1.09 Objavljeni strokovni prispevek na konferenci
1.09 Published Professional Conference Contribution

Jasmina Nikolić[*]

ARHIV I MARKETING, PRIMER ISTORIJSKOG ARHIVA POŽAREVAC

Izvleček:

Arhiv in marketing, primer Zgodovinskega arhiva Požarevac

Arhiv se mora v dobi medijev ter v družbi, željni zabave, boriti za svoj košček pozornosti. S pomočjo profesionalnega marketinga mora javnosti pokazati, kje so njegove kvalitete in v čem se razlikuje od drugih. Marketing je močan argument idej o spremembah ter inovacijah v arhivih, opozarja na obstoj arhiva ter njegovih vsebin, krepi zavest o arhivu kot družbi potrebni instituciji, zagotavlja in krepi prisotnost arhiva v medijih, izboljšuje kvaliteto njegovega vpliva ter učinkuje na prihodke. Marketinška dejavnost v Zgodovinskem arhivu Požarevac je osredinjena na arhivske razstave, predavanja, mednarodno kulturno sodelovanje, spletne predstavitve, razne publikacije, delo z uporabniki arhivskega gradiva v arhivski čitalnici, medijsko aktivnost arhiva, pa tudi na vlogo arhiva v turistični ponudbi.

Ključne besede:

marketing, arhiv, Zgodovinski arhiv Požarevac,
odnosi z javnostjo, mediji, razstave, mednarodno sodelovanje, spletna predstavitev

Abstract:

Archives and Marketing - Example of the Historical Archives Požarevac

At the time of different media and the society wishing entertainment, the archives have to fight for their users' attention. The archives have to use professional marketing strategies to show the public their quality. Marketing is one of the strongest arguments of change and innovation at the archives, it reminds the public of the archives existence, their content, emphasizes the meaning of archives as institutions and guarantees their presence in the media. Marketing activity in the Historical Archives Požarevac is focused on exhibitions, lectures, international cooperation, web presentation, various publications, work with users, media activity and also on the role of the Archives in the tourist offer of Požarevac.

Key words:

marketing, archives, Historical Archives Požarevac,
media relations, media, exhibitions, international cooperation, web presentation

Arhiv kao neprofitna organizacija ima isti zadatak kao i profitabilno preduzeće: da korisnicima odnosno posetiocima da odgovarajuće ponude i da ih u njihovu korist stalno poboljšava. Arhiv svoj strah od neomiljenog "tržišta" neće savladati oportunističkim prilagodjavanjem ukusu mase niti će na taj način postati konkurenatan. Za svoje programske profile treba da marketinški obradi specifična ciljna tržišta.

[*] *Mr Jasmina Nikolić, etnolog-antropolog, viši arhivist, direktor Istorijskog arhiva Požarevac, dr. Voje Dulića 10, 12000 Požarevac, Srbija.*

Marketing neprofitnih organizacija, po Kotleru, označava aktivnosti usmerene na uspostavljanje odnosa sa ciljnom grupom, formiranje odredjenog načina ponašanja grupe prema organizaciji, kao i na njihovo očuvanje i menjanje. Marketing obuhvata sistematsko analiziranje i zadovoljavanje potreba korisnika radi ostvarivanja ciljeva organizacije.[1]

Povezivanje arhivske delatnosti sa marketingom predstavlja novu praksu. Novi položaj Arhiva podrazumeva savremeno upravljanje i svest o potrebama korisnika arhivske gradje, dakle menadžment i marketing.

Marketing podrazumeva "skup organizovanih aktivnosti usmerenih na plasman robe na tržište i osvajanje kupca, počev od reklamiranja i informisanja do čina prodaje".[2] Mada je nastao i razvijao se u svrhu sticanja profita, marketing postaje sve važnija komponenta u strategijama organizacija sa delatnostima neprofitnog tipa, kao što su ustanove u kulturi. Kultura predstavlja delatnost u kojoj marketing postaje sve više zastupljen i gde ima za cilj da sadržaje institucija kulture (i Arhiva) učini efikasnim za javnost i da ih popularizuje u javnosti.

