iširti Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų recepciją.

Uždaviniai:

1. Apibrėžti teorines kolektyvinės kultūrinės atminties ir dokumentinio paveldo recepcijos sampratas.
2. Aptarti pagrindinius Vasario 16-osios Akto, kaip dokumentinio paveldo, komunikacijos ypatumus.
3. Nustatyti, kokie veiksniai ir sąlygos daro poveikį Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų recepcijai bei jų komunikavimui apie parodą.

## 1. Teorinis dokumentinio paveldo parodos recepcijos vertinimo pagrindimas

Archyvai iš kitų atminties institucijų išsiskiria tam tikrais ypatumais. Bibliotekos lankytojus traukia įvairiais pramoginio pobūdžio leidiniais. Muziejų eksponatai – įvairūs objektai, artefaktai ar meno kūriniai – dažniausia yra vaizdūs, o jų atsiradimo kontekstas neretai mažiau svarbūs už patį eksponatą. Galima sakyti, kad dokumentinio paveldo objektai yra vizualiai mažiau patrauklūs. Neretai tai nesuprantama kalba ir sunkiai įskaitomu raštu parašyti istoriniai dokumentai. Tad archyvų komunikacija su auditorija ypač svarbi įtraukiant visuomenę.

Seniausias muziejininkystėje taikomas komunikacijos būdas – paroda. Iki XX a. tai buvo vienintelė muziejaus komunikacijos forma. Šį būdą archyvai pradėjo taikyti tik pastarąjį dešimtmetį. Deivid'o Dean'o (2002, 2) teigimu, pagrindinis parodos kūrimo ir pardavimų strategijos skirtumas – misija. Bet ir parodai, ir komerciniam projektui būdingi tie patys etapai ir net terminologija, tad ir paroda turi būti apibrėžiama kaip informacijos „pardavimo arba perdavimo“ projektas. Ed'as Rodley'us (2020) antrina, kad paroda – tai idėjų komunikacijos būdas. Ne kiekvienas parodą aplankęs lankytojas yra linkęs įsitraukti į jos komunikaciją, net jeigu nuo to priklauso institucijos legitimumas. Todėl parodų lankytojų recepcijos tyrimai taikomi vis dažniau.

Dokumentinis paveldas yra kolektyvinės kultūrinės atminties medija – materialų pavidalą turinti laikmena. Kultūrinės atminties (re)mediacija ir recepcijos kontekstas yra daugiamedijinis tinklas, kuriantis ir aktualizuojantis kolektyvinės atminties pasakojimus. Atminties recepcija yra informacijos mainai. Astrid'a Erll (2022, 5) siūlo kultūrinės atminties recepciją apibrėžti kaip komunikacijos procesą – žinutės iškodavimą, kai atmintis tampa dinamiška. A. Erll (2022, 4) tyrinėjimai atskleidžia, kad laikui bėgant kolektyvinė atmintis pertvarkoma. Dominuojančių diskursų reprezentacijos, kartojamos viešosiose erdvėse, veikia kolektyvinę atmintį, suteikia galimybę individui ir individų grupėms apibrėžti savo tapatybę, požiūrius ir elgesį. Taigi kolektyvinės atminties recepcija tampa priklausoma nuo tarpininkų, kurie ją kuria ir perduoda.

Kultūrinės atminties recepcija kinta lygiagrečiai su kolektyvinės kultūrinės atminties pasakojimais, tačiau skiriasi nuomonės, kas labiau atsakingas už recepciją – naratyvo kūrėjas ar informacijos gavėjas. Eilean'os Hooper-Greenhill (1994, 35) teigimu, tiesioginis bendravimas, ypač bendrą patirtį turinčių žmonių, leidžia žinią tinkamai užšifruoti ir iššifruoti. Tokio informacijos mainų proceso sudedamosios dalys – žinios interpretacija, jos papildymas sava patirtimi, pakeitimas ar plėtojimas. Tačiau E. Hooper-Greenhill (1994) pabrėžia, kad muziejaus ir archyvo, formalų institucijų, auditorija skirtinga. Taigi parodos recepcija labiausiai priklauso nuo žinios gavėjo gebėjimo ją išskoduoti. Iš esmės E. Hooper-Greenhill remiasi

dar 1969 m. Pierre'o Bourdieu (1969) nustatyta meno muziejų lankymo, meno kūrinių suvokimo ir recepcijos tiesiogine priklausomybe nuo lankytojo išsilavinimo bei meninės kompetencijos. Tokią išvadą leido padaryti platus lyginamasis tyrimas, atliktas remiantis Graikijos, Lenkijos, Nyderlandų ir Prancūzijos meno muziejų lankytojų statistiniais duomenimis (Bourdieu, 1969, 53). Ignacio Bresco (2016, 71) pastebi, kad kolektyvinė atmintis ir jos recepcija keičiasi, transformuojasi lygiagrečiai su modernizavimo procesu, visuomenės vertybėmis ir siekiais. Tai reiškia, kad atminties recepcija gali leisti pateisinti smurtą, nelygybę, kovą dėl geopolitinės galios (Bresco, 2016, 72). Kolektyvinės atminties pasakojimo kūrėjai kartu kuria ir jo recepciją, kuri apibrėžiama kaip atminties suvokimo ir priėmimo būdas. Recepcija apima informacijos mainus ir jų interpretaciją, kuri priklauso nuo informacijos siuntėjų ir gavėjų išsilavinimo, kolektyvinės atminties ir patirties. *Recepcija* apibrėžiama pasitelkus vidinę ir išorinę komunikaciją, tad ir šia sąvoka nusakytas informacinės žinios perėmimas, refleksija bei perdavimas kitiems, arba tiesiog įgalintasis veikimas, vyksta ieškant asmeninio santykio su praeitimi.

## 2. Vasario 16-osios Aktas, kaip Lietuvos dokumentinio paveldo dalis

1918 m. vasario 16 d. Vilniuje, Signatarų namuose, Lietuvos Taryba pasirašė Lietuvos valstybės atkūrimo aktą. Ši informacija nusako dokumento pobūdį – tai materialus objektas ir tekstinis dokumentas, jo svarbą Lietuvos valstybei ir *ipaveldinimo* būtinybę. Aktas tampa dokumentinio paveldo dalimi, nes atitinka konkrečius racionalius kriterijus. D. Lukšaitė (2012, 162) patvirtina, kad vykdant archyvinių dokumentų vertės ekspertizę dokumentai pirmiausia siejami su vertybe – teorine ir filosofine kategorija. Kita kategorija – dokumento išskirtinumą pabrėžia jo istorinė vertė regionui, šaliai. Lietuvos vyriausiojo archyvaro patvirtintame Nacionalinio dokumentų fondo papildymo tvarkos apraše aptarti dokumentų ekspertizės kriterijai: juridinio ar fizinio asmens veiklos pobūdžio išskirtinumas ir svarba; ryšiai su kitais asmenimis; dokumento reikšmingumas ir autentiškumas (Lietuvos vyriausiojo archyvaro Įsakymas „Dėl nacionalinio dokumentų fondo papildymo tvarkos aprašo patvirtinimo“, 2011). Svarbiausias iš nurodytų kriterijų yra reikšmingumas. D. Lukšaitė nurodo, kad kultūros reiškinys „išskiriamas kaip reikšmingas (teoriniu aspektu), kai nustatoma, ar jis atitinka bendras istorinės epochos kultūros vertes“ (Lukšaitė, 2012, 163). Tad visos Vasario 16-osios Akto pasirašymą lydėjusios aplinkybės ir jo reikšmė tolesniam valstybingumo vystymuisi lemia akto priskyrimo dokumentiniam paveldui motyvus pagal pastarojo sampratą.

