

ZAKLJUČCI RADIONICE EUROPSKOGA MUJEJSKOG FORUMA

IM 32 (1-2) 2001.
KONGRESI, SIMPOZIJI, SEMINARI
CONGRESSES, SIMPOSIA, WORKSHOPS

DUH EUROPE. Posljednjih nekoliko desetljeća termin "Europa" prilagodava se različitim promjenljivim realitetima. Prelaze se uobičajene zemljopisne granice, a umnožavanje organizacija prerasta definiranje različitih vrsta "Europe".

Najstarija europska organizacija - Vijeće Europe, osnovana 1949. godine - sastoji se od 41 države članice koje su još uvijek samo dio kontinenta. Proširenjem članstva Vijeća Europe početkom novog tisućljeća Europa se proteže od Atlantika do Tihog oceana, od Arktika do Mediterana.

U međuvremenu, ostale europske organizacije su zajedno grupirale pojedine zemlje iz različitih geografskih dijelova Europe u različite oblike zajedničke suradnje. Europska unija, na primjer, okuplja 15 zemalja dok Euro ili Schengenska zajednica uključuje samo dio njih. Druga grupa zemalja je uključena u Zajednicu zemalja Zapadne Europe. Pojedine zemlje istovremeno pripadaju svim tim zajednicama, pojedine samo nekim od njih. Druge pak još uvijek čekaju postati dio jedne od viših strukturiranih kooperacijskih shema.

Zaključujemo kako svi pripadamo Europi, te da ideja Europe postaje jedan "dinamički koncept" sa statusom europskoga gradaštva koji se kontinuirano prilagođava

NAŠA VIZIJA EUROPE / Postoji li zajednička europska kultura? Iako je teško definirati koncept europske kulture, ne može se poreći postojanje zajedničke europske civilizacije s vlastitim specifičnim obilježjima koja proizvodi široko zajedničko naslijede.

Na tim osnovama europski kulturni pokret raste, što ima utjecaj i na život muzeja.

Vjerujemo da se taj pokret treba usredotočiti na sljedeće osnovne pristupe:

1. prihvatanje i poštivanje kulturnih različitosti u bilo kojoj sintezi europske civilizacije
2. promoviranje kulturnog identiteta utemeljenog na europskim kulturama i lokalnim tradicijama prije nego na etničkom ili državnom principu

3. razvijanje "Europe regija" tako da se entiteti zasnivaju na tradicijama kulture i identiteta, a ne kao "male države" koje u manjem mjerilu reproduciraju sadašnji sistem nacionalnih država
4. izbjegavanje rizika uzimanja ekonomije ili politike kao glavnog ujedinjavajućeg faktora Europe
5. naglasak na zajedničkom razumijevanju i kulturnoj raznolikosti europskog ljudskog pejzaža (uzimajući u obzir realitete današnjeg multikulturalnog društva)
6. njegovati bogatstvo raznolikosti kao opreku uniformnosti
7. naglašavati svijest o vlastitom identitetu kao neophodnom koraku prema građenju koncepta Europe
8. neophodna je uspješna izgradnja nove Europe koja treba započeti iz lokalnih realiteta koristeći metodu "odozdo prema vrhu"
9. širiti svijest o individualnim realitetima znači prihvati raznolikost

"Tolerancija", "prihvatanje", "priznavanje", "pomirba" Ključne su riječi svakog takvog djelovanja.

MUZEJI I PREOBLIKOVANJE EUROPE / Deset pitanja za sadašnjost i budućnost naših muzeja. Muzeji kao kulturne institucije s posebnim izravnim odnosom s lokalnim zajednicama, te brojnim i raznolikim osnivačima moraju odigrati ključnu ulogu u izgradnji Europe. U vremenu brzih i dubokih promjena muzeji kao čuvari domoljublja morat će se suočiti s novim izazovima i zahtjevima korisnika. Muzeji mogu djelovati kao raskrižja ili ulazna vrata, sredstvo za prelaženje granica, kulturnih i političkih ograda.

Iz tog konteksta proizlaze sljedeća ključna pitanja:

1. Kako muzeji mogu uspješno raditi kako se ne bi stvarale nove ograde, nego naglasila komunikacija?

Naglašavanje njihove uloge mjesta susretanja i ustanova za očuvanje naslijeda.

Postajući mjesto dobrodošlice i za ljudi iz drugih zemalja, s različitom socijalnom i kulturnom pozadinom.

- 2. Kako muzeji mogu pridonijeti ublažavanju najčešćih strahova Europsjana u susretu s Nepoznatim?*

Poticanjem razgovora, potpomaganjem kreativnosti, s obrazovnim iskustvom, pokazivanjem različitih kultura. Muzeji mogu upoznati ljude s drugim kulturama.

3. Kako muzeji mogu pomoći u traženju porijekla europske kulture?

Pridonoseći razumijevanju razloga koji su doveli do različitih europskih kultura, komunicirajući ih posredstvom "snage" svojih predmeta i sadržaja zbirki.

4. Kako muzej može promovirati međusobno razumijevanje u praksi između ustanove i društvene zajednice kojoj pripada?

Pronalaženjem novih strategija i uključivanjem svih sudionika i ulagača.

5. Što mogu biti osnove djelovanja za praktički napredak u izgradnji Europske mujejske zajednice?

Muzeje je potrebito uvjeriti u njihovu ključnu ulogu. Potrebna je nova vrsta političkog marketinga kao i suradnja muzeja iz različitih zemalja.

6. Koje osnovne naputke trebaju slijediti svi muzeji koji se osjećaju aktivno uključeni u preoblikovanje Europe u njihovoj budućoj komunikacijskoj politici prema sljedećoj generaciji europskih posjetitelja?

Potrebito je u tom smislu izlaziti u susret potrebama posjetitelja; biti svjestan društvene odgovornosti muzeja.

7. Kako možemo zajedno (putem EMF-a) poboljšati dostupnost europskih novčanih sredstava?

S malim kvalitetnim projektima, upoznati one koji odlučuju s ulogom koju muzeji imaju na društvenom planu, učiniti novac dostupnim direktno do lokalnih vlasti.

8. Kakvu ulogu imaju web stranice u komunikaciji i pridobivanju virtualnih posjetitelja iz cijele Europe?

Europske web stranice su zaista neophodne. U sadržajnom smislu to znači stranice zamisljene za europsku publiku (jezik, informacije koje pokrivaju područja interesa itd.)

9. Da li je ideja "europskih soba" ili "europskih kutaka" u našim muzejima ozbiljna mogućnost koja može zaživjeti u praksi? U kom smislu to može pridonijeti boljem razumijevanju između Europsjana i europskih muzeja?

Tijekom diskusije uočena je potreba za osnivanjem pilot-projekta za mrežu "europskih kutaka" u muzejima. Neki od muzeja pristupili su projektu u suradnji s Institutom Beni Culturali u Bologni. Popis muzeja koji su se dobrovoljno javili za ovaj program sastavni je dio dokumenta. Ovaj pilot projekt ne mora nužno biti fizički, može biti i virtualan.

10. U kojoj mjeri i na koji način može naša prezentacija predmeta biti zahvaćena ovom novom europskom dimenzijom?

Postoji potreba za novim komunikacijskim strategijama, i u smislu sadržaja i same komunikacije (multikulturalni i multijezični pristup). Objasnjanje zajedništva u različitosti mora se sagledati kao (društvena) odgovornost muzeja. To će odrediti "javnu kvalitetu" muzeja u bliskoj budućnosti.

Prevela s engleskog jezika Goranka Kovačić