Arhiv u dobu medija i u društvu željnom zabave mora da se bori za ostatak pažnje korisnika. Arhiv treba da se potrudi da profesionalnim marketingom javnosti pokaže u čemu je njegov kvalitet i po čemu se razlikuje od drugih. Ustanova koja želi da ispuni svoju obrazovnu ulogu, odnosno da prenosi znanje, ne sme da postane zatvorena kula, već mora da se upusti u borbu za osvajanje dostojnog mesta u javnosti za svoje programe i stavove, da programe učini popularnim. Ispravno shvaćeni marketing čini sastavni deo obrazovne i posredničke funkcije Arhiva. Zadatak da posetiocima izložbi približi vrednost istorijskog blaga može da ispuni samo onaj Arhiv koji im skreće pažnju na njega i podstiče ih da ga posete.[3]

Marketing je snažan argument ideja promene i inovacija u arhivima, podseća na postojanje Arhiva i njegovih sadržaja, povećava svest o Arhivu kao potrebnoj instituciji, osigurava i jača prisutnost u medijima, poboljšava kvalitet njegovog uticaja i unapredjuje stvaranje prihoda u samom Arhivu. Marketing pomera interesovanje Arhiva na korisnika arhivskih usluga.

U Arhivu su značajne kako vrste ponudjenih usluga, tako i programski sadržaji. Na njegov imidž utiču teme izložbi, naslovi publikacija, izbor autora, načini rada sa posetiocima, nastup osoblja, svečanosti predstavljanja arhivskih programa i sl. Visok ugled ne doprinosi samo porastu broja posetilaca nego poboljšava i šanse Arhiva da kao partnere pridobije druge ustanove u kuturi, nauci, ali da bude i zanimljiv kao mesto izlaganja. Načinom realizacije programa izložbi Arhiv se ne obraća samo posebnoj grupi posetilaca, već podstiče i interesovanje drugih stručnjaka ali i Arhiva za sopstvenu kuću.

Marketing u Istorijskom arhivu Požarevac bavi se širokim spektrom poslova: idejom o arhivskim izložbama, realizacijom, raznim publikacijama za promovisanje arhivske delatnosti, radom sa korisnicima u arhivskoj čitaonici. On ima za zadatak da promoviše arhivske aktivnosti i sadržaje rušeći dosadašnje tabue o arhivima. Sistematska primena marketinških metoda dovodi do stalnog broja povećanja posetilaca Arhiva, fizičkih i pravnih lica, kao korisnika i istraživača arhivske gradje.

---

[1] *Danijela Branković, Marketing u arhivskoj delatnosti - pojam i primena, u: časopis "Atlanti" 21, Trieste, Italija, 2011, 222.*

[2] *Ivan Klajn, Milan Šipka, Veliki rečnik stranih reči i izraza, Novi Sad, 2006, 736.*

[3] *Gerald Mat, Tomas Flac i dr, Menadzment muzeja, Clio, Beograd, 2002, 107.*

Marketinška delatnost u Istorijskom arhivu Požarevac, dakle, fokusirana je na arhivske izložbe, predavanja, medjunarodnu kulturnu saradnju, internet prezentaciju, razne publikacije, rad sa korisnicima arhivske gradje u arhivskoj čitaonici, medijsku aktivnost arhiva, ali i na ulogu Arhiva u turističkoj ponudi.

Kontinuirane tematske arhivske izložbe, stalna postavka, drugi arhivski programi, planiraju se i organizuju kako bi prikupljena arhivska gradja, iskustvo i znanje mogli da budu prezentovani publici, u svrhu edukacije i kulturnog doživljaja.[4] Svrha arhivskih programa je, pored proširenja kulturne svesti i edukacije, i dodatna turistička ponuda sa osnovnim zadatkom da se privuče što veći broj posetilaca Arhiva.