1918 m. Vasario 16-osios Aktas paprastai nagrinėjamas dviem pjūviais: archetipiniu (simboliniu) ir teisiniu. Teisininkai teigia, kad Vasario 16-osios Akto nuosta-

tų turinio analizė atskleidžia pagrindines jo konstitucines nuostatas – steigiamąją, tarptautinės teisės ir demokratijos (Vaičaitis, 2015, 187).

Dokumentinio paveldo apsauga reglamentuojama Lietuvos Respublikos dokumentų ir archyvų įstatymo, kuriame nuolatinis dokumentų saugojimas apibrėžtas kaip išliekamąją vertę turinčių dokumentų saugojimas neribotą laiką. Nacionalinis dokumentų fondas gali būti papildomas išliekamąją vertę turinčiais nevalstybinių organizacijų, privačių juridinių ir fizinių asmenų veiklos dokumentais, iš kitų valstybių gautais Lietuvos istorinio paveldo ar su Lietuva susijusiais dokumentais ar jų kopijomis.

Akto parodos komunikacija. 2021 m. vasario 11 d. visuomenei pristatyta virtuali paroda „Vasario 16-osios Aktas: formos ir turinys“. Informaciją apie virtualią parodą paskelbė dvi nacionalinės žiniasklaidos priemonės, regioninė spauda („Kauno alėja.lt“), L. Mažylio svetainė<sup>1</sup> ir dvi partnerių svetainės (Alytaus profesinio rengimo centro ir Žemaičių dailės muziejaus).

Istorinė Lietuvos Respublikos Prezidentūra Kaune visuomenę apie akto ekspoziciją informavo ir pranešimais socialiniuose tinkluose. Nuo vasario 16-osios iki kovo 11-osios akto ekspoziciją apžiūrėti buvo galima nemokamai. Lankytojų skaičius per šį kiek daugiau nei mėnesį pasiekė visų prieš tai buvusių metų lankytojų skaičių. Eliminavę pandemijos sukeltų apribojimų pasekmes matysime, kad pirmaisiais mėnesiais lankytojų skaičius atitiko įprastą muziejų trijų mėnesių lankytojų skaičių.

*1 lentelė. Vasario 16-osios Akto eksponavimo Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune komunikacijos kampanija*

	<b>Istorinė Lietuvos Respublikos Prezidentūra Kaune</b>
Lankytojų skaičius	2022 02 01–03 31 – Aktą pamatė 6038 lankytojai
Pranešimai spaudai	Vienas pranešimas pasirodė 17-oje nacionalinių ir regioninių žiniasklaidos priemonių
Komunikacijos partneriai	Komunikaciją vykdė Vokietijos Federacinės Respublikos ambasada Lietuvoje, Lietuvos Respublikos užsienio reikalų ministerija, Lietuvos Respublikos kultūros ministerija, Viešojo saugumo tarnyba prie Vidaus reikalų ministerijos, Lietuvos vyriausiojo archyvaro tarnyba, Lietuvos valstybės istorijos archyvas, AB „Lietuvos draudimas“, VšĮ „Kaunas 2022“, Europos Parlamento nario prof. Liudo Mažylio biuras, Kauno miesto savivaldybė
Socialiniai tinklai	„Youtube“, „Facebook“

<sup>1</sup> Portalas [www.lrt.lt](http://www.lrt.lt) ir [www.15min.lt](http://www.15min.lt); [www.liudasmazylis.lt](http://www.liudasmazylis.lt)

	<b>Istorinė Lietuvos Respublikos Prezidentūra Kaune</b>
Parodų skaičius ir tema	Akto ekspoziciją lydi paroda „Vasario 16-osios akto Signatarų autografi profesorius Liudo Mažylio kolekcijoje“
Edukacijos, ekskursijos	Organizuojama edukacija „Lietuvos tėvai kūrėjai“ ir teminės ekskursijos

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Aktas svarbus istorinis dokumentas, saugomas Lietuvos Respublikos įstatymų, kuris Lietuvoje bus eksponuojamas tik ribotą laiką. Tad Vasario 16-osios Akto ekspozicijos lankytojų recepcija leis nustatyti lankytojų santykį su praeitimi, modernios Lietuvos valstybės pradžia ir kultūra plačiąja prasme.

### **3. Metodologinis tyrimo pagrindimas ir empirinis Vasario 16-osios Akto parodos lankytojų recepcijos tyrimas**

Siekiant įvertinti dokumentinio paveldo parodų lankytojų recepciją 2022 m. rugsėjo 1 d. – lapkričio 28 d. atliktas kiekybinis tyrimas.

Duomenų rinkimas ir analizė. Tikslinė atranka. Klausimynas 2022 m. rugsėjo 1 d. – lapkričio 27 d. dalintas Vasario 16-osios Akto parodos lankytojams. Kiekvienas lankytojas, įsigijęs bilietą muziejaus kasoje, pakviestas užpildyti anoniminį klausimyną. Atliekant tyrimą taikyta ir „sniego gniūžtės“ atranka, prašant pasidalyti klausimynu su lankytojų socialinio rato atstovais (draugais, pažįstamais, kolegomis ar šeimos nariais), kurie lankėsi parodoje anksčiau ar planuoja ją aplankyti artimiausiu metu, taip tikintis didinti respondentų skaičių ir užtikrinti tyrimo tikslumą. Siekiant įgyvendinti empirinio tyrimo uždavinius ir tikslą, nustatyti priešastinius kintamųjų tarpusavio ryšius, atsisakyta palyginamojo metodo ir pasirinktas reliacinis tyrimo tipas.

Apklausa sudaryta remiantis E. Greenhill-Hooper ir B. Bitino rekomendacijomis. Klausimyną sudaro keturios pagrindinės dalys. Pirmoje pateikti klausimai, siekiant išsiaiškinti pagrindines sociodemografines respondentų charakteristikas. Antroje siekta nustatyti lankytojų elgesio muziejuose ir kituose kultūros renginiuose ypatumus. Trečioje dalyje pateikti klausimai, susiję su Vasario 16-osios Akto parodos muziejuje recepcija. Ketvirtoje dalyje aiškinamasi, kaip kultūros vartotojai įsitraukia į dokumentinio paveldo komunikaciją.

Likerto skalė yra vienas dažniausiai anketinėse apklausose taikomų klausimų sudarymo metodų, ypač kai siekiama atskleisti respondentų požiūrį į tiriamą reiškinį ar objektą. Likerto skalę paprastai sudaro teiginys, po kurio seka atsakymo variantai. Juose respondento prašoma pažymėti savo vertinimą skalėje, kiek daugiau ar mažiau sutinka su teiginiu. Iš viso šiame klausimyne penkių žingsnių Likerto



skalė naudota 6 kartus. Klausimyne pagal Likerto skalę teiginiams *vertinu puikiai* priskirti 5 balai, *vertinu prastai* – 1.

Tyrimo duomenys apdoroti naudojant „Exel“ programą.

