

Kokkuvõte:

Külastaja- ja auditooriumiuuringud muuseumides

Susan Anderson

Digitehnoloogiad on muutunud oluliseks vahendiks, et jälgida, uurida ja tõlgendada muuseumikülastajate käitumist. Digitaalsed platvormid loovad keskkonna, milles tuleb nähtavale varem varjatud osa külastajate tegevusest, mida saab nüüd jälgida ja analüüsida. Kasutajate iga tegevus jätab nüüd „jälje“ ning neid andmeid saab kasutada muuseumitöö planeerimisel ja külastajakogemuse

parandamisel. Tänapäeval mõjutavad muuseumiauditooriumide uuringuid olulisel määral meedia ja internetiauditooriumide uuringud, kuid mitte alati ei käida nende uuringutega n-ö ühte jalga, tuginedes juba mõnevõrra aegunud teooriatele ja lähenemistele. Autor küsib artiklis, millised on digitaalsete auditooriumiuuringute suunas liikumise tagajärjed muuseumidele.

Summary:

Visitor and audience research in museums

Susan Anderson

New digital technologies have become important mechanisms for tracking, studying, and reconceptualising the museum audience. Digital platforms create an environment in which previously hidden dimensions of audience behaviour can be captured and analysed. Because users leave behind measurable traces of their actions, this data can be used as the foundation for new rationalisations and conceptions of the audience. Many of the tools being

developed within museums to measure the audience have been influenced by developments in the measurement of media and online audiences. This article will trace the development of visitor and audience research in both museums and media and communications to explore some of the parallel developments that have taken place in media and communication studies, and in museums and museum studies, around the audience.

Резюме:

Изучение поведения посетительской аудитории в музеях

Сьюзен Андерсон

Цифровые технологии стали важным средством наблюдения, изучения и толкования поведения посетителей музеев. Цифровые платформы создают среду, в которой становится заметной скрытая ранее часть их поведения. Теперь за их действиями можно наблюдать и анализировать их. Посетители оставляют «след», который можно использовать для планирования музейной работы и для улучшения

опыта, приобретаемого во время посещения музеев. Сегодня на изучение музейной аудитории в значительной степени влияют исследования медиа и интернет-аудитории. Однако, исследователи музейной аудитории не всегда идут с ними в ногу, опираясь на несколько устаревшие теории и подходы. В статье автор задаётся вопросом, каковы последствия цифрового изучения публики для музеев.