Svečanost otvaranja stalne izložbene postavke;
velika medijska pažnja i posećenost, Požarevac, 2011

[4] *U priodu od 2004. do 2011. godine Istorijski arhiv Požarevac je autor 20 tematskih izložbi i izdavač 49 publikacija, www.arhivpozarevac.org.rs/izdavastvo/edicije.*

Izložbe arhivskih dokumenata Istorijski arhiv Požarevac organizuje samostalno ili u saradnji sa drugim ustanovama ili autorima. One najčešće nastaju na osnovu arhivske gradje koja se čuva u Arhivu. Na svojoj web stranici Arhiv objavljuje i najavljuje kulturne dogadjaje u svrhu što bolje posećenosti Arhiva od strane korisnika.[5] Stalna postavka (Dva veka vojske u Braničevu), na primer, svojevrsna je komunikacija posetilaca sa sadržajem arhivskih dokumenata po arhivima. Samo u 2011. godini Požarevački Arhiv bio je autor četiri izložbe arhivskih dokumenata koje su privukle veliku pažnju javnosti. To su izložbe "Filmski plakat, 1941-1945", "Dva veka vojske u Braničevu", "Opštenarodna imovina, 1945-1960." i "Požarevački magistrat, Prvi nahijski sud u Srbiji, 1821-2011." Bogati ilustrovani arhivski materijal i usmena izlaganja ostaće dugo u sećanju posetilaca, ali i skrenuti pažnju na arhivsku ustanovu i pisane spomenike kulture široj društvenoj javnosti.

Svečanost predstavljanja publikacije i izložbe
i poseta arivista iz Ptuja i Celja (Slovenija) Arhivu u Požarevcu, 2010

[5] *Www.arhivpozarevac.org.rs/aktuelnosti/arhiva aktuelnosti.*

Monografije i druge publikacije nastaju, takodje, u Istorijskom arhivu Požarevac na osnovu gradje koja se u njemu čuva. U 2011. godini Požarevački Arhiv je objavio dve monografije u okviru edicije "Posebna izdanja", tri studijska kataloga u okviru edicije "Izložbeni katalozi", zbornik arhivskih dokumenata u okviru edicije "Zbornici dokumenata", četiri e-publikacije u okviru edicije "Virtuelne izložbe" i dva seta dokumenata u okviru edicije "Kulturna baština", a na koji način je Arhiv u Požarevcu konstantno prisutan u javnosti.

Smisao postojanja sajta Arhiva je u dostupnosti informacija korisnicima usluga arhiva. Web stranica[6] je internet prezentacija Požarevačkog Arhiva, pametno osmišljena, sa arhivskom ponudom koja treba da privuče njene posetioce i korisnike. Postavljanjem prezentacije Arhiva na internet, delatnost Arhiva izlazi van fizičkih granica arhiva, te njegove informacije postaju dostupne korisnicima arhivske gradje i van arhivskih institucija.[7] Sa druge strane, novi profil korisnika arhivske gradje (digitalni korisnici) očekuju da arhivi kao institucije koje treba da pruže informaciju, funkcionišu i zadovoljavaju njihove potrebe na način kako to omogućavaju nove tehnologije, posebno web prezentacije. Oni očekuju u svakom trenutku i na svakom mestu da dobiju informaciju koja je uspešna kombinacija komunikacije, audio, video, web tehnologija. Osim novih neograničenih mogućnosti komunikacije i zabave, web tehnologija kroz ove mreže nudi široke uslove za pristup raznim informacijama, za naučno istraživanje, za učenje i usavršavanje, za obavljanje raznovrsnih stručnih poslova, neprestano obogaćujući iskustva i saznanja korisnika.[8]

Učešće arhivista Istorijskog arhiva Požarevac na Medjunarodnoj arhivskoj konferenciji u Radencima, Slovenija, 2011

[6] *Www.arhivpozarevac.org.rs.*

[7] *Mr Jasmina Nikolić, mr Dragan Šaler, Primena informacionoh tehnologija u prezentaciji arhivske gradje kao kulturnog dobra-virtuelne izložbe Istorijskog arhiva Požarevac, u: Zbornik DOC SIS 2011, Kranjska Gora, Slovenija, 2011.*