Imtis. Apklauskos patikimumas glaudžiai susijęs su imties dydžiu. Siekiant suformuluoti statistiškai reikšmingas išvadas, pagal bendrąją imties skaičiavimo formulę nustatytas minimalus respondentų skaičius – 320. Dydis apskaičiuotas pagal visų parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų skaičių. Tačiau imties dydis priklauso nuo duomenų analizės tipo, tyrimo trukmės ir kitų kintamųjų verčių. Tad šio tyrimo ribotumai lėmė mažesnę imtį.

Tyrimo ribotumai. Vienas ribotumų, su kuriuo susidurta atliekant tyrimą, – ribota tyrimo trukmė. Vasario 16-osios Aktas jau eksponuotas penkerius metus. Tyrimo pradžia – 2022 m. rugsėjo 1 d., pabaiga – lapkričio 27 d. Šie mėnesiai pasirinkti tikintis didesnio lankytojų susidomėjimo kultūros renginiais, tačiau parodos eksponavimo pabaiga lėmė mažesnę tyrimo imtį. Vienas iš tyrimo apribojimų – neaktyvus respondentų įsitraukimas į kiekybinę apklausą. Tai lėmė mažesnių surinktų anketų skaičių nei tikėtasi.

Tyrimo tikslas: ištirti Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų recepciją.

Tyrimo uždaviniai:

1. Nustatyti, kaip Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojai vertina parodą ir įsitraukia į jos komunikaciją.
2. Įvertinti, ar egzistuoja Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų recepcijos sąsajos su lankytojų išsilavinimu ir / ar muziejaus vykdyta viešąja komunikacija.

## Empirinis tyrimas

Iš viso tyrime dalyvavo 177 respondentai: 103 moterys (tai yra 58,2 %) ir 74 vyrai (tai yra 41,8 %). 43 (24,3 %) respondentai pažymėjo priklausantys 18–25 m. amžiaus grupei; 32 (18,1 %) – 26–35 m.; 30 (16,9 %) – 36–45 m.; 32 (18,1 %) – 46–55 m.; 28 (15,8 %) – 56–65 m.; 12 (6,8 %) – 66 m. ir vyresnių amžiaus grupei.

Respondentų teirautasi, kokioje vietovėje jie gyvena. 145 respondentai (81,9 %) gyvena viename iš didžiųjų Lietuvos miestų (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose, Panevėžyje); 14 (7,9 %) respondentų – miesto gyventojai; 8 (4,5 %) – miestelio; 7 (4 %) – kaimo; 1 (0,6%) – priemiesčio; 1 (0,6 %) – sodų; 1 (0,6 %) – atvykęs iš Afrikos.

Parodoje apsilankę 119 (67,2 %) respondentų turėjo aukštąjį išsilavinimą; 37 (20,9 %) – vidurinį, 12 (6,8 %) – studentai; 9 (5,1 %) pažymėjo turintys kitą išsi-



lavinimą – profesinį, nurodė, kad mokėsi technikumė ir nežino, kuriam iš pasirinkimų save paskirti.

Apklausoje respondentų prašyta nurodyti pagrindinį užsiėmimą. 95 (54,3 %) respondentai nurodė dirbantys samdomą darbą; 32 (18,3 %) nurodė, kad šiuo metu yra moksleiviai, studentai; 12 (6,9 %) – senjorai; 16 (9,1 %) – valstybės tarnautojai; 15 (8,6 %) – verslininkai; 1 (0,6 %) nurodė, kad yra dirbantis senjoras; po 2 (1,1 %) – šiuo metu ieškantys darbo arba dirbantys individualiai.

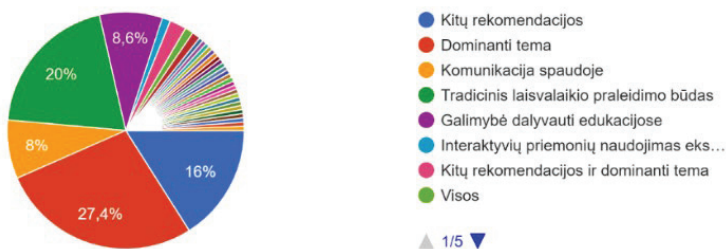
Antrąją anketos dalį sudarė klausimai, kuriais siekta nustatyti įprastą respondentų įsitraukimą į kultūros komunikaciją. Respondentų prašyta nurodyti, kiek kartų per mėnesį jie lankosi muziejų parodose ar meno galerijose. 94 (53,4 %) respondentai muziejų parodose arba meno galerijose lankosi 2–3 kartus per metus; 61 (34,7 %) – kartą per mėnesį; 4 (2,2 %) – vieną kartą per metus; po 2 (1,1 %) dirba muziejuje, lankosi dažniau nei 2–3 kartus per metus, lankosi 4–6 kartus per metus; po 1 (0,6 %) respondentą nurodė, kad lankosi: *retai, kaip išeina, kaip pavyksta, kartais, kartais rečiau, pirmą kartą šiame muziejuje, kartą per savaitę, dažniau nei kartą per mėnesį, 0–1 kartą per mėnesį, nesilankau muziejuose*.

Respondentų prašyta pateikti argumentų, kas lemia jų apsisprendimą lankytis parodose ar meno galerijose.

Beveik trečdalis, t. y. 48 (27,4%) respondentai, nurodė, kad jų apsisprendimą lemia dominanti tema; penktadalis – 35 (20 %) – nurodė, kad tai – tradicinis laisvalaikio leidimo būdas; 28 (16 %) – apsisprendimą paskatina kitų rekomendacijos; 15 (8,6 %) – galimybė dalyvauti edukacijose; 14 (8 %) įvardijo komunikaciją

Kas lemia apsisprendimą lankytis parodoje/galerijoje?

175 atsakymai

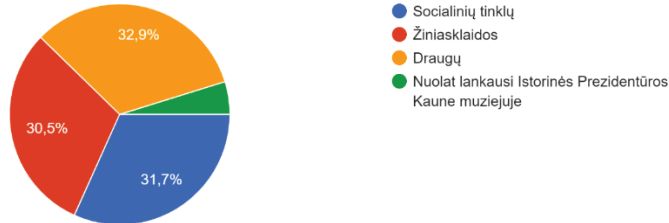


1 pav. Tyrimo respondentų lankymosi parodoje / galerijoje motyvų pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Iš kur sužinojote apie parodą?

167 atsakymai



**2 pav.** Tyrimo respondentų nuomonių informacijos apie Vasario 16-osios Akto ekspozicijos parodą gavimo kanalo aspektu pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

spaudoje; 4 (2,3 %) – kitų rekomendacijos ir dominanti tema, nė vienam jų neteikiant prioriteto; 2 (1,1%) – interaktyvių priemonių taikymas; 29 (0,6 %) nurodė vis kitą tų pačių argumentų derinio eilės tvarką („komunikacija, tema, rekomendacijos“; „komunikacija, tema, edukacijos“) arba paminėjo jas visas. Tai iš viso sudaro 16,5 % visų atsakymų. Galima teigti, kad pagrindinės muziejų ir meno galerijų parodų lankymo paskatos yra temos aktualumas bei komunikacija žiniasklaidoje. Pastebėta koreliacija tarp respondentų, nurodžiusių, kad atvyko aplankyti parodą, nes domino tema, ir tų, kurie teigė apie parodą sužinoję iš informacijos žiniasklaidoje (žr. 2 pav.).