[8] *Mr Jasmina Nikolić, mr Dragan Šaler, Primena informacionoh tehnologija u prezentaciji arhivske gradje kao kulturnog dobra-virtuelne izložbe Istorijskog arhiva Požarevac, u: Zbornik DOC SIS 2011, Kranjska Gora, Slovenija, 2011.*

Učešće arhivista Istorijskog arhiva Požarevac na ICA konferenciji u Oslu, Norveška, 2010

Kulturna i medjunarodna saradnja u kojoj aktivno učestvuje Požarevački Arhiv, pre svega, utiče na uspostavljanje kvalitetnijih odnosa medju nacijama i ostalim društvenim grupama.[9]

Cilj rada sa javnošću, kad je Istorijski Arhiv Požarevac u pitanju, u suštini se svodi na to da se potencijalnim posetiocima pruže informacije o ponudi usluga i da se u njima probudi interesovanje za Arhiv i njegove izložbe, publikacije, uopšte arhivsku delatnost. Pored broja posetilaca, za Arhiv je jedan od najvažnijih kriterijuma uspešnosti prisutnost u medijima. Prisutnost u medijima ima veliki uticaj na ugled Arhiva, a neophodna sredstva za skretanje pažnje predstavljaju oglašavanje i rad sa javnošću.[10]

U središtu interesovanja nalaze se programi Istorijskog Arhiva, ali i politički relevantne odluke uprave, ličnosti direktora, stručnih radnika i sl. Rad sa medijima obuhvata portrete stručnjaka i intervjue sa njima, komentare i intervjue direktora Arhiva, arhivističke i istoriografske teme, konferencije za medije posvećene programskoj politici i redovne programske informacije koje se šire pomoću saopštenja za štampu.

Odnosi sa javnošću obuhvataju sistematsko oblikovanje javnosti i sticanje njenog poverenja. Cilj ovog rada je stvaranje pozitvnog mišljenja o ustanovi kakva je Istorijski arhiv Požarevac, zadobijanje odnosno povećavanje javnog poverenja i izgradnja dobrog imidža. Rad sa javnošću spada u najvažnije marketinške instrumente Arhiva. U nju pored posetilaca spadaju i mediji, davaoci subvencija, zakonodavac, drugi arhivi, ustanove u kulturi, ali i sopstveni saradnici. Svi moraju da budu ubedjeni u uspešan rad Arhiva. To znači da Arhiv mora da informiše o sebi i

---

[9] *U okviru medjunarodne i kulturne (arhivske) saradnje, u 2011. godini dve izložbe Istorijskog arhiva Požarevac gostovale su u Italiji i Sloveniji. Izložbe je videlo više hiljada ljudi i Arhiv je konstantno bio prisutan u medijima. Takodje, arhivist iz ovog Arhiva bio je jedini kandidat-polaznik iz Srbije u Medjunarodnoj arhivskoj školi u Trstu, Italija, u 2011.godini, a još tri arhivista iz ovog Arhiva učestvovalo je u radu pet medjunarodnih konferencija u zemlji i inostranstvu.*

[10] *Prema podacima medijskog arhiva EBART, u periodu od 2003. do 20. decembra 2011. godine Istorijski arhiv Požarevac pomenut je u srpskoj štampi 3895 puta; www.arhiv.rs.*

svojim aktivnostima, da deluje uverljivo u javnosti i da na sebe skreće pažnju. U toj oblasti, Požarevačkom Arhivu na raspolaganju stoje brojne mogućnosti koje se i koriste: godišnji izveštaji o radu (stvara sliku o Arhivu i ostvarenom godišnjem programu kao i o grupama posetilaca), pozivnice za otvaranje izložbi (pružaju mogućnost da se prikaže Arhiv i njegova aktivnost), periodične programske sveske (sadrže obaveštenja o planiranim temama budućih izložbi i njihovom održavanju), saopštenja za štampu o sadržaju izložbe, autorima, gostima, o Arhivu, novinski izveštaji i komentari direktora, intervjui sa direktorom, gostovanja direktora u mnogobrojnim tv i radio emisijama, i sl.