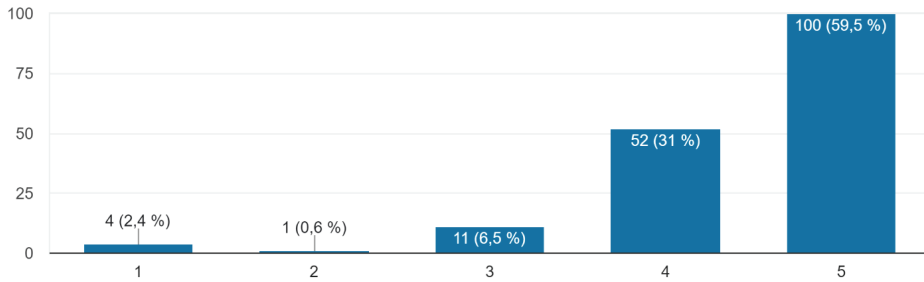
Be to, respondentų prašyta nurodyti, iš kokių šaltinių sužinojo apie Vasario 16-osios Akto parodos ekspoziciją Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune.

Atsakymai pasiskirstė beveik po lygiai. 55 (32,9 %) respondentai nurodė apie parodą sužinoję iš draugų; 53 (31,7 %) – iš socialinių tinklų; 51 (30,5 %) – iš žiniasklaidos. Paaikškėjo, kad 8 (4,8 %) respondentai nuolat lankosi Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune. Taigi pagrindiniai lankytojų įvardyti informacijos kanalai yra kitų rekomendacijos, socialiniai tinklai ir informacija žiniasklaidoje.

Tyrimo dalyvių prašyta įvertinti informacijos apie parodą pateikimą viešojoje erdvėje – pažymėti vertinimą pagal Likerto skalę nuo vieno iki penkių, kai 1 balas – labai blogai, 5 – puikiai. 100 (59,5 %) respondentų informacijos apie parodą pateikimą viešojoje erdvėje įvertino 5 balais (iš penkių); 52 (31 %) – 4; 11 (6,5 %) – 3; 1 (0,6 %) – 2; 4 (2,4 %) – 1. Iš 104 respondentų, kurie apie parodą sužinojo iš socialinių tinklų ir žiniasklaidos, 100 % informaciją apie parodą vie-

Kaip vertinate informacijos apie parodą viešojoje erdvėje pateikimą?

168 atsakymai

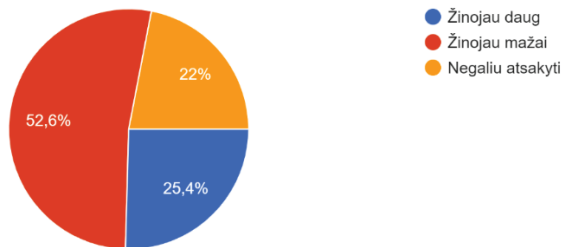


**3 pav.** Tyrimo respondentų informacijos apie parodą viešojoje erdvėje vertinimas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Kaip vertinate savo žinias apie parodą iki joje apsilankant?

173 atsakymai



**4 pav.** Tyrimo dalyvių savo žinių apie parodą dar iki joje apsilankant vertinimas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

šjoje erdvėje įvertino *puikiai* arba *labai gerai*. Tad pastebėta koreliacija tarp respondentų, nurodžiusių, kad informaciją apie parodą sužinojo spaudoje, ir *puikiai* arba *labai gerai* įvertinusių informacijos apie parodą pateikimą viešojoje erdvėje.

Tyrimo dalyvių klausta, kaip jie vertina savo išankstines žinias apie parodą. Daugiau nei pusė respondentų – 91 (52,6 %) – teigė žinoję mažai; ketvirtadalis – 44 (25,4%) – žinoję daug; 38 (22 %) nurodė, kad negali atsakyti.

Galima teigti, kad tyrime dalyvavę parodos lankytojai į parodą eina sužinoti naudingos informacijos ir turiningai praleisti laiko.

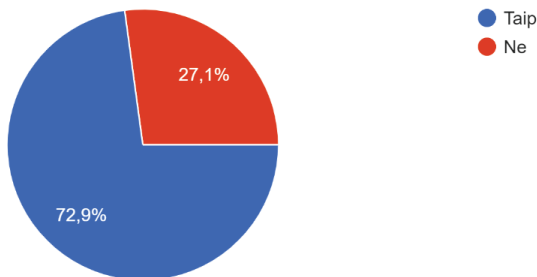
Tyrimo dalyvių prašyta nurodyti, kokiomis papildomomis muziejaus paslaugomis naudojasi. 88 (83,8 %) respondentai nurodė, kad dalyvauja renginiuose; 8 (7,6 %) – dalyvauja konkursuose; 7 (6,7 %) – perka suvenyrus; 1 (1 %) – skaito temines knygas; 1 (1 %) – nesinaudoja jokiais paslaugomis. Pastebėtas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp nurodžiusių, kad dalyvauja renginiuose, ir pasirinkusių kitus atsakymus, leidžia patvirtinti prielaidą, kad tyrimo kontekste į muziejų einama sužinoti naudingos informacijos ir praleisti laisvalaikio. Tačiau į šį klausimą atsakė vos 105 respondentai (iš 177 dalyvavusių tyrime). Kita dalis respondentų nepasirinko nė vieno varianto, galimai todėl, kad kitomis muziejaus paslaugomis nesinaudoja.

Tyrimo dalyvių klausta, ar jie stebi muziejaus veiklą spaudoje ir socialiniuose tinkluose. 102 (72,9 %) respondentai atsakė, kad taip. Beveik trečdalis, t. y. 38 (27,1%), nurodė, kad ne.

Tų, kurie pasirinko atsakymą *ne* ir negalėjo įvertinti savo žinių iki apsilankymo parodoje, rezultatams būdinga koreliacija (27,1 %; 22 %).

Ar sekate muziejaus veiklą spaudoje, socialiniuose tinkluose?

140 atsakymų



**5 pav.** Ar stebite muziejaus komunikaciją socialiniuose tinkluose ir spaudoje?

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Tyrimo dalyvių prašyta atsakyti, kokie renginiai muziejaus lankytojams leistų geriausiai pažinti parodą. Į šį klausimą atsakė tik 4 respondentai:

A – Tik jau ne tokios anketos.

B – Įdomūs.

C – Vieši pranešimai, interviu t.v., spaudoje.

D – parodos pristatymas ir sklaida, atrodo, pakankamai matomi.

Du iš keturių respondentų nurodė, kad geriausiai pažinti parodą lankytojams padeda sklaida – viešoji komunikacija spaudoje.

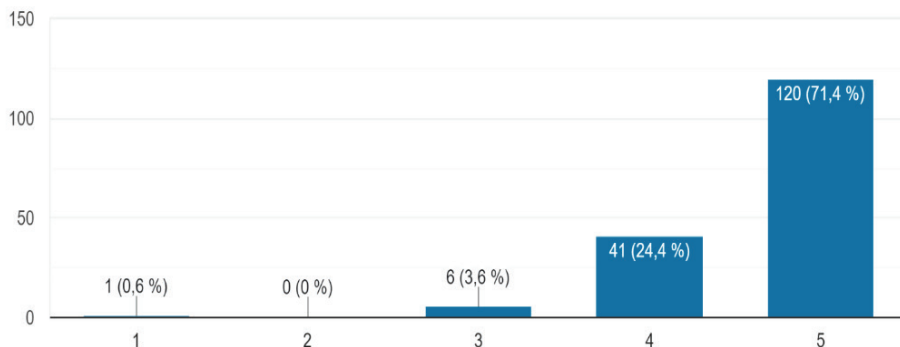
Tyrimo dalyvių paprašyta nurodyti, ar jie parodą lankė su gidu. Net 108 (79,4 %) respondentai pažymėjo atsakymą *ne*; 28 (20,6 %) nurodė parodą lankę su gidu. Anketavimo procese tyrėja pastebėjo, kad respondentai, nurodę parodą lankę su gidu, išsamiau atsakė į anketos klausimus. Jie geriau įvertino parodą, daugiau reflektavo ir norėjo pasidalyti asmeninėmis įžvalgomis.

Dalis respondentų, kurie parodą lankė be gido, apklausoje įvardijo, kad gido trūko, buvo sunkiau susigaudyti ir suprasti parodos lankymo eigą. Tokių atsakymų buvo net 84 (66,7 % visų respondentų); 42 (33,3%) respondentai nurodė, kad gido pagalbos jiems *nerikėjo*.

Kita klausimyno dalis sudaryta, siekiant nustatyti, kaip tyrimo dalyviai vertina Vasario 16-osios Akto parodą Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kau-  
ne. Respondentų klausta, ar jiems buvo sudėtinga suprasti parodos lankymo seką, kaip vertina parodos eksponatų tankį.

Ar buvo sudėtinga suprasti parodos lankymo seką?

168 atsakymai



6 pav. Parodos lankymo schemas įvertinimas

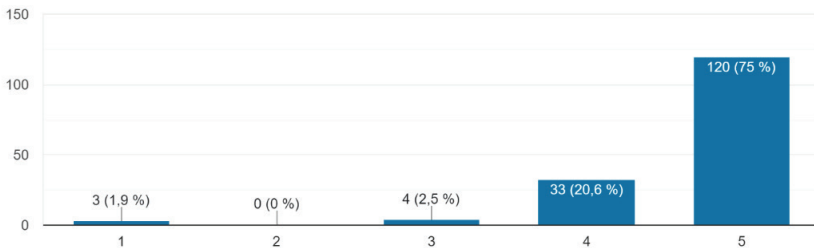
Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Tyrimo dalyvių prašyta įvertinti, ar buvo sudėtinga suprasti parodos lankymo seką pagal Likerto skalę nuo 1 iki 5, kai 1 skiriamas vertinant labai blogai, 5 – kai buvo lengva susigaudyti. 120 (71,4 %) respondentų pažymėjo, kad buvo lengva; 41 (24,4 %) tyrimo dalyvis įvertino 4 balais; 6 (3,6 %) – 3; 1 (0,6 %) – 1 (blogai). Atliekant apklausą neprašyta detalizuoti šio pasirinkimo, tačiau tyrėja pastebėjo, kad muziejaus darbuotojas lankytojus kviesdavo pasikabinti viršutinius rūbus ir parodos lankymą pradėti nuo pirmojo aukšto, nurodydama, kad Vasario 16-osios Aktas eksponuojamas antrame aukšte. Nepaisant tokios navigacijos, dalis lankytojų visą muziejaus ekspoziciją (laikinąją ir nuolatinę) suvokė kaip vientisą Vasario 16-osios Akto parodos dalį.

Pagal Likerto skalę tyrimo dalyviai vertino ir eksponatų tankį. 120 (75 %) respondentų tai įvertino 5 balais (puikiai); 33 (20,6 %) – 4 (gerai); 4 (2,5 %) – 3; 3 (1,9 %) pažymėjo 1 balą, taigi eksponatų tankį įvertino blogai. Šie duomenys koreliuoja su eksponatų aprašymų, vizualaus jų pateikimo vertinimais.

Respondentų prašyta pagal Likerto skalę nuo 1 iki 5, kai 1 yra *labai neįdomu*, 5 – *labai įdomu*, įvertinti eksponatų vizualųjį pateikimą ir aprašymus. 120 (74,1 %) tyrimo dalyvių nurodė, kad eksponatų aprašymai ir vizualus pristatymas buvo labai įdomūs ir naudingi; 30 (18,5 %) – pažymėjo 4 balus; 9 (5,6 %) – 3; 1 (0,6 %) – 2; 2 (1,2 %) pažymėjo 1 balą. Paveiksluose nr. 6, 7 matomas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp respondentų, kurie lankymo seką, eksponatų tankį ir jų aprašymus bei vizualųjį pristatymą įvertino *puikiai* (įvertino 5) arba *gerai* (įvertino 4) ir *blogai* (įvertino 1). Tačiau nepastebėtos respondentų išsilavinimo, amžiaus,

Kaip vertinate parodos eksponatų tankį?  
160 atsakymų

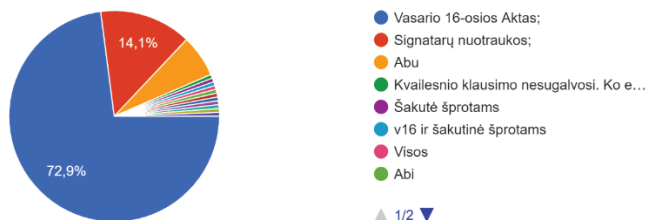


### 7 pav. Parodos eksponatų tankio įvertinimas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

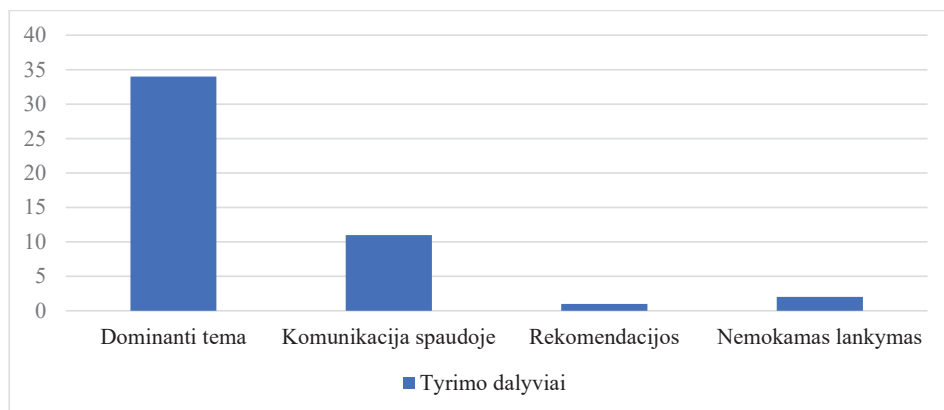
Kuris parodos eksponatas Jus sudomino labiausiai?

170 atsakymų



**8 pav.** Respondentų nuomonių pasiskirstymas pažymėto išskirtinio parodos eksponato aspektu

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė



**9 pav.** Respondentų nurodytų priežasčių, lėmusių įdomiausios parodos eksponato pasirinkimą, pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

veiklos ir parodos vertinimo tarpusavio koreliacijos. Tad tyrimo dalyvių prašyta nurodyti, kuris parodos eksponatas juos labiausiai sudomino.