Odjek koji arhivske aktivnosti imaju u štampi i e-medijima važan je i zbog njegovog uticaja na potencijalne finansijere. Zbirka priloga koji su o Arhivu objavljeni u štampi dokumentuje njegov rad sa javnošću, ali koristi i u pregovorima sa davaocima sredstava.

U okviru rada sa javnošću u svakom slučaju posebnu vrednost ima negovanje odnosa sa medijima. Osnova odnosa sa medijima je dijalog, posebno u vreme kada su vesti retke, negovanje kontakta sa novinarima obezbedjuje besplatan redakcijski prostor ili vreme emitovanja i Arhivu pruža mogućnost da dodje do svojih ciljnih grupa.

Marketinški ciljevi Požarevačkog Arhiva su, pored navedenog, i povećanje stepena poznatosti Ustanove u srpskom i evropskom prostoru (povećanje broja medijskih izveštaja), porast broja posetilaca, udvostručavanje broja mladih posetilaca, obraćanje novim ciljnim grupama, pribavljanje dodatnih finansijskih sredstava za posebne programe i sl.

Sistematskim korišćenjem marketinga "osvežava" se rad Arhiva i približava se publici, tj. korisnicima. Istorijski Arhiv Požarevac je uglavnom do nedavno (do 2004. godine) smatran arhaičnom ustanovom, nezanimljivom za širu društvenu javnost. Svrha merketinga u Arhivu je stoga bila da Arhiv stavi u centar javnosti, a sadržaje koje on nudi učini što aktuelnijim. Tako je Arhiv postao dovoljno zanimljiv za širu društvenu javnost.

Sve više smo svesni da marketing primenjen na područje arhivske delatnosti doprinosi tržištu kulture i ekonomskom rastu. Zakonom o arhivskog gradji i arhivskoj službi regulisano je da "Državni arhiv priredjuje izložbe, predavanja, stručne i naučne skupove i sprovodi druge oblike kulturne i obrazovne delatnosti radi podsticanja interesovanja i izgradjivanja svesti najšire javnosti o značaju arhivske gradje kao kulturnog dobra i značaju arhivske delatnosti uopšte. Javni arhiv u zemlji i inostranstvu saradjuje sa drugim ustanovama kulture, naučnim i srodnim institucijama, informacionim i dokumentacionim centrima, radi unapredjenja arhivske delatnosti i naučnog rada u arhivima, arhivistike i pomoćnih istorijskih i drugih naučnih disciplina".[11]

Dobro osmišljen marketing predstavlja osnovu za dugoročnu održivost arhivskog sektora u našem društvu. U Arhivima uopšte je porasla svest o značaju marketinga. Sazrelo je shvatanje da nije važno samo dobro raditi, već i da se mora skrenuti pažnja javnosti na taj rad – i to na jeziku koji se čuje i razume.

[11] *Www.kultura.gov.rs/dokumenti/Nacrt zakona o arhivskog gradji, 25.*

SUMMARY

ARCHIVES AND MARKETING -
EXAMPLE OF THE HISTORICAL ARCHIVES POŽAREVAC

Marketing activity in the Historical Archives Požarevac is focused on exhibitions, lectures, international cooperation, web presentation, various publications, work with users, media activity and also on the role of the Archives in the tourist offer of Požarevac.

Marketing goals of the Historical Archives Požarevac are, besides the ones already mentioned, also the increase of the institution's recognition in the Serbian and European area, a greater number of visitors, doubling the number of younger users, connecting with new groups, assuring additional financial means for special programs etc.

With a systematic use of marketing, the Archives' work is "refreshed" and comes closer to the public or users. Until recently, up to 2004, The Historical Archives Požarevac was considered an archaic institution, unappealing to the wider public. The goal of archives' marketing therefore was, to position the Archives in the public center and make its contents as actual and popular as possible. In such manner, the Archives became more interesting for the public.

We are aware that marketing, implemented in the field of archival activity, is a contribution to the cultural market and economic growth. A well realized marketing is a base for a long-term presence of the archival sector in our society. The archives have realized the worth of marketing, they realized that it is not enough to work well, but also to attract attention to this work - in a language, which is heard and understood.