124 (72,9 %) paminėjo Vasario 16-osios Aktą; 24 (14,1 %) – signatarų nuotraukas; 11 (6,5 %) respondentų pažymėjo abu šiuos variantus; po 1 (0,6 %) nurodė Istorinės Lietuvos Respublikos Prezidentūros Kaune pastato istoriją, A. Smetonos išverstą tekstą iš graikų kalbos, šakutę šprotams, Vasario 16-osios Aktą ir šakutę šprotams. Be to, tyrimo dalyvių prašyta plačiau pakomentuo-



ti savo pasirinkimą, gauti 48 atsakymai. Vienas atsakymas – *nežinau*. Todėl į tyrimo duomenis įtraukti 47 atsakymai. Juos galima suskirstyti į keturias kategorijas: ekonominis motyvas (galimybė nemokamai aplankyti muziejų); ekspozicijos turinys (išankstinis žinojimas ir interesas); komunikacijos žiniasklaidoje ir socialinėse medijose poveikis (pamatyti išskirtinį ilgai nesurastą dokumentą – Vasario 16-osios Aktą) ir kitų rekomendacijos.

Daugelis atsakymų galėjo būti vertinti tiek kaip komunikacijos žiniasklaidoje poveikis, tiek kaip dominanti tema. Pavyzdžiui: „Išskirtinis eksponatas, apie kurį labai daug kalbama“. Jis priskirtas komunikacijos žiniasklaidoje grupei, nes nurodo tiesioginį komunikacijos ryšį su eksponato vertinimu – recepcija. Remiantis žiniasklaidos dienotvarkės teorija, galima daryti prielaidą, kad žiniasklaida suformavo lankytojo nuomonę apie eksponato svarbą ir aktualumą.

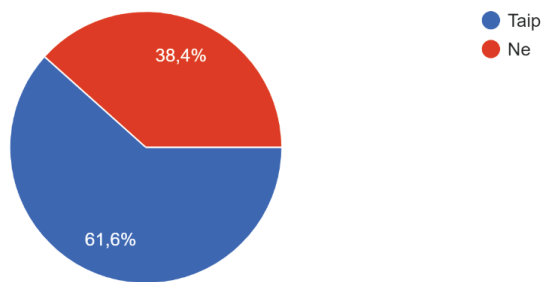
Tyrimo dalyvių prašyta nurodyti, ar jie dalyvavo parodos edukacijose. Visi pateikti atsakymai suskirstyti į tris grupes: *taip*; *ne*; *ne, bet norėčiau*. Iš viso į šį klausimą atsakė 57 respondentai. 41 (71,9 %) respondentas nedalyvavo; 13 (22,8 %) dalyvavo, 3 (5,3 %) – nedalyvavo, bet norėtų.

Tyrimo dalyvių prašyta nurodyti, ar jie teikia pirmenybę interaktyvių sąsajų taikymui lankant parodą.

106 (61,6%) respondentai pasirinko atsakymą *taip*, 66 (38,4 %) – *ne*. Tyrėja pastebėjo, kad šis poreikis nepriklauso nuo respondento amžiaus, išsilavinimo ar kitų sociodemografinių charakteristikų, tačiau su gidu parodą lankę respondentai dažniau rinkosi teigiamą atsakymą.

Ar teikiate pirmenybę interaktyvių sąsajų naudojimui parodos lankymo metu?

172 atsakymai

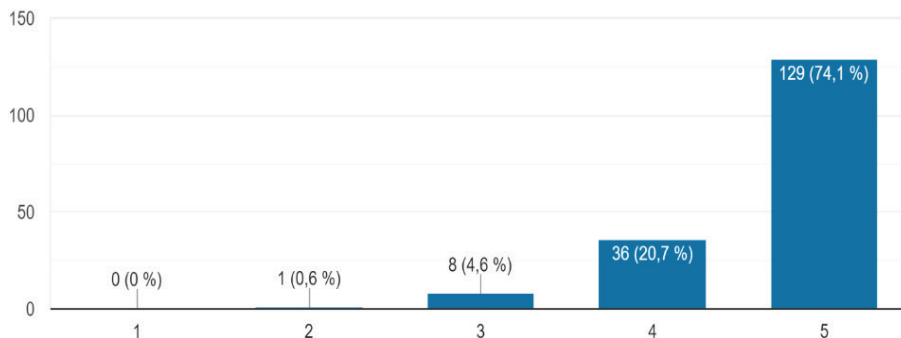


**10 pav.** Respondentų atsakymų dėl interaktyvių sąsajų taikymo parodose poreikio pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Kaip vertinate parodą? (1 visiškai blogai iki 5 puikiai).

174 atsakymai

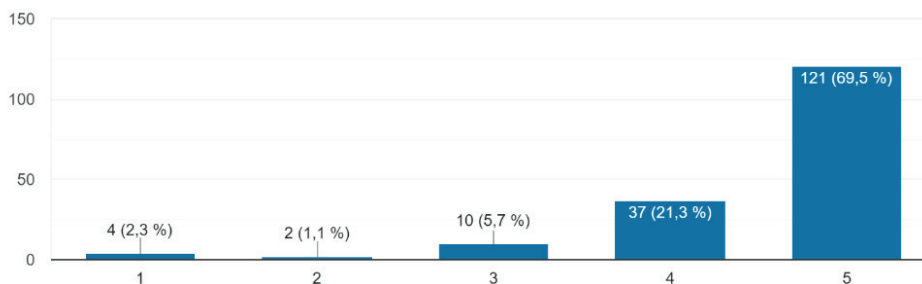


**11 pav.** Respondentų pateiktų parodos vertinimų pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Ar paroda atitiko Jūsų lūkesčius?

174 atsakymai



**12 pav.** Respondentų nuomonių parodos atitikimo lūkesčiams aspektu pasiskirstymas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

Atliekant tyrimą jo dalyvių keletą kartų prašyta įvertinti parodą pagal skalę nuo 1 (blogai) iki 5 (puikiai).

129 (74,1 %) tyrimo dalyviai nurodė parodą vertiną puikiai (pažymėjo 5); 36 (20,7%) įvertino 4 balais; 8 (4,6 %) – 3 ir 1 (0,6 %) – 2. Statistiškai reikšmingas skirtumas yra tarp vertinusiųjų *puikiai* (5) ar *gerai* (4) ir *blogai* (0) arba *beveik blogai* (2). Tad tyrėja respondentų prašė patikslinti savo vertinimą, nurodant, ar paroda atitiko jų lūkesčius (1 reikštų, kad *ne*, 5 – *visiškai*).

121 (69,5 %) tyrimo dalyvis pažymėjo 5, taigi paroda visiškai atitiko jų lūkesčius; 37 (21,3 %) pasirinko 4, nurodę, kad paroda beveik atitiko jų lūkesčius; 10 (5,7 %) pažymėjo 3 iš galimų penkių; 2 (1,1 %) – 2 iš galimų penkių, nurodę, kad paroda beveik neatitiko lūkesčių; 4 (2,3 %) pažymėjo 1, nurodę, kad paroda visiškai neatitiko jų lūkesčių.

Tyrėja prašė pateikti tokio įvertinimo argumentus. Į klausimą atsakė 35 tyrimo dalyviai. Visus gautus atsakymus galima suskirstyti į tris tipus: faktais pagrįstas informacijos pateikimo vertinimas; subjektyvus patyrimas; išankstinių lūkesčių ir rezultato (ne)atitikimas. 8 (22,9 %) tyrimo dalyviai nurodė, kad jų parodos atitikimo lūkesčiams vertinimas buvo susiję su informacijos gavimu. Tiek pat nurodė subjektyvias emocines priežastis. 19-os (54,5 %) respondentų teigimu, jų vertinimas priklausė nuo to, kiek paroda atitiko išankstinius lūkesčius.

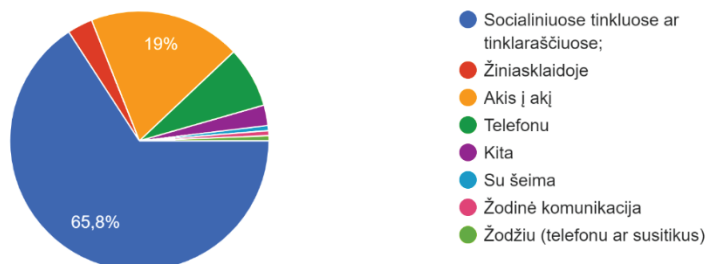
Trečiajia apklausos dalimi siekta išsiaiškinti, kaip respondentai patys įsitraukia į parodos komunikaciją. Jų klausta, ar apie apsilankymą parodoje jie pasakojo draugams. 112 (64 %) tyrimo dalyvių nurodė, kad apie apsilankymą jau pasakojo draugams; 49 (28%) nepasakojo, bet ketina tai padaryti; 14 (8 %) nurodė, kad apie apsilankymą parodoje draugams jie nepasakojo. Statistiškai reikšmingas skirtumas tarp tų, kurie papasakojo draugams apie apsilankymą parodoje ir nepasakojo, taip pat tų, kurie nepasakojo, bet ketina tai padaryti.

Respondentų prašyta nurodyti pranešimo kanalą, kurį pasirinko norėdami informuoti draugus apie apsilankymą parodoje. 74 (46,3 %) tyrimo dalyviai pasakojo arba ketino tai padaryti telefonu; 75 (46,9 %) teigė, kad padarys /padarė tai socialiniuose tinkluose; 6 (3,7 %) teigė ketinantys tai padaryti žiniasklaidoje; 5 (3,1 %) – akis į akį. Statistiškai reikšmingas skirtumas tarp tyrimo dalyvių, pasirinkusių socialinius tinklus ir telefoną, kaip pagrindinius kanalus, ir tų, kurie pasirinko žiniasklaidą ir „akis į akį“, rodo, kad pastarieji kanalai dominuoja.

Tyrimo dalyvių klausta, ar jiems įprasta pasidalinti su draugais ar giminėmis informacija apie aplankytas parodas. 141 (81 %) tyrimo dalyvis atsakė *taip*; 10 (5,7 %) pasirinko *ne*; 23 (13,2 %) – kartais. Daugiau nei 13 % nurodė, kad pasidalina retai. Jų prašyta įvertinti, nuo ko priklauso, kad informacija apie vienas parodas pasidalina, o apie kitas – ne. Iš viso į šį klausimą atsakė 18 tyrimo dalyvių (iš 23 nurodžiusių, kad pasidalina kartais). Atsakymus galima skirstyti į dvi grupes: 17 (94,4 %) tyrimo dalyvių nurodė, kad informacija apie parodą pasidalina tik tada, jei paroda pasirodė jiems įdomi; 1 (5,6 %) tyrimo dalyvis nurodė, kad dalijasi informacija tik apie interaktyvias parodas. Reikšmingas statistinis skirtumas atskleidė, kad respondentai yra linkę dalintis informacija tik apie juos sudominusias parodas. Tad tyrimo dalyvių teirautasi, ar jie rekomenduos apsilankyti Vasario 16-osios Akto ekspozicijos parodoje. 158 (91,3 %) respondentai pateikė atsakymą

Jeigu atsakymas TAIP, kur pasidalinsite rekomendacija:

158 atsakymai



**13 pav.** Rekomendacijos pateikimo kanalas

Sudarė darbo autorė A. Vilkišienė

*taip*; 15 (8,7 %) pažymėjo *ne*. Be to, tyrimo dalyvių prašyta nurodyti, kokiais kanalais ketina pasidalyti rekomendacija.

Daugiausia respondentų – 104 (65,8 %) – nurodė socialinius tinklus ar tinklaraščius. 30 (19 %) – akis į akį; 12 (7,6 %) – telefonu, 5 (3,2 %) – žiniasklaidoje, 4 (2,5 %) – nurodė, kad kitur.

Apibendrinant galima teigti:

1. Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojų recepcijos tyrimas atskleidė, kad ji tiesiogiai priklauso nuo jos edukacinės programos ir muziejaus vykdytos komunikacijos žiniasklaidoje. Tyrime tiesioginės recepcijos ir respondentų išsilavinimo sąsajų nenustatyta.
2. Daugiau nei pusė visų respondentų nurodė norėję parodą aplankyti su gidu. Penktadalis su gidu parodą aplankusių respondentų parodą įvertino *puikiai*.
3. Respondentai kaip pagrindinį parodos eksponatą nurodė Vasario 16-osios Aktą. Parodą jie įvertino *puikiai* ir *gerai*. Ji buvo informatyvi, tai lėmė parodos lankytojų įsitraukimą į jos komunikacijos procesą.
4. Pagrindiniai respondentų informacijos apie parodą perdavimo kanalai yra socialiniai tinklai arba pokalbiai telefonu.

## Išvados

1. Dokumentinio paveldo komunikacija – tai informacijos mainų procesas, kurio efektyvumas priklauso nuo šio proceso dalyvių įsitraukimo. Daly-

- vai, ieškodami asmeninio santykio su praeitimi, perima informaciją, kaip kolektyvinės atminties elementus, ją reflektuoja ir perduoda kitiems. Todėl *receptija* apibrėžiama ne tik pasitelkus refleksiją, bet ir įgalintąjį veikimą.
2. Vasario 16-osios Akto parodos Istorinėje Lietuvos Respublikos Prezidentūroje Kaune lankytojai ekspoziciją įvertino puikiai arba labai gerai. Parodos lankytojų receptija priklauso nuo jos informatyvumo. Lankytojai įsitraukia tik į juos sudominusios informatyvios parodos komunikaciją. Tad galima teigti, kad dokumentinio paveldo parodų lankytojai viešai ar privačiai kritikuoti šių parodų ir jų komunikacijos nelinkę.
  3. Parodos lankytojų receptija priklauso nuo parodos komunikacijos viešojoje erdvėje. Kuo adekvatesnius lūkesčius komunikacija kelia, tuo geresnis parodos vertinimas.

## Literatūra

- Bourdieu, P., Darbel, A., Schnapper, D. (1969). *European Art Museums and their Public*. Cambridge.
- Wagoner, B., Ignacio, B. (2016). Context in the cultural psychology of remembering Illustrated with a case study of conflict in national memory. *Contextualizing Human Memory An Interdisciplinary Approach to Understanding how Individuals and Groups Remember the Past*. <https://doi.org/10.4324/9781315815398>.
- Bitinas, B. (2013). *Rinkiniai edukologiniai raštai*. II tomas: *Edukologinis tyrimas: Sistema ir procesas ugdymo tyrimų idėjos ir problemos*. Lietuvos edukologijos universiteto leidykla.
- Dean, D. (2002). *The exhibition development process*. Routledge.
- Deksnyš, T. (2017, July 7). “Micro-influencers” ir rinkodara „iš lūpų į lūpas“: Kaip tai daroma. *Delfi.lt*, 2023 m. lapkričio 13. <https://www.delfi.lt/m360/eksperto-zvilgsnis/micro-influencers-ir-rinkodara-is-lupu-i-lupas-kaip-tai-daroma.d?id=75159006>.
- Dewdney, A. (2020). The networked image: The flight of cultural authority and the multiple times and spaces of the art museum. *The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites*. <https://doi.org/10.4324/9780429506765>.
- Erl, A., Törnquist-Plewa, B., Andersen, S. (2022). *Transcultural Mediation and Reception. The Twentieth Century in European Memory*. Brill.
- Fomina, J. (2015). *Curatorship of art exhibitions in Lithuania: Concepts and evolution*. Daktaro disertacija. Lietuvos kultūros tyrimų institutas, Vilniaus dailės akademija.
- Greenhil, E. H. (1994). *Museum and their Visitors*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Kelpšienė, I. (2021). *Dalyvaujamas paveldas socialiniuose tinkluose: Pagrindinių teorinių sąvokų aiškinimas*. Vilniaus universiteto leidykla.
- Klivis, E. (2015). *Kultūros institucijų komunikacijos: Atviro kodo modelis ir vartotojas kaip gamintojas*. Vytauto Didžiojo universitetas.
- Laužikas, R. (2009). *Kultūros paveldo skaitmeninimo ABC...* Vilniaus universitetas.
- Laužikas, R. (2010, gruodžio 15). Paveldo komunikacija ir tinklaveikos visuomenė. *Bernardinai.lt*, 2021 m. lapkričio 30. <https://www.bernardinai.lt/2010-12-15-paveldo-komunikacija-ir-tinklaveikos-visuomene/>.
- Lazzeretti, C. (2016). *The Language of Museum Communication A Diachronic Perspective*. Università Degli Studi di Modena e Reggio Emilia.
- Lietuvių kalbos žodynas*. (n. d.). <http://www.lkzd.lki.lt/>.
- Lietuvos Respublikos dokumentų ir archyvų įstatymas*. (2007). <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.23066/gMjKUVcLfZ>
- Lietuvos vyriausiasis archyvaras. (2011). *Įsakymas „Dėl nacionalinio dokumentų fondo papildymo tvarkos aprašo patvirtinimo“*. <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/62eee750e37a11e99681cd81dcdca52c/asr>
- Lietuvos vyriausiojo archyvaro tarnyba. (2022). *Lietuvos valstybės archyvų statistika teikiama Valstybės duomenų agentūrai*. [https://archyvai.lt/statistika\\_4183.html](https://archyvai.lt/statistika_4183.html)

Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, Agnė Vilkišienė

- Lukšaitė, D. (2012). *Valstybės dokumentinis paveldas dokumentų ir archyvų valdymo aspektu*. Knygotyra.
- Rodley, E. (2020). The distributed museum is already here it's just not very evenly distributed. *The Routledge International Handbook of New Digital Practices in Galleries, Libraries, Archives, Museums and Heritage Sites*. <https://doi.org/10.4324/9780429506765>.
- UNESCO. (2015). *Recommendation on the Preservation of, and Access to, Documentary Heritage including in Digital Form*. <https://www.unesco.nl/sites/default/files/2019-10/244675eng.pdf>
- Vaičiaitis, V., Kulvinskiene, J. P. (2015). *1918 m. Vasario 16-osios akto konstitucinė samprata*. Vilniaus universitetas. [https://www.researchgate.net/publication/291140596\\_1918\\_M\\_VASARIO\\_16-OSIOS\\_AKTO\\_KONSTITUCINE\\_SAMPRATA](https://www.researchgate.net/publication/291140596_1918_M_VASARIO_16-OSIOS_AKTO_KONSTITUCINE_SAMPRATA).

## **AN EVALUATION OF THE RECEPTION OF THE EXHIBITION OF THE DOCUMENTARY HERITAGE: THE CASE OF THE ACT OF FEBRUARY 16**

Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, Agnė Vilkišienė

### **Summary**

The article deals with the reception of the documentary heritage. The declaration of independence of Lithuania of 16 February, as the Lithuanian national documentary heritage, is a medium for the materialisation and objectivisation of the collective cultural memory. However, the expanded field of memory research in recent decades has led to fundamental paradigmatic changes in museology and other memory institutions. In the 21st century, the media has created a real industry of memory. The creators of the narrative of the collective memory also create its reception, which is defined as a way of perceiving and accepting the memory. However, there are two different opinions as to who is more responsible for the reception, the creator of the narrative or the receiver of the information.

The main goals: an investigation of the reception of visitors to the exhibition of the Act of 16 February at the Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas; an evaluation of how visitors to the Act of 16 February exhibition are involved in the communication of the documentary heritage in Lithuania.

The Act of 16 February is an important historical document, protected according to the Law on the Protection of the National Document Fund of the Republic of Lithuania. It can be exhibited in Lithuania only for a limited time. The most important exhibition of the documentary heritage in 2022 took place from 16 February to 27 November in the Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas, where the declaration of the Council of Lithuania on the restoration of Lithuania's independence, signed in 1918, was exhibited.

'Questionnaire 2022 September 1 to November 27' was distributed to visitors to the exhibition of the Act of 16 February. This study uses convenience, purposive

and 'snowball' sampling methods. Every visitor who bought a ticket at the museum was invited to fill in an anonymous questionnaire. By that time, the Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas had already implemented the exhibition's communication campaign. The Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas informed the public about the showing of the act in a press release. One report appeared in 17 national and regional media outlets. Information was also published on social networks.

The first part of the questionnaire was intended to specify information about the respondent. The second part of the questionnaire was intended to find out the characteristics of visitors' behaviour in museums and at other cultural events. The third part of the questionnaire focused on the reception of the exhibition of the Act of 16 February at the museum. The fourth part focused on revealing how cultural users were involved in the communication of the documentary heritage. An analysis was performed using descriptive statistics.

The main results of the research: The research data confirmed that the study of the reception of the visitors to the exhibition of the Act of 16 February in the Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas showed that it depends directly on the communication of this exhibition in the media carried out by the museum. Visitors who participated in the study were involved in the communication of the exhibition of the documentary heritage, and the involvement depended on the informativeness and/or interactivity of the exhibition. The respondents' main channels of information about the exhibition were social networks or telephone conversations.

#### Conclusions:

1. Documentary heritage communication is a process of information exchange, the effectiveness of which depends on the involvement of participants in the process. While searching for a personal relationship with the past, participants take information as elements of the collective memory, reflect it, and pass it on to others. Therefore, reception is defined not only through internal communication arrangements, but also through 'affected performance'.

2. After examining the reception of visitors to the exhibition of the Act of 16 February in the Historical Presidential Palace of the Republic of Lithuania in Kaunas, it can be said that visitors evaluated the exhibition and its communication positively. The reason for this evaluation is the purposefully planned communication of the exhibition, which met the expectations of visitors. Visitors contributed to the communication of this exhibition of the documentary heritage and made recommendations on social networks, by telephone, and through verbal communication.

3. In the context of the analysed case, the assumption that the reception of visitors to the exhibition depended on education was not confirmed.



Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė, Agnė Vilkišienė

**Žilvinė Gaižutytė-Filipavičienė** – profesorė, daktarė (humanitariniai mokslai – kultūra), Lietuvos kultūros tyrimų institutas.

El. paštas: [Zilvine.Filipaviciene@LKTI.lt](mailto:Zilvine.Filipaviciene@LKTI.